

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Mariana do Amaral Antunes

**A PAUTA E O FAZER JORNALÍSTICO NO CONTEXTO DOS DISPOSITIVOS
DE BUSCA E INDEXAÇÃO BASEADOS EM PALAVRAS-CHAVE:**
Perspectivas de noticiabilidade dentro e fora do ambiente imersivo digital

Juiz de Fora
2014

Mariana do Amaral Antunes

**A PAUTA E O FAZER JORNALÍSTICO NO CONTEXTO DOS DISPOSITIVOS
DE BUSCA E INDEXAÇÃO BASEADOS EM PALAVRAS-CHAVE:**

Perspectivas de noticiabilidade dentro e fora do ambiente imersivo digital

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração: Comunicação e Sociedade; Linha de Pesquisa: Estética, Redes e Tecnocultura, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestra em Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta

Juiz de Fora

2014

ANTUNES, Mariana do Amaral.

A pauta e o fazer jornalístico no contexto dos dispositivos de busca e indexação baseados em palavras-chave: Perspectivas de noticiabilidade dentro e fora do ambiente imersivo digital/
Mariana do Amaral Antunes – 2014.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014.

1. Comunicação
 2. Critérios de noticiabilidade
 3. Webjornalismo
 4. Mecanismos de busca
 5. Cibercultura
- I. Título.

Dedico essa dissertação a todos aqueles que me apoiaram durante essa longa e difícil caminhada. Em especial aos meus pais, Consolação e Weber, pelo apoio de sempre e por ter consciência do quanto essa titulação representa para eles.

AGRADECIMENTOS

A conclusão dessa dissertação representa o fechamento de um extenso e importante ciclo na minha carreira profissional e acadêmica, e possibilita a projeção de uma nova fase marcada por novos e desafiadores projetos. Por ter chegado até aqui, agradeço primeiramente a Deus, eterna fonte de inspiração e força, sobretudo nos momentos nos quais pairava a dúvida sobre a possibilidade de se ir além.

Agradeço ao meu orientador, prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta, pela confiança e incentivo, que com sabedoria e paciência soube conduzir meu trabalho de maneira produtiva e compreender os momentos difíceis. Meu obrigada também pela paciência e pelos importantes ensinamentos à época do estágio docência que tanto contribuíram para a minha formação – agradecimento este extenso aos alunos da disciplina de Metodologia de Pesquisa da FACOM/UFJF.

À minha querida família, minha raiz e base, gostaria de agradecer pelo constante apoio: Meus pais Weber e Consolação; minhas irmãs Aida, Bárbara e Camyla; meu cunhado Júlio e minha tia Maria do Carmo; e ainda demais tios e primos que, cada um à sua maneira, contribuíram de alguma forma para a conclusão dessa etapa: meu muito obrigada pela paciência nos momentos de nervosismo ou de falta de tempo; pela ajuda financeira que possibilitou minha ida a muitos congressos no Brasil e no exterior; pela leitura e revisão de artigos; pela amizade; pelos conselhos; pelas longas conversas que serviram como dose de ânimo e arcabouço de idéias e pela energia positiva de sempre.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCom), em especial aos professores e docentes da linha de pesquisa Estética, Redes e Tecnocultura, pelas importantes contribuições, ideias e conhecimento adquirido.

Um agradecimento especial à querida Ana, secretária do mestrado, que com seu jeito materno, flexível, acolhedor e competente sempre me auxiliou da melhor forma possível no que foi preciso – seja nas solicitações, financiamentos e problemas. Não há outra descrição: uma verdadeira mãe para os alunos!

Agradeço também ao querido Weden, amigo e docente do programa, pelo acompanhamento, conversas, ideias e apoio ao longo desses anos; e ainda ao coordenador do PPGCom, Prof. Dr. Carlos Pernisa (Junito), pela paciência, ajuda e compreensão.

Agradeço à Capes e à Pró-Reitoria de Pós-Graduação da UFJF (PROPG) pela importante ajuda com as bolsas concedidas, que viabilizaram financeiramente o meu mestrado.

Agradeço aos amigos do PPGCom, em especial meus companheiros de orientação, Felipe e Vinícius (das trevas); e Rodrigo Arbex, pelas longas conversas nas madrugadas, ajudas mútuas, emails, telefonemas, risadas, cervejas, ideias, cada um à sua maneira.

Meu agradecimento à querida amiga Alyssa, companheira de todas as horas; à Arícia e Mari Aparecida, que desde o Portinho vêm acompanhando minha saga; ao Gasparetto pelas aulas e - mais importante que isso - pelas produtivas conversas; e a todos os amigos que, embora não seja possível citar aqui, acompanharam meus passos e torceram para que esse dia chegasse.

Agradeço também aos tutores, docentes, coordenação e alunos do curso de Especialização EAD em Mídias na Educação da UFJF, que contribuem, dia após dia, com novas experiências e aprendizado.

Ter contato com pessoas que tanto acrescentam na minha formação como profissional e pessoa e chegar até aqui com o apoio de vocês é motivo de orgulho para mim. Que permaneça o sentimento de gratidão. E que venham novos desafios!

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo investigar a influência dos mecanismos de busca e demais tecnologias de indexação das redes telemáticas na produção e seleção de conteúdo dentro do ambiente imersivo digital – mais precisamente nos valores-notícia que fazem com que determinado assunto se torne notícia na internet e, posteriormente, na TV. Para tal, analisa, de forma empírica, palavras e termos-chave (*keywords*) mais buscados no *Google* e comentados no *Twitter* com notícias coletadas no Portal G1 e no Jornal Nacional, buscando refletir sobre as possíveis causas que levariam os assuntos comumente buscados e discutidos nessas plataformas a servir como pauta ou não dos veículos online e tradicionais, de acordo com sua relevância e apelo lúdico/social/político/ideológico. Dessa forma, a abordagem do trabalho explorou o impacto das tecnologias digitais baseadas em indexação no jornalismo, frente a um meio que se encontra em constante evolução.

Palavras-chave: Comunicação; Critérios de Noticiabilidade ;Webjornalismo; Mecanismos de busca; Cibercultura

ABSTRACT

This research wanted to investigate the influence of search engines and other indexing technologies of such networks in the production and selection of digital content within the immersive environment - more specifically the news values that make certain issue becomes news on the internet and later on TV. It analyzes, empirically, words and key terms (keywords) most popular searches on Google and Twittered collected with the G1 news portal and the National Journal of Globo TV, trying to reflect on the possible causes that would lead commonly sought and discussed issues these platforms to serve as non-tariff or online and traditional vehicles, according to their relevance and recreational / social / political / ideological appeal. The approach to work explores the impact of digital technologies based indexing in journalism, facing a medium that is constantly evolution.

Keywords: Communication; webjournalism; news values; search engines; cyberculture

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 CIBERCULTURA, TECNOCULTURA E AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE	16
2.1 A EVOLUÇÃO DAS NOVAS TECNOLOGIAS E DAS REDES TELEMÁTICAS DIGITAIS NO CONTEXTO DO SABER.....	17
2.1.1 Agentes na rede: A Metáfora do Ciborgue e a Teoria Ator-Rede (TAR)	18
2.2 MECANISMOS DE BUSCA E COMPARTILHAMENTO: BREVE ABORDAGEM SOBRE SEO E TÉCNICAS DE OTIMIZAÇÃO.....	24
2.2.1 Buscadores: O que são e como funcionam	26
2.2.2 Histórico das ferramentas de busca	29
2.2.3 Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Marketing (SEM)	30
2.3 DO WEBJORNALISMO AO JORNALISMO DE INDEXAÇÃO: MUDANÇAS ESTRUTURAIS NA FORMA DE PRODUÇÃO E SELEÇÃO DE CONTEÚDO NAS REDES DIGITAIS	35
2.4 A PAUTA ONTEM E HOJE: PERSPECTIVAS SOBRE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E A INTEGRAÇÃO ENTRE REDES, COMUNICAÇÃO E JORNALISMO.....	38
2.4.1 Newsmaking e os valores-notícia	38
2.4.2 Noticiabilidade em tempos de internet	40
3 CONSTRUINDO A METODOLOGIA: OBSERVAÇÃO DAS PALAVRAS E TERMOS-CHAVE NO CONTEÚDO DA WEB E DA TV	46
3.1 DESCRIÇÃO DO RECORTE TEMÁTICO: G1, JORNAL NACIONAL E GOOGLE COMO OBJETO DE ESTUDO.....	46
3.2 A ANÁLISE DE CONTEÚDO NA CATEGORIZAÇÃO DAS AMOSTRAS.....	51
3.3 HIPÓTESES DE TRABALHO: QUANDO UM TEMA POSSUI RELEVÂNCIA SIMBÓLICA.....	52

4 INTERPRETANDO RESULTADOS E CONFRONTANDO HIPÓTESES: QUANDO O USUÁRIO É QUEM GERA A NOTÍCIA – O QUE LEVA DETERMINADO ASSUNTO A VIRAR PAUTA E FIGURAR NOS VEÍCULOS DE NOTÍCIAS?.....	55
4.1 QUANTIFICAÇÃO E CATEGORIZAÇÃO DAS PALAVRAS-CHAVE	55
4.2 CLASSIFICAÇÃO DAS NOTÍCIAS DO PORTAL G1.....	62
4.3 PARÂMETROS COMPARATIVOS ENTRE NOTÍCIAS DO G1 E JORNAL NACIONAL.....	66
5 CONCLUSÃO.....	73
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
7 ANEXOS.....	85
7.1 EDIÇÕES JORNAL NACIONAL.....	85
7.2 TWITTER TRENDING TOPICS.....	88
7.3 GOOGLE TRENDS	90
7.4 G1 HOME.....	94
7.5 LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	116

LISTA DE TABELAS E FIGURAS

TABELA 1.....	56	FIGURA 7.....	91	FIGURA 24.....	105
TABELA 2.....	60	FIGURA 8.....	92	FIGURA 25.....	105
TABELA 3.....	61	FIGURA 9.....	92	FIGURA 26.....	107
TABELA 4.....	61	FIGURA 10.....	93	FIGURA 27.....	108
TABELA 5.....	63	FIGURA 11.....	93	FIGURA 28.....	108
TABELA 6.....	64	FIGURA 12.....	94	FIGURA 29.....	109
TABELA 7.....	67	FIGURA 13.....	96	FIGURA 30.....	109
TABELA 8.....	67	FIGURA 14.....	97	FIGURA 31.....	110
TABELA 9.....	68	FIGURA 15.....	98	FIGURA 32.....	110
TABELA 10.....	69	FIGURA 16.....	98	FIGURA 33.....	112
		FIGURA 17.....	99	FIGURA 34.....	113
FIGURA 1.....	88	FIGURA 18.....	100	FIGURA 35.....	113
FIGURA 2.....	89	FIGURA 19.....	100	FIGURA 36.....	114
FIGURA 3.....	89	FIGURA 20.....	102	FIGURA 37.....	114
FIGURA 4.....	90	FIGURA 21.....	103	FIGURA 38.....	115
FIGURA 5.....	90	FIGURA 22.....	103	FIGURA 39.....	115
FIGURA 6.....	91	FIGURA 23.....	104		

1 INTRODUÇÃO

No estágio atual das redes telemáticas digitais, há um ditado popular que permeia os usuários que possuem acesso à internet que diz: “Se não está no Google, não existe”. De fato, uma rápida pesquisa por um termo ou palavra-chave no referido mecanismo de busca irá retornar, em sua maioria, inúmeras páginas e sites com conteúdos diversos relacionados ao tema pesquisado. Essa situação simples e corriqueira para quem navega na *web* resume bem o contexto no qual se encontra o ciberespaço. A partir dos anos 2000, um crescente acesso quanto ao número de usuários e a possibilidade dos mesmos produzirem seu próprio conteúdo, páginas e sites levou ao advento da *Web 2.0*, marcada pelo compartilhamento de informações, que revolucionou a maneira como os indivíduos se relacionam, produzem e divulgam conteúdo na rede. A partir daí, com a infinidade de páginas e sites disponíveis, ficou impensável se encontrar algo senão através de dispositivos que indexassem essas infinitas páginas a um gigantesco banco de dados e possibilitassem buscá-las e selecioná-las a qualquer momento. Surgem então os mecanismos de busca como o Google e Yahoo! que conhecemos e tanto utilizamos hoje, e a chamada “Era da Busca”. Afinal de contas, navegar na internet na atualidade passa diretamente pela página de um mecanismo de busca como primeiro passo. Dificilmente alguém digita o endereço de determinado site no navegador – para quê correr o risco de errar ou simplesmente não saber, se basta digitar qualquer palavra para que o Google localize de forma fácil e ágil o que você deseja?

E não só nos mecanismos de busca como o Google é possível observar um exemplo amplamente utilizado de dispositivo de indexação baseado em palavras e termos-chave. A definição vale também para as redes sociais, que vêm adotando o recurso de filtragem e seleção por palavras-chave com cada vez mais frequência – no caso das redes sociais, as palavras e termos-chave sobre determinado assunto são chamadas de *hashtag*, ou simplesmente *tags*, que são precedidas pelo símbolo “#”. O Facebook adotou há pouco tempo a possibilidade de se colocar *hashtags* nas postagens e de selecionar, posteriormente, determinado conteúdo através desses termos, sem dúvida uma forma de organizar a infinidade de postagens de seus usuários. Já a rede de microblog Twitter já utiliza há mais tempo o recurso dos *TrendingTopics*, que lista as *tags* mais comentadas pelos usuários da rede social em um ranking, possíveis de se filtrar.

Voltando ao quesito ‘pesquisa no Google’, sugiro que se faça mais uma. Nos últimos anos, uma busca simples permite comprovar a infinidade de trabalhos e artigos, sejam eles acadêmicos/ científicos ou não, envolvendo o tema internet e suas múltiplas

possibilidades de atuação no que tange à produção, seleção e veiculação de notícias; e ainda o impacto que ela e as novas tecnologias de uma maneira geral ocasionaram – e continuam ocasionando – no jornalismo. Não obstante, segui pelo mesmo caminho nas minhas pesquisas desde o curso técnico de Informática até a graduação em Comunicação Social: o interesse pela cibercultura e a diversidade de questões que o tema permite levantar permearam minha mente até traçar o que seria pesquisado nessa dissertação de mestrado. Mudando a forma de produção e seleção de notícias no ciberespaço, conseqüentemente também mudam os critérios de noticiabilidade. Se antes tínhamos valores-notícias definidos, divididos e explicados pelos teóricos da comunicação em categorias aplicadas a veículos de mídias tradicionais como a TV e o rádio, agora com o advento da internet como importante meio de comunicação, outros critérios passam a fazer com que determinado assunto vire notícia na web e, posteriormente, na TV – cujo fluxo exato é objeto desse estudo.

É sabido que esse tema envolve muitas outras questões – complexas, ainda passíveis de discussão e pesquisa acadêmica/ comprovação empírica – que permitem que ele seja trabalhado das mais diversas formas e analisado sob diferentes aspectos. Nesse amplo espectro passível de análise, procurei delimitar o corpus de acordo com o tempo e possibilidades no âmbito da minha pesquisa de mestrado. A ideia inicial era colher dados durante determinado espaço de tempo de dois grandes portais de notícias na internet e de seus respectivos similares na televisão. No caso, foi escolhido o Grupo Globo, cuja análise se concentraria no portal de notícias G1 e no Jornal Nacional; e o Grupo Record, com o portal de notícias R7 e o Jornal da Record, ambos concorrentes diretos e com características similares. Além disso, nesse mesmo espaço de tempo, seria feito um levantamento das principais palavras e termos-chave pesquisados no dispositivo de busca Google e *hashtags* mais comentadas na ferramenta de microblog *Twitter*, e em seguida cruzar esses dados de forma a verificar se há incidência de notícias nos veículos citados cujos temas se relacionam com as palavras e termos-chave mais pesquisados/comentados pelos usuários. Por questões óbvias, devido ao caráter imediatista da internet e seu espaço ilimitado para publicação, amplamente discutido entre os teóricos do webjornalismo, determinado fato tende a ser noticiado primeiro nas redes telemáticas digitais e, somente depois, dependendo da notícia, essa é selecionada para ser veiculada na TV. Existiria, então, alguma relação entre as palavras-chave e *tags* inseridas nos dispositivos de busca e indexação nas redes digitais com as notícias que são publicadas no mesmo meio? Indo além, quais são os critérios que atualmente regem o fazer jornalístico na internet que determinam o que se torna ou não notícia, e, ainda, quais dessas notícias publicadas na rede irão figurar ou não nos programas de notícias da televisão? O que

faz determinado assunto aparecer de determinada forma ou com significativo destaque em detrimento de outros nos portais de notícia na internet? E qual o porquê de uma notícia que se encontra publicada na web ser veiculada na TV e outra não?

No mês de janeiro de 2012, surgiu na internet o meme¹ Menos a Luiza que está no Canadá², fazendo com que uma simples frase rapidamente se tornasse um dos assuntos mais comentados na rede. Com a grande disseminação do meme, logo surgiram centenas de brincadeiras, imagens, vídeos e referências sobre o tema, o que o colocou entre os termos mais buscados no Google e comentados nas redes sociais. Com tanto interesse sobre o assunto, naturalmente surgiram conteúdo sobre nos blogs e portais explorando a Luiza como pauta – notícias das mais variadas, que iam desde a explicação da origem do meme para quem ainda desconhecia a história até tópicos que mostravam quem era a tal Luiza e se ela ainda estava no Canadá. Luiza teve então os seus minutos de fama, e duas semanas após a disseminação da brincadeira pela internet, além de diversos jornalistas como William Bonner, Sandra Annenberg, Evaristo Costa e Thiago Leifert fazerem referência ao termo durante suas atuações na televisão, foi exibida, no dia 19 de janeiro de 2012, uma matéria de quatro minutos no Jornal Hoje, da TV Globo, entrevistando a garota que a essa altura já havia voltado do tão comentado intercâmbio. Apesar do acesso ao computador e à rede mundial de computadores pela população brasileira ser crescente a cada ano, o alcance da TV ainda é notavelmente maior. No entanto, um assunto que surge exclusivamente no âmbito das redes telemáticas digitais se torna popular a tal ponto que vira pauta para notícia na TV, em que uma parte de seu público, analisado em sua totalidade, sequer tem acesso ou sabe como funciona a internet, e muito menos conhece sobre bordões virais que ocorrem nesse ambiente. Mais uma vez, que motivos levariam, então, um tema com teor que envolve exclusivamente a web se tornar pauta para a TV? Esse não foi o primeiro e nem o último meme popularizado de forma viral na rede, e diversos outros assuntos também servem como pautas para conteúdo nos portais de notícias. Mas por que uma notícia sobre a Luiza no Canadá vai parar na televisão e outra notícia qualquer disponível na internet muitas vezes não? Essa e outras questões foram motivadoras da problematização da pesquisa, que, devido à extensão do tema, procurou se concentrar apenas no fluxo que compreende (1) formas de seleção e produção de

¹ Meme é o nome dado na internet para descrever imagens, vídeos e conceitos que são propagados de forma viral na rede. O termo se refere ao conceito original de Dawkins (1989), que descreveu o meme como uma unidade replicadora de transmissão cultural ou unidade de imitação, dentro de uma teoria de informações culturais.

² Na brincadeira, que teve início com um comercial publicitário sobre um empreendimento imobiliário de luxo, o narrador, pai da Luiza, dizia que iria chamar toda a família para conhecer a novidade, menos a Luiza, que estaria no Canadá fazendo intercâmbio. Bastou essa frase para que surgissem centenas de referências sobre o tema. bordão rapidamente se tornasse um dos assuntos mais comentados da internet na época.

conteúdo nas redes telemáticas digitais – e se relacionadas a palavras e termos-chave; (2) quando e como esse conteúdo vira notícia na rede; e (3) quando e como essa notícia da internet figura no noticiário televisivo. Devido à complexidade do projeto inicial, que demandaria mais tempo do que o previsto, o escopo dessa pesquisa foi delimitado à análise apenas dos dados coletados do portal de notícias da internet G1 e do Jornal Nacional, da TV Globo, excluindo assim, nesse momento, o comparativo com os veículos do Grupo Record especificados anteriormente. Durante quatro semanas, entre os meses de maio e junho de 2013, foi feito um levantamento das edições do Jornal Nacional e das páginas iniciais do G1, bem como das palavras e termos-chave mais buscadas no Google no Brasil e das *hashtags* mais comentadas no Twitter no mesmo período. Com base no cruzamento dessas informações, a pesquisa se concentrou em analisar as inferências obtidas nesse processo de investigação.

Dessa forma, o presente trabalho pode ser dividido em três partes distintas, que se relacionam de acordo com o objeto proposto. O objetivo inicial era reunir referencial teórico que possibilitasse verificar a transição e/ou construção de novos modelos jornalísticos na internet, e, ainda, analisar em que medida os mecanismos de busca e demais ferramentas que utilizam estruturas de indexação baseadas em palavras-chave e *hashtags*, como o Twitter, estão impactando as práticas jornalísticas. Na primeira parte, que corresponde o capítulo dois do sumário (Cibercultura, tecnocultura e as tecnologias da informação e comunicação na contemporaneidade), é traçado um panorama geral sobre os temas e conceitos que envolvem a pesquisa como um todo, com base em revisão de literatura. Verificar as mudanças estruturais que o ambiente imersivo digital e o jornalismo vêm sofrendo com as novas tecnologias, bem como novas formas de produção, seleção e compartilhamento de informações passa por analisar os diferentes agentes que atuam sobre as redes digitais nesse processo. Nesse sentido, foi feita uma breve abordagem acerca de teorias que subsidiam a compreensão dos atores e seus aspectos híbridos no processo de produção e compartilhamento de informações na internet; delimitado um histórico dos dispositivos de busca e indexação no ambiente imersivo digital e seu modo de operacionalização; e feita a conceituação dos termos que designam as técnicas de otimização voltadas para as ferramentas de busca. Em seguida, o referencial teórico procurou se concentrar nas diferentes possibilidades do fazer jornalístico e da produção de conteúdo em si na era digital, e nas consequentes transformações dos valores-notícia e dos critérios de noticiabilidade na relação contemporânea entre redes digitais, comunicação e jornalismo.

Na segunda parte do trabalho, exposta a partir do capítulo três (Construindo a metodologia: Observação das palavras e termos-chave no conteúdo da web e da TV), é detalhado o método utilizado na pesquisa e as possíveis hipóteses. O recorte temático para a construção do trabalho investigativo se baseou nas reflexões sobre as mudanças na forma de veiculação, produção e seleção de informações nas redes telemáticas impulsionadas pelas novas tecnologias digitais e suas interações com dispositivos de busca e indexação baseados em palavras-chave, e (novos?) valores-notícia no ambiente imersivo digital, sendo feito uso da análise de conteúdo para levantamento e apreciação dos dados coletados na pesquisa. Para a elaboração das hipóteses, indo além das indagações baseadas no empirismo, foi levada em consideração a lógica pragmática de Charles Sanders Peirce, com base nos estudos passados por meu orientador, Prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta, à época de sua disciplina ministrada, acompanhamento de meu estágio docência e orientação ao longo do mestrado. Dessa forma, foram estabelecidas inferências baseadas na lógica abdutiva, com o intuito de explorar novas possibilidades, até então desconhecidas, sobre o tema tratado – cuja operação lógica será tratada mais adiante.

A dissertação pretende levantar posteriormente, no capítulo quatro ‘Interpretando resultados e confrontando hipóteses: Quando o usuário é quem gera a notícia – o que leva determinado assunto a virar pauta e figurar nos veículos de notícias?’ questões importantes na compreensão da produção da notícia na web, da influência de novas tecnologias nesse contexto e nas possíveis mudanças das práticas e conceitos do webjornalismo já existentes.

2 CIBERCULTURA, TECNOCULTURA E AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

O pesquisador e filósofo francês Gilbert Simondon (2009), em sua obra *Technical Mentality*, discorre sobre a idade do pós-humano, que seria a ultrapassagem da questão social e cultural pela tecnologia. Referindo-se à Foucault, que acredita que ter conhecimento ou ter técnica é ter poder, defende que, mesmo em uma sociedade pós-humana, guiada pela tecnologia, é impossível não haver o controle do homem. Até os anos de 1990, acreditava-se, segundo essa perspectiva, que as teorias sociais e estudos culturais se aplicavam, inclusive, aos objetos técnicos, e havia uma divisão entre ciências humanas, sociais e demais áreas. A partir da década de 1990, há uma ruptura dessa concepção, na qual começa a se levar em conta as especificidades dos objetos e a interdisciplinaridade, apesar do domínio ainda presente do cultural sobre a técnica. No anos 2000, entretanto, segundo o autor, com a sociedade pós-humana, da técnica, do pós-social e cultural, é possível observar uma reconfiguração da sociedade pelas tecnologias digitais, com domínio da técnica e da tecnologia em diferentes processos. “O caráter eletrônico das tecnologias digitais lhes confere características que conduzem os processos nos quais participam à imediatividade, à disseminação e à aversão a controles, por exemplo” (PIMENTA, 2011, p. 5).

A tecnocultura, segundo Garcia dos Santos (2003), pode ser definida como o momento a partir do qual é possível estabelecer um substrato comum à matéria inerte, ao ser vivo e ao objeto técnico, sendo estes codificados em uma linguagem comum e informacional. Nesse atual contexto, no qual não só o homem e a máquina, mas o próprio mundo, torna-se passível de codificação e recodificação, “a comunicação, ao ser mediada tecnologicamente, impulsiona uma série de modificações na sociedade” (DALMONTE, 2007, p.132).

Dentro do panorama da cibercultura, que, segundo André Lemos, “coloca a tecnologia digital contemporânea como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários” (LEMOS, 2002, p.86), o desenvolvimento de novas tecnologias, que ampliou a circulação de informações no mundo virtual de forma descentralizada (LÉVY, 1999; SANTAELLA, 2003), possibilitou uma verdadeira revolução na forma em que os indivíduos e as instituições se comunicam, se informam e se relacionam no ambiente digital. Diversas pesquisas referentes às redes telemáticas e às novas tecnologias, como a popularização do acesso ao computador e à rede mundial de computadores, sobretudo no Brasil (TEIXEIRA, 2008; VAZ, 2008; GABRIEL, 2009; LEDFORD, 2009), comprovam a relevância da internet como um dos principais meios de comunicação na contemporaneidade

e, indo além, a influência de tecnologias e redes digitais na produção e veiculação de informações.

Quando se fala em internet e cibercultura, é importante diferenciar os dois conceitos, destacando a amplitude do último, como destaca Lucia Santaella (2010): ao contrário da internet, que se concentra em uma definição mais técnica, a noção de ciberespaço pode ser compreendida como “mais aberta e vaga, sempre relacionada com nossos modos de entrar, transitar e compartilhar as redes” (SANTAELLA, 2010, p.87). Essa diferenciação permite projetar a capacidade de expansão híbrida no ambiente das redes digitais - não só de convergência entre mídias, mas também na repartição entre o físico e o virtual, e o humano e o artificial – na compreensão do fazer jornalístico voltado para mecanismos de busca, do papel do jornalista e sua identidade no ambiente imersivo digital, e na correlação entre o homem e a máquina no fluxo de informações nas redes.

(...) Os atuais meios técnicos possibilitaram a construção de processos sógnicos cada vez mais sofisticados, pela articulação dos códigos verbal, visual, sonoro e, até mesmo, gestual, este último estimulado pela interatividade. Tal complexo multicódigos supera a arbitrariedade do verbal, hegemônico até agora, e abre espaço para signos crescentemente analógicos em relação a seus objetos. Isto porque os códigos não-verbais têm características próprias, o que implica em processos diferenciados já a partir da percepção, na relação com seus referentes e também nos efeitos que geram nos intérpretes (PIMENTA, 2004, p. 2).

2.1 A EVOLUÇÃO DAS NOVAS TECNOLOGIAS E DAS REDES TELEMÁTICAS DIGITAIS NO CONTEXTO DO SABER

Para Manuel Castells (1999), as redes telemáticas representam um espaço no qual não há mais fronteiras entre os *mass media* e as demais fontes de comunicação. Ao contrário, os processos estão se horizontalizando, ao adquirirem um caráter de produção, emissão e compartilhamento de todo tipo de produto cultural por meio da mídia digital. A sociedade em rede, no caso, representaria não só a ação de seus sujeitos, mas o destaque de um público que cria e se apropria das informações em circulação.

O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso. (...) O uso das novas tecnologias de telecomunicações nas duas últimas décadas passaram por três estágios distintos: a automação de tarefas, as experiências de usos e a reconfiguração das aplicações (CASTELLS, 1999, p. 51).

Dan Gilmor (2005), citado por Rüdiger (2011), explora a perspectiva de que a comunicação por meio das redes telemáticas possibilitou, pela primeira vez na história, a ruptura do monopólio de elaborar e publicar notícias, até então privilégio exclusivo das empresas jornalísticas e de comunicação. Indo além de na produção de informações nas redes digitais, as pessoas “estão se redirecionando para essas novas fontes de recreação e conhecimento, em que elas mesmas se transformam, com o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação” (RÜDIGER, 2011, p.29).

Henry Jenkins segue essa mesma linha ao analisar os novos criadores de conteúdo que estão surgindo em grande escala no âmbito da cibercultura, cuja perspectiva das mídias digitais interativas e a popularização da internet permitem a atuação de vários agentes no processo de comunicação que constitui uma cultura da convergência. A lógica das organizações e da figura do consumidor na rede, nesse caso, pode ser transportada para o consumidor de conhecimento, informação e conteúdo na *web*.

A convergência é um processo ao mesmo tempo corporativo, de cima para baixo, e de consumidores, de baixo para cima. A convergência corporativa coexiste com a convergência oriunda do cotidiano. As empresas de comunicação estão aprendendo como acelerar o fluxo de conteúdos através de canais de entrega, a fim de expandir suas oportunidades de receita, ampliar mercados e reforçar a fidelidade dos consumidores. Os consumidores estão aprendendo a utilizar as tecnologias de comunicação para por os fluxos de comunicação sob maior controle e interagir com outros consumidores (JENKINS, 2009, p.18).

Pode-se atribuir esse livre acesso à criação, publicação e compartilhamento de conteúdo ao advento da *Web 2.0*, designada por O’Reilly em 2005 para definir a internet como plataforma de participação. “A *Web 2.0* tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações” (PRIMO, 2006, p.1).

Vale ressaltar ainda as contribuições da abordagem de Shirky (2011) sobre cultura da participação e excedente cognitivo, ao tratar dos novos mecanismos de mídia como facilitadores de novos usos sociais da rede de forma ativa. O autor ressalta esse ambiente de mudanças envolvendo o compartilhamento de informações:

Os usos sociais de nossos novos mecanismos de mídia estão sendo uma grande surpresa, em parte porque a possibilidade desses usos não estava implícita nos mecanismos. (...) Mas o próprio uso de uma tecnologia social é muito pouco determinado pelo próprio instrumento; quando usamos uma rede, a maior vantagem que temos é de acessar uns aos outros. Queremos estar conectados uns aos outros, um desejo que a televisão, enquanto substituto social, elimina, mas que o uso da mídia social na verdade ativa (SHIRKY, 2011, p.18).

2.1.1 Os agentes na rede: A metáfora do ciborgue e a Teoria Ator-Rede

Em uma rede, definida por Manuel Castells (1999) como um conjunto de nós interconectados, capaz de se expandir de forma ilimitada e integrar novos nós que compartilham os mesmos códigos de comunicação, as relações de poder são reorganizadas. “A sociedade em rede representa uma transformação qualitativa da experiência humana” (CASTELLS, 1999, p.505). Já um ator, segundo a concepção de Raquel Recuero (2009), representa o primeiro elemento de uma rede social, atuando de forma a moldar as estruturas sociais através da interação e constituição de laços, representados por nós ou nodos. No que se refere às redes sociais na internet, esses atores não são discerníveis, sendo representados em sua maioria por construções identitárias no ciberespaço (RECUERO, 2009).

Os processos de difusão das informações são emergentes e resultado das interações e dos processos de conflito, cooperação e competição. (...) Os aspectos dinâmicos das redes contribuem ainda para a percepção das alterações da rede diante dos contextos e das interações dos atores que a constituem (RECUERO, 2009, p. 115).

Tanto a obra de Castells e Recuero, quanto de outros pesquisadores como Donna Haraway e Law, oferece subsídios que permitem compreender a dicotomia entre homem e máquina, tornando possível considerar tanto um elemento quanto o outro como agentes atuantes no fluxo informacional observado na cibercultura. No caso dos dois últimos pesquisadores citados, pode-se traçar um paralelo, basicamente, entre duas ideias respectivas que serão tratadas a seguir: a Metáfora do Ciborgue, de Haraway, e a Teoria Ator-Rede.

Segundo Haraway (2000), o ciborgue é definido como um organismo cibernético que pode ser entendido na definição tanto real quanto ficcional, e opera contra a linearidade, o holismo e oposições binárias. Além disso, pode ser sinalizado por três quebras de fronteiras: (1) Humano – Animal; (2) Natural – Artificial; e (3) Físico – Virtual. Trata-se de concentrar nas ideias globais que podem ser representadas pela recodificação da responsabilidade, quebra de dicotomias existentes e oportunidade para novas perspectivas. A autora discorre ainda sobre a relação entre ciborgue e o feminismo, como fragmentação social pós-moderna que representa basicamente o fim da família nuclear como conhecemos e o processo de industrialização.

O Manifesto Ciborgue de Donna Haraway vai ao encontro da discussão sobre o contexto real da tecnocultura, já que aborda a metáfora do ciborgue representando o ambiente atual em que vivemos, no qual as diferenças se equalizaram, não há gêneros, ou início meio e fim. Sinalizando fronteiras transgredidas e realidades sociais e corporais vividas nas quais

peessoas não temem sua estreita afinidade com animais e máquinas, já não se sabe onde começa um e termina o outro, com identidades permanentemente parciais e posições dúbias. Da mesma forma, a aposta de que a tecnologia pode ser autônoma no processo dinâmico em que vive o jornalismo na *web*³ pode ser exemplificada com o surgimento de um *software* inteligente desenvolvido pela organização americana Narrative Science, capaz de gerar artigos e notícias online automaticamente. A plataforma atualmente é utilizada pela revista Forbes, também americana e voltada para assuntos financeiros, mas funciona para diferentes outros nichos, em que as reportagens seguem padrões semelhantes e giram em torno de estatísticas e números, único elemento inserido pelo homem. O *software* permite ainda que, indo de acordo com as premissas do ambiente digital contemporâneo, o conteúdo gerado seja personalizado para as experiências online dos usuários, foco também dos dispositivos de busca. Com essa nova realidade, não obstante surgem apocalípticos e integrados com discursos tanto no sentido de extinção do jornalismo e de ameaça à profissão quanto de quebra de paradigmas, já que, sem dúvida, se trata de uma solução mais rápida, eficaz e barata na produção e seleção de notícias na *web*.

No caso, esse tipo de *software* parece ser uma tendência, e tende a se difundir naturalmente não só pelo desafio imposto pela tecnologia aos jornais, revistas e portais de notícias para que se reinventem, mas sobretudo pela lógica de que não se pode pensar mais na questão dos meios eletrônicos com base nos mesmos parâmetros de outrora, e que, ainda, a compreensão de tecnocultura na qual vivenciamos “significa tanto construir quanto destruir máquinas, identidades, categorias, relações e narrativas espaciais” (HARAWAY, 2000, p. 102).

Quando ouvimos a expressão “tecnologias da informação”, costumamos pensar nas máquinas e nos meios que processam as mensagens produzidas pelos homens, veiculando um conteúdo imaterial – textos, imagens e sons. Nesse caso, a informação é então entendida em seu sentido jornalístico, como esse dado da realidade que, uma vez trabalhado pela linguagem humana, se torna o componente das mensagens capaz de estruturar a comunicação entre emissor e receptor, e manifestar a originalidade da troca simbólica que se estabelece. Mais ainda: quando se fala em tecnologias da informação, costumamos pensar na mídia, isto é, no sistema de produção industrial de informações. Entretanto é preciso deixar claro que a mídia, tal como existe hoje, é apenas um segmento, ainda que relevante, da virada cibernética; esta implica muito mais do que o simples uso dos meios eletrônicos para transmitir informações (GARCIA DOS SANTOS, 2003, p. 3).

³ Nesse trabalho, a utilização do termo *web* deve ser considerada no âmbito da *web* indexável, que compreende a parte da internet normalmente acessível e indexável aos mecanismos de busca. Isso porque o termo *web*, embora comumente utilizado como sinônimo de internet possui um significado mais abrangente. Enquanto a internet consiste em uma rede mundial de computadores conectada através de uma infraestrutura de *hardware* e *software*, a World Wide Web é um subconjunto das informações disponíveis na internet, e pode ser dividida em *web* indexável, cujas páginas estão acessíveis ao mecanismo de busca; e na chamada “*Deep web*” ou “*web* profunda”, cujo conteúdo só pode ser acessado através de senhas e/ou *softwares* e navegadores específicos.

No entanto, há de se considerar a diferença entre um texto ou nota padronizada, diferenciada apenas por estatísticas, de uma reportagem devidamente apurada e/ou escrita para o meio internet. Independente dessa discussão, seja na utilização, pelo jornalista, das técnicas de otimização voltadas para robôs de dispositivos de busca visando posicionar a notícia nas primeiras posições nos buscadores e fazer com que seu conteúdo seja encontrado na rede - tema que será abordado adiante- ; ou na realidade em que próprios robôs produzem conteúdo jornalístico, o contexto como um todo comprova que “computadores, sistemas de comunicação, decodificação e programação genética são todos amplificadores e extensões da mente humana" (CASTELLS, 1999, p.51).

O discurso utilizado por Donna Haraway sobre a identidade de gênero e o feminismo, quando afirma que “a consciência da exclusão que é produzida por meio do ato de nomeação é aguda, já que as identidades parecem contraditórias, parciais e estratégicas” (HARAWAY, 2000, p. 47) também pode ser utilizado, se trazido para o contexto da identidade do jornalista em meio à produção e seleção de notícias no meio digital, como um contraponto à visão que se traduz atualmente de que o jornalista perderia seu espaço com a consolidação de uma realidade baseada no fazer jornalístico pelas máquinas. Isso porque, indo além, a metáfora do ciborgue engloba tanto a imaginação quanto a realidade material, dois pólos conjugados que possibilitam estruturar qualquer possibilidade de transformação histórica (HARAWAY, 2000).

As máquinas do final do século XX tornaram completamente ambígua a diferença entre o natural e o artificial, entre a mente e o corpo, entre aquilo que se autocria e aquilo que é externamente criado, podendo se dizer o mesmo de muitas outras distinções que se costumavam aplicar aos organismos e às máquinas. Nossas máquinas são perturbadoramente vivas e nós mesmos assustadoramente inertes. (HARAWAY, 2000, p. 46).

Do mesmo modo, Donna Haraway trabalha a concepção do termo “informática da dominação”, que também pode ser aplicado ao contexto jornalístico na rede, já que não legitima o determinismo entre homem e máquina, se pautando na integridade e, ao mesmo tempo, integração entre ambas as partes. Nesse sentido, é possível traçar um paralelo à crítica do senso comum atual que vê com pessimismo a tendência de se desenvolverem robôs para desempenhar, na internet, o papel que outrora era atribuído somente ao jornalista. “Em relação a objetos tais como componentes bióticos, devemos pensar não em termos de propriedades essenciais, mas em termos de projeto, restrições de fronteira, taxas de fluxo, lógica de sistemas, custos para se reduzir as restrições (HARAWAY, 2000, p. 61).

No caso dos dispositivos de busca capazes de classificar o conteúdo produzido pelos jornalistas por meio de palavras e termos-chave, e também das tecnologias capazes de gerarem sozinhas reportagens de forma independente e automática, pode-se dizer que a metáfora do ciborgue se aplica nesse ambiente atual em que não há início, meio ou fim. Não há gêneros, e as diferenças se equalizaram, fronteiras foram transgredidas, e dessa forma não se sabe onde começa e onde termina o jornalismo na esfera do ser humano ou na esfera tecnológica. Trata-se, portanto, de realidades vividas nas quais os jornalistas e demais profissionais que atuam com produção e seleção de notícias na *web* não devem temer uma estreita afinidade com as máquinas, em um ambiente cujas identidades são permanentemente parciais e as posições, ditórias. Conforme afirma Joon Ho Kim (2004), “o que comumente tem se chamado de cibercultura é uma resposta positiva da cultura na criação de uma nova ordem do real, frente aos novos contextos práticos que desafiam as categorias tradicionais de interpretação da realidade” (KIM, 2004, p. 207).

Um dos resíduos mais importantes que a cibernética legou à cibercultura foi a visão de que os seres vivos e as máquinas não são essencialmente diferentes. (...) Os produtos – reais e imaginários – de tais tecnologias podem contradizer certas noções de classificação fundamentais, tais como a oposição entre natureza e cultura, entre orgânico e inorgânico, entre o homem e a máquina, dentre outras. (KIM, 2004, p. 206).

Haraway compartilha dessa perspectiva ao defender que a tecnocultura constesta de forma clara e intrigante esses dualismos, já que não fica explícito quem faz o que na relação entre o humano e a máquina, ou ainda o que é mente e o que é corpo, em máquinas e organismos que funcionam em conformidade com práticas de codificação (HARAWAY, 2000). Traçando uma proximidade com o pensamento ocidental que opera na preocupação com que os outros vão pensar e a produção da notícia pelos jornalistas em si; e a visão oriental preocupada com o objeto em si – como as coisas funcionam, como pensar na situação, suas articulações e conexões -, a elaboração de notícias pelas máquinas de forma autônoma operaria nesse nível. Mas não obstante, em conformidade com as idéias discorridas por Castells (1999), essas perspectivas se misturam pois, no atual contexto informacional, a fonte de produtividade se encontra na tecnologia de geração de conhecimentos e de processamento da informação na rede – que no caso pode ser exercida por ambas as partes: máquina e humano, sem distinção de onde começa um e termina o outro. No entanto, como conhecimentos e informação são elementos essenciais em todas as esferas de desenvolvimento, o que é atribuído especificamente é a ação de conhecimentos sobre os

próprios conhecimentos, como fonte primária de produtividade e processamento da informação.

Raymond Barglow, sob a perspectiva da psicanálise social, aponta o fato paradoxal de que, embora aumentem a capacidade humana de organização e integração, ao mesmo tempo os sistemas de informação e a formação de redes subvertem o conceito ocidental tradicional de um sujeito separado, independente: 'a mudança histórica das tecnologias mecânicas para as tecnologias da informação ajuda a subverter as noções de soberania e auto suficiência que serviam de âncora ideológica à identidade individual. (...) Barglow apresenta uma comparação fascinante entre os sonhos clássicos relatados nos escritos de Freud e os sonhos de seus pacientes no ambiente de alta tecnologia de São Francisco dos anos 90: 'imagem de uma cabeça... E suspendendo atrás dela há um teclado de computador... Sou essa cabeça programada!' (CASTELLS, 1999, p.40).

Garcia dos Santos (2003) salienta que:

Donna Haraway havia observado que as ciências das comunicações e a biologia moderna compartilham o mesmo ímpeto de traduzir o mundo num problema de codificação, de buscar uma linguagem comum na qual desapareça qualquer resistência ao controle instrumental e na qual toda heterogeneidade possa ser submetida a decomposição, recomposição, investimento e troca. “O mundo”, escreve Haraway, “é subdividido por fronteiras diferencialmente permeáveis à informação. Esta nada mais é do que um tipo de elemento quantificável (unidade, base de unidade) que permite uma tradução universal e, portanto, um poder instrumental desabrido” (GARCIA DOS SANTOS, 2003, p. 14).

Seguindo uma outra linha, a Teoria Ator-Rede (TAR), desenvolvida por Bruno Latour, Michel Callon e John Law, parte da perspectiva epistemológica de rede que associa fluxos e mediações compostos de elementos heterogêneos conectados, sejam eles humanos ou não-humanos. Diante da observação de correlação entre as estruturas de indexação das redes telemáticas - aqui representadas especificamente pelos mecanismos de busca – e o processo de produção jornalística na *web*, é notável sua contextualização sob a ótica da Teoria Ator-Rede na compreensão das redes de atores que atuam diante do atual fluxo de informações no ciberespaço.

Ao contrário de eliminar qualquer ator ou actante não-humano como passível de produzir uma ação e interferir em algum processo, na Teoria Ator-Rede, um ator pode constituir algo qualquer que aja e produza efeitos em rede de forma heterogêneas, sendo humano ou não (LATOURE, 2005). Esse conceito de rede, no contexto da TAR, conforme explica Fernanda Bruno (2012), é fruto de um conjunto de operações em que os actantes produzem efeitos razoavelmente estáveis, podendo estes atores, no entanto, redefinir suas relações entre si e gerar novos elementos.

Ela (Teoria Ator-Rede) insiste que agentes sociais não estão nunca localizados em corpos e somente em corpos, mas que ao contrário, um ator é uma rede de certos padrões de relações heterogêneas, ou um efeito produzido por uma tal rede. O argumento é que (...) atributos que nós normalmente atribuímos aos seres humanos, são produzidos em redes que passam através do corpo e se ramificam tanto para dentro e como para além dele. Daí o termo ator-rede – um ator é também, e sempre, uma rede (LAW, 2006, p.5).

Nesse contexto, apesar da técnica de indexar o conteúdo disponível na *web* constituir um actante não-humano, sua apropriação pelos jornalistas (outros actantes, humanos, dessa rede) que atuam hoje na internet é real, bem como os efeitos que provocam em uma rede sobre ela própria, sobre os próprios agentes jornalistas, e supostos agentes leitores e usuários da *web*. Nesse caso, um estudo sobre a influência das palavras-chave e dos mecanismos de busca na agenda da mídia online buscando verificar os novos paradigmas que estão surgindo para o jornalismo online está intrinsecamente interligado com as tecnologias e aparatos digitais nos quais se baseiam a estrutura de indexação do ciberespaço e a contribuição dos atores humanos (jornalistas e usuários e/ou leitores na rede) nesse processo.

O conceito de Jornalismo de Indexação (FERNANDES, 2009), que será abordado mais adiante, é um dos exemplos que pode ser trabalhado dentro da perspectiva da Teoria Ator-Rede, à medida em que envolve vários elementos (técnicas, atores humanos e não-humanos) em um processo dinâmico e mutável na produção de notícias baseadas nas palavras e termos-chave (*keywords*) mais buscados e discutidos pelos usuários nos mecanismos de busca e nas redes sociais; e a utilização desse conceito visando tornar os conteúdos disponíveis na rede mais disponíveis para indexação, acesso e conseqüente visualização.

Para Conrado Adolpho Vaz, “entender como a web funciona passa por entender como as pessoas colaboram com a criação e a recriação da informação” (VAZ, 2008, p. 66). No entanto, à luz da Teoria Ator-Rede, a simples ação de inserção de termos e palavras-chave em um buscador da internet por um usuário com o intuito de encontrar resultados referentes àquele termo envolve outros actantes (não-humanos) na constituição desse processo.

O caso geral que é enfatizado pela teoria ator-rede é esse: se os seres humanos formam uma rede social, isto não é porque eles interagem com outros seres humanos. É porque eles interagem com seres humanos e muitos outros materiais também. E, exatamente como seres humanos têm suas preferências – eles preferem interagir de certas formas e não de outras – esses outros materiais que compõem as redes heterogêneas do social também têm suas preferências (LAW, 2006, p.4).

2.2 MECANISMOS DE BUSCA E COMPARTILHAMENTO: BREVE ABORDAGEM SOBRE SEO E TÉCNICAS DE OTIMIZAÇÃO

A evolução do ciberespaço pautada pelo compartilhamento de informações na rede fez com que o ambiente digital se direcionasse aos sites de busca de forma cada vez mais expressiva, com o objetivo de filtrar para o usuário as infinitas possibilidades disponíveis, propiciando ao que podemos considerar atualmente como a Era da Busca (GABRIEL, 2009). Segundo um levantamento da organização Forrester Research, 81% dos usuários na internet encontram o que querem visitando sites de busca como o Google, que atualmente domina o mercado nesse segmento e representa o mecanismo de busca com maior participação na *web*, conforme apresenta Teixeira (2008).

A noção de trabalho e até mesmo a de produção de conhecimento também são profundamente alteradas, agora não pela informação genética, mas pela digital. O trabalho vai inscrever-se no software dos computadores, cuja capacidade de processar a informação na própria cadeia da produção lhe confere uma flexibilidade até então desconhecida. Finalmente, o próprio saber é transformado: cada vez mais é reelaboração, reprocessamento, reprogramação e recombinação de conhecimentos já existentes. Em suma: a informação enquanto diferença que faz a diferença reconfigura o trabalho, o conhecimento e a vida, enquanto a virada cibernética transforma o mundo num inesgotável banco de dados (GARCIA DOS SANTOS, 2003, p. 17).

Essa tendência de se navegar na rede e organizar, dispor e acessar o conteúdo disponível através de buscadores permite traçar uma série de características que definem o comportamento do usuário na internet ao fazer uso dos dispositivos de busca. Um levantamento realizado pela Júpiter Research, apresentando por Teixeira (2008), anunciou que 62% dos usuários se concentram apenas nos resultados exibidos na primeira página de uma busca, e que 90% vão, no máximo, até a terceira página de resultados. E é justamente o fator de sobrevivência ou fracasso que justifica a disputa entre as inúmeras fontes de informação existentes na internet para permanecerem nos primeiros lugares das buscas. Em se tratando de um portal de conteúdo ou notícia, o referido hábito do usuário na internet pode definir a visualização e leitura ou não desse conteúdo.

Desde hace tiempo, las nuevas formas para obtener un mayor rendimiento del conocimiento han sido los catalizadores de los cambios dominantes en los distintos movimientos industriales y de gestión. (...) la más reciente era de la información, encauzada por la revolución informática, representa la forma en la que los datos, la formación y los conocimientos de la organización se recogen y transmiten para su redistribución y reutilización. El mayor grado de acceso a la información mediante las redes de sistemas sirvió para acelerar la distribución de ésta más allá de límites organizativos o geográficos (LEE, 2000, p.16).

Diante da infinidade de páginas e grande volume de informações que os dispositivos de busca lidam e organizam, com documentos difíceis de contextualizar e em vários idiomas, o que fazer para obtermos melhores resultados nos processos de busca da *web*? Ou seja, como encontrar o que realmente queremos nas redes telemáticas?

2.2.1 Buscadores: O que são e como funcionam

Buscadores, dispositivos ou mecanismos de busca da internet como conhecemos atualmente, tais como Google, Yahoo!, Bing, AltaVista, entre outros, são tecnologias de seleção e recuperação de dados nas redes telemáticas compostas por quatro partes, de acordo com as funções que exerce, conforme lista Yamaoka (2010):

1. Robô que localiza as páginas, também conhecido como *spider*, agente ou *crawler*;
2. Indexador, que extrai as informações das páginas e as armazena em um banco de dados;
3. Site da internet que serve como interface com o usuário (página inicial do Google, onde é possível digitar em uma caixa de texto o termo desejado, por exemplo);
4. Motor de busca que realiza a pesquisa do conteúdo desejado no banco de dados.

Segundo Vaz (2008), os sites de busca podem ser classificados em três tipos: (1) Baseados em diretórios; (2) Baseados em metabuscas, que realizam buscas nas bases de dados de outros buscadores; e (3) baseados em robôs, que percorrem a internet periodicamente procurando a palavra-chave ou termo digitado em códigos, estruturas e conteúdo das páginas da web. Este último é o caso do Google, tipo de buscador que vem se tornando padrão na *web* contemporânea na forma como executa a classificação, indexação e posicionamento das páginas na internet (VAZ, 2008).

Para Gabriel (2009), um mecanismo de busca ou buscador pode ser definido como um sistema de recuperação de informações designado à finalidade específica de auxiliar na busca de informações desejadas e específicas, armazenadas em ambientes computacionais. A atuação de tais dispositivos na internet, resume-se, de forma simplificada, a ler e coletar todas as informações possíveis de serem encontradas na grande rede, através de links internos e externos, e armazenar esse conteúdo em uma base de dados. Quando o usuário realiza uma pesquisa em um site de busca, tal buscador rastreia o termo solicitado no referido banco de dados com as informações armazenadas que sejam mais relevantes e aproximadas do que foi requisitado e retorna uma listagem de páginas relacionadas por ordem de relevância. Logo,

“quanto mais adequado for o resultado apresentado pelo buscador e quando mais rapidamente ele trouxer esse resultado, mais útil ele se torna” (GABRIEL, 2009, p.31).

Navegar na internet hoje está ligado diretamente, e principalmente, aos sites de busca. “Na cibercultura, o consumidor não quer perder tempo buscando o que procura em um labirinto de informações. Ele deseja a informação rápida e relevante”(VAZ, 2008, p. 157). Martha Gabriel complementa essa tendência ao afirmar que o crescimento contínuo do ciberespaço e seu conseqüente aumento de complexidade propicia ao que podemos considerar a Era da Busca (GABRIEL, 2009). Segundo um levantamento da organização *Forrester Research*, 81% dos usuários na internet encontram o que querem visitando sites de busca (TEIXEIRA, 2008). É importante ressaltar, inclusive, que os buscadores são utilizados no ciberespaço atualmente não só para localizar conteúdo e sites novos, mas também visando fortalecer e facilitar o contato do internauta com os sites nos quais ele já se relaciona, como ocorre ao internauta que digita o nome de uma empresa no Google, por exemplo, para obter o link direto do endereço do site da instituição ao invés de digitar diretamente esse endereço no navegador (GABRIEL, 2009).

É sabido que a internet é um meio com ampla riqueza de informações, fato este que facilita qualquer ação de pesquisa e levantamento de dados (VAZ, 2008). Ao navegarem na internet por meio de buscadores, os usuários digitam em uma caixa de texto uma palavra ou termo desejado e o buscador retorna páginas com os diversos resultados encontrados sobre o referido termo ou assunto. Essa tendência de se navegar na internet por meio de buscadores já permite traçar uma série de características que definem o comportamento do usuário na internet ao fazer uso dos dispositivos de busca. Um levantamento realizado pela *Júpiter Research*, apresentando por Teixeira (2008), anunciou que 62% dos usuários se concentram apenas nos resultados exibidos na primeira página de uma busca, e que 90% vão, no máximo, até a terceira página de resultados. Tal fato comprova a importância de estar visível nos buscadores hoje em dia e, indo além, de estar posicionado entre os primeiros resultados. Vaz (2008) também confirma essa tendência, ao afirmar que 90% das buscas terminam antes de chegar à quarta página de resultados, sendo que 62% ficam somente nos primeiros dez resultados, que se concentram na primeira página exibida. “O mais importante é que mais de 30% dos internautas acreditam que as organizações que configuram na primeira posição são as principais marcas do mercado” (VAZ, 2008, p. 105). Desse modo, grande parte dos usuários na internet procuram os resultados que aparecem na primeira página do buscador, dificilmente indo além da segunda ou terceira página. E é justamente esse motivo que justifica a disputa entre os bilhões de sites, portais e fontes de informação existentes na internet para

permanecerem nos primeiros lugares das buscas e serem encontrados pelos usuários na rede, pois as peculiaridades que definem os hábitos dos usuários tornam a primeira página de resultados de um buscador hoje um fator de sobrevivência ou fracasso de um *website* no ciberespaço.

Não figurar entre os primeiros resultados listados em uma determinada busca pode significar não existir. Podemos chamar esse fenômeno de “a ditadura dos Top 10” e devido a ele, cada vez mais pessoas e empresas se esforçam para encontrar técnicas de otimização de posicionamento nos mecanismos de busca para aplicar em seus websites na tentativa de colocá-los e mantê-los no topo dos resultados (GABRIEL, 2009, p.32).

Os resultados exibidos nos sites de busca mediante uma solicitação do usuário ao digitar uma palavra-chave no buscador podem ser divididos em duas categorias. A primeira, denominada de links patrocinados, são os domínios que surgem no topo da página, logo abaixo da caixa onde se insere o termo desejado, e à direita do navegador, e exibem resultados cujas inserções foram pagas pelo interessado para que apareçam nessas posições da página, por meio de compra de palavras-chave. “Esse tipo de link, quando clicado, gera um custo para o dono do anúncio. Por isso esse tipo de resultado é chamado de link patrocinado, ou busca paga” (GABRIEL, 2009, p. 42). Conforme explicou Krug (2003), a ordem de linearidade de leitura ocidental da esquerda para a direita, e de cima para baixo, fortalecendo a posição estratégica em que esses anúncios, pagos, são exibidos na página de retorno dos buscadores.

A segunda categoria de resultados exibidos é denominada de busca natural ou orgânica, por serem os links apresentados obtidos por meio de um processo natural de seleção de sites realizado pelos buscadores, como explica Gabriel (2009). Nos resultados naturais ou orgânicos, o proprietário ou administrador do site não precisa pagar para que determinado site ou página apareça nos primeiros resultados da busca. Essa listagem se localiza a esquerda do navegador, logo abaixo das primeiras linhas de exibição de *links* patrocinados no topo da página. Teixeira (2008) defende que a busca natural ou orgânica, por ser gratuita, apresenta as vantagens de ser mais clicada e mais confiável do que os *links* patrocinados. Os resultados da busca paga não interferem na busca orgânica, e são notavelmente destacáveis na página de retorno de um buscador. Para Vaz (2008), existem dois elementos que justificam a maior procura dos usuários e o maior destaque para os resultados espontâneos:

A busca orgânica recebe quantidade maior de cliques do que *links* patrocinados porque a busca natural ocupa espaço maior na tela, logo, é mais vista; segundo porque algumas pessoas já sabem que os *links* patrocinados, que ficam destacados e separados na tela, são propaganda e, como uma aversão natural, nem olham para eles (VAZ, 2008, p. 129).

Os resultados orgânicos recebem cerca de 60 a 70% dos cliques dos usuários em uma busca, contra um percentual de 30 a 40% de cliques nos links patrocinados (Gabriel, 2009). Além disso, os resultados pagos geram um custo por clique para o site, enquanto a busca orgânica é gratuita. Vaz (2008) acrescenta que, apesar do significativo destaque da busca orgânica com relação aos links patrocinados, tal fato não implica na ineficácia dos links pagos, mas apenas comprova que são menos eficientes e clicados do que os resultados da busca natural. Diante dessa justificativa, este trabalho pretende analisar apenas os resultados obtidos com os retornos espontâneos dos buscadores, já que a resposta de marketing e de cliques dos links patrocinados é inferior se comparada aos cliques obtidos nos primeiros resultados orgânicos de uma página de busca.

2.2.2 Histórico das ferramentas de busca

O primeiro dispositivo de busca surgido na internet data de 1990, recebeu o nome de Archie e foi criado visando localizar programas em servidores FTP, não atuando ainda voltado para a pesquisa de páginas. Uma ferramenta com esse objetivo específico viria, três anos depois, com o robô de buscas World Wide Web Wanderer, criado por Matthew Gray no Massachusetts Institute of Technology (MIT). O objetivo, diferentemente da primeira ferramenta, era catalogar e medir o tamanho da internet naquela época. No mesmo ano do World Wide Web Wanderer surge o site Excite, que alguns anos depois se tornaria um dos maiores sites de busca da década de 1990, apesar de hoje já ter sido extinto. O Yahoo!, criado por David Filo e Jerry Yang em 1994, aparece em seguida como uma lista pessoal de sites favoritos. Em 1994, é criado também o WebCrawler, primeiro site a indexar uma página inteira da web. Um ano depois, o Brasil começa a atuar nesse mercado com o surgimento do Cadê?, que chegou a ser considerado o principal site de buscas brasileiro, criado por Fábio de Oliveira e Gustavo Vuberti. Em 2002 o site foi vendido, já bem maior, para o Yahoo! Brasil.

O Google, que atualmente domina o mercado, foi lançado nos EUA por Larry Page e Sergey Brin. O mecanismo foi apresentado pela primeira vez na Conferência Mundial WWW, em 1998, com o título de “*The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine*” (em português, “A anatomia de uma máquina de busca hipertextual em larga escala”), e já apresentava o conceito de *PageRank*, que consiste em definir a importância de uma página na internet de acordo com o número de referências (links) que ela dispõe. Vaz (2008) justifica o desenvolvimento do conceito já naquela época pelos criadores do Google, e

que hoje funciona bem no ciberespaço: “Vindos do meio acadêmico, perceberam que as obras mais importantes na Universidade de Standford eram aquelas que recebiam mais citações de outros autores” (VAZ, 2008, p.132). Na época, o Google foi considerado tão eficiente que foi utilizado como ferramenta de busca pelos portais Yahoo! e AOL até o início dos anos 2000.

Em 1998, juntamente com o Google, também foram criados o MSN Search, o Open Directory e a Goto.com, que revolucionaria o mercado de busca ao ser o primeiro buscador a criar o conceito do que se conhece hoje por links patrocinados e que disponibiliza a possibilidade de pagamento para um site aparecer bem posicionado nos resultados de uma busca. Menos de dez anos mais tarde, os buscadores comprovaram que são efetivamente necessários no ciberespaço diante da infinidade de páginas e informações. Em 2005, a busca já se tornava a segunda atividade mais praticada na internet, atrás apenas do uso do e-mail, segundo pesquisa divulgada pela Pew Internet e American Life Project (GABRIEL, 2009).

Desde então, o Google vem constantemente aumentando sua participação e influência no ambiente imersivo digital e aprimorando a classificação das páginas indexadas e a relação de links entre elas de acordo com o conteúdo procurado pelos internautas. Atualmente, o dispositivo representa o buscador com maior participação na *web*, gerenciando mais da metade de todo o tráfego da rede. Em 2008, foi noticiada a marca de mais de um trilhão de documentos indexados, sobre os mais variados temas (TEIXEIRA, 2008).

2.2.3 Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Marketing (SEM)

Em tempos de *Web 2.0* e compartilhamento de informações, nos quais os usuários, com o advento da banda larga, passam mais tempo online e exercem massivamente o potencial interativo do ciberespaço, o crescente número de pessoas que têm acesso à grande rede faz com que grupos de empresas e profissionais tenham interesse no potencial público consumidor, que tendem a opinar e se relacionar com outros usuários com base em suas experiências com produtos, serviços e sites na internet, atualmente ditada por redes sociais e compartilhamento das informações.

O conteúdo dos *websites* sofreu um enorme impacto com a *web 2.0*, dando ao usuário a possibilidade de participar, gerando e organizando as informações. Mesmo quando o conteúdo não é gerado pelos usuários, este pode ser enriquecido com comentários, avaliação ou personalização (VAZ, 2008, p.43).

O compartilhamento de informações na web é feito hoje de diversas formas, seja na criação de perfis em redes sociais, criação de sites e blogs corporativos, participação em comunidades e fóruns, mídia espontânea, entre outras. A presença da marca e do nome da

empresa por meio desses recursos, no caso das instituições, garante a sobrevivência da mesma, uma vez que a internet é fonte de informação e um dos principais meios de comunicação. Isso possibilita que clientes, fornecedores e parceiros se mantenham informados sobre as ações, produtos e serviços oferecidos, tenham acesso a esses produtos e serviços através do *e-commerce*, e estabeleçam uma relação de maior proximidade e retorno com essa instituição. Conforme afirma Vaz (2008), o conteúdo na internet é o grande responsável pelas vendas do comércio eletrônico das empresas. Indo mais além, para Gabriel (2009), essa facilidade de se publicar e compartilhar conteúdos na *web 2.0* criou um ambiente fértil para os processos de busca, já que a ampla gama de informações disponíveis na rede gerou uma necessidade de se criar filtros e processos de validação dos conteúdos.

A atuação para o posicionamento de sites no ranking de um buscador visando a exibição nos primeiros resultados da busca é estabelecida por um conjunto de técnicas para melhorar e aperfeiçoar as páginas da internet, de forma que elas apareçam nos primeiros lugares ao se pesquisar determinado termo ou palavra-chave. Tais técnicas podem ser definidas sob a sigla *SEO (Search Engine Optimization)* - em português, Mecanismos de Otimização em Buscadores (MOB). O conceito de *SEO* envolve diversos outros conceitos relacionados ao marketing digital e ao marketing de buscas, como *SEM (Search Engine Marketing)* e MOB (Marketing de Otimização de Buscas), este último referente à sigla traduzida para o português. Como conceitua Martha Gabriel, *Search Engine Marketing (SEM)*, ou Marketing de Otimização de Buscas (MOB), é “o processo que usa os sites de busca na web para promover um determinado *website*, aumentar seu tráfego e/ou fidelidade, e principalmente aumentar o retorno sobre o investimento” (GABRIEL, 2009).

Uma pesquisa apresentada pela WBI Brasil, em 2011, afirma que 48,30% dos entrevistados vão até a terceira página de resultados em uma busca, 33,65% até a segunda página, e 18,05% se limitam a visualizar apenas os resultados da primeira página. O resultado mostra que existe um interesse por parte dos usuários da *web* quando se trata de encontrar o que realmente procura na rede, o que comprova a necessidade de estar bem posicionado nos mecanismos de busca para que o conteúdo, produto, notícia, serviço, página ou site seja encontrado fácil e rapidamente pelo internauta.

Como explica Yamaoka (2010), “o resultado de uma busca é classificado e apresentado por um método conhecido como relevância”. (YAMAOKA, 2010 p. 153). Cada mecanismo de busca utiliza métodos próprios de classificação das páginas indexadas, e a recuperação e apresentação dos resultados são baseados nesses critérios. De acordo com Martha Gabriel, “os fatores que determinam a relevância de uma página são todos relativos ao

relacionamento que a página mantém com outras páginas na *web* e ao fluxo de tráfego que a página atrai” (GABRIEL, 2009, p.50). A necessidade de ser visualizado nos primeiros resultados das buscas e de se pensar em estratégias de “encontrabilidade” (VAZ, 2008) tornou possível então o surgimento das práticas que podem ser adotadas nas páginas da *web* de forma que elas adquiram um bom posicionamento no ranking de um dispositivo de busca e apareça nos primeiros resultados. Para Ledford, “SEO é a ciência de se personalizar elementos do seu site para atingir a melhor posição possível nos rankings dos motores de busca” (LEDFOURD, 2009, p. 18). Já Yamaoka (2010) acredita que:

É possivelmente o interesse econômico o principal motivo da evolução considerável dos mecanismos de busca nos últimos anos, fazendo surgir novas áreas, como o *search engine marketing*, que objetiva proporcionar aos sítios maior visibilidade e relevância nos resultados das buscas (YAMAOKA, 2010, p. 146).

Apesar de tais técnicas e práticas de otimização das páginas e do conteúdo produzido na internet não serem difundidas pelos mecanismos de busca, já se sabe, por meio de estudiosos e profissionais que atuam na área e verificaram resultados nesse sentido de forma empírica, algumas dessas estratégias, nas quais a preocupação com as palavras-chave e com o conteúdo em si obtém significativo destaque. “O que faz as pessoas visitarem e colocarem links para a sua página é o conteúdo que ela tem. Quanto mais interessante e único, maior relevância terá a sua página” (TEIXEIRA, 2008, p.75). Compartilhando da mesma opinião, Martha Gabriel (2009) afirma:

As palavras-chave consistem na parte mais importante de uma estratégia de SEM (...). Toda busca começa com pessoas digitando palavras-chave em um buscador. Assim, a página é posicionada nos resultados de busca de acordo com as palavras-chave que as pessoas buscam (GABRIEL, 2009, p. 56).

Nesse contexto, a maioria das instituições já perceberam que é de fundamental importância se mostrar presente no universo digital, e, além disso, oferecerem um espaço para que esses usuários possam, de fato, terem uma experiência positiva com tudo que elas têm a oferecer. Vaz (2008) reforça esse contexto, ao afirmar que cada vez mais a internet tomará o espaço hoje destinado a mídias como a televisão, o rádio e o jornal impresso, e que a tendência é a existência de agências interativas, nas quais não haverá sentido separar a *web* das outras mídias.

Um dos muitos paradigmas jogados por terra pela internet foi o do controle da informação. Até então, a informação era controlada e produzida pelas grandes

mídias, de maneira centralizada [...]. O cetro do poder sobre a informação agora está dividido entre milhões e milhões de usuários (VAZ, 2008, p. 271).

O trabalho de otimização de um site pode ser executado aplicando-se técnicas nas partes internas, ação esta denominada de *on-page*; e nas partes externas do site, ações conhecidas como *off-page*, sempre com o objetivo de melhor posicioná-lo em um mecanismo de busca. Os fatores *on-page* são os elementos que podem ser alterados dentro da página, como nomenclatura de arquivos e títulos, código-fonte e estrutura da página, imagens e produção de conteúdo, por exemplo. Em contrapartida, as ações *off-page* são aquelas de otimização realizadas fora do domínio do site, como a utilização de links externos, a maneira como a página recebe links diretos e é citada em outros sites, e cadastro em diretórios.

Enquanto o conceito de *SEM* (*Search Engine Marketing*) é abrangente e refere-se tanto às ações internas (*on-page*) quanto às externas (*off-page*) de otimização de um site, a definição de *SEO* (*Search Engine Optimization*) é aplicada apenas às técnicas de otimização internas (*on-page*), sendo o objeto de estudo desse trabalho por englobar ações no que tange à produção de conteúdo. Logo, o conceito de *SEO* está inserido no conceito de *SEM* ou *MOB*, sendo um dos desdobramentos destes (GABRIEL, 2009).

É importante ressaltar que tais técnicas de otimização não são divulgadas pelos desenvolvedores dos mecanismos de buscas, que periodicamente alteram os algoritmos de posicionamento, mas fruto de uma atuação recente de profissionais ligados às áreas de marketing, ciência da informação, tecnologia da informação e *webdesign*, que por alguns anos vêm observando e experimentando, por meio de tentativas e erros, o que deve ser executado ou não no site para posicioná-lo nos primeiros lugares dos buscadores ao se procurar por um termo ou palavra-chave. “O alimento dos buscadores consiste em códigos, conteúdos e estruturas das páginas e, portanto, as técnicas de *SEO* são focadas neles” (GABRIEL, 2009, p. 48).

No caso do Google, buscador mais popular e difundido pelos usuários na internet, diversos estudiosos e profissionais que atuam na área de *webdesign* e marketing digital vêm listando e descobrindo algumas dessas técnicas por meio de experiências que deram certo na hora de otimizar o site para que ele apareça nos primeiros lugares da pesquisa, listagem essa estabelecida por um índice denominado *PageRank*, que mede a relevância de uma página em todo o espaço da internet em uma escala variável de zero a dez. Gabriel (2009) explica que essa relevância está associada à importância geral que uma página possui na *web*, o que inclui fatores relativos ao relacionamento que a página mantém com outras na rede e também ao fluxo de visitação que a referida página atrai. Teixeira (2008) complementa ao afirmar que a

popularidade do site e o tempo em que ele já se mantém na *web* são relevantes fatores de posicionamento nos sites de busca.

A percepção de que os resultados orgânicos de uma busca são mais efetivos e obtém maiores retornos com o usuário se comparado com links patrocinados, anúncios pagos dos buscadores, permite estabelecer uma tendência crescente de utilização de técnicas de otimização tanto por produtores de conteúdo nas redes telemáticas digitais – incluindo aí a figura do jornalista -, quanto por empresas de comunicação online e grandes portais de notícias na busca de maior visualização e acesso a seus textos, páginas e conteúdo como um todo:

Para negócios e empresas cujo público-alvo seja o usuário regular da *web*, o marketing de busca é uma das ferramentas mais importantes para se iniciar o relacionamento. Quando uma pessoa faz uma busca e encontra sua empresa ou produto como resposta ao que procurava, ela provavelmente estará muito mais interessada em iniciar um relacionamento com sua marca do que se você a estivesse bombardeando com mensagens e ações que interrompessem sua navegação na *web*, filme ou leitura (VAZ, 2008, p. 239).

No caso específico da utilização de técnicas de *SEO* para obter posicionamento e retenção no sites, o fato dessa aplicação ser gratuita frente aos links patrocinados e demais formas de publicidade, e também do contexto atual da *web* em que a maioria dos usuários navega e encontra o que procura por meio dos buscadores reforça a necessidade de se trabalhar com otimização. Conforme estima Ledford (2009), o aumento dos negócios e do faturamento dos sites e das empresas que atuam no ciberespaço com as técnicas de *SEO* podem chegar a mais de 50%. Teixeira (2008) também lista as vantagens das técnicas de otimização e do marketing de busca frente às demais formas de divulgação e publicidade:

A maior vantagem do marketing de busca com relação a outros tipos de estratégias é a relevância. Enquanto que na TV, rádio ou em um *outdoor* o público atingido é formado por aqueles que estão interessados em seu produto e uma grande parcela que não está, no marketing de busca, somente aqueles interessados, que conseqüentemente procuraram o seu produto naquele momento, são impactados (TEIXEIRA, 2008. p.17).

Vaz (2008) denomina essa tendência de aversão à publicidade pura e simples e, ao contrário, do próprio usuário buscar o que procura através dos sites de buscas e clicar nos resultados espontâneos, como uma necessidade de se pensar, cada vez mais, em técnicas de “encontrabilidade” na internet. Tratando-se do ambiente empresarial, o número de opções para o consumidor no ciberespaço torna-se tão grande que o desafio atualmente não é estar à

frente dos concorrentes. “O problema hoje é você ser encontrado antes de seus concorrentes, e, além disto, na hora em que o consumidor precisa” (VAZ, 2008, p. 82).

Para aparecer nas primeiras posições da busca natural, o usuário deve ter um site otimizado para mecanismos de busca, ou seja, que siga milhares de critérios utilizados pelo buscador para que a página seja vista por ele como informação relevante para o usuário que digitou determinada palavra-chave. Uma boa colocação é mais demorada e difícil de ser obtida, porém tem um resultado bem mais efetivo e duradouro, tanto em termos de aumento de visitação quanto de posicionamento e credibilidade da marca (VAZ, 2008, p. 129).

Desde a inserção de um termo em uma caixa de busca do Google, visualização dos resultados listados para essa busca, e navegação nesses sites com base nas opções que foram oferecidas pelo buscador ao usuário, por exemplo, todos esses passos estão passíveis de serem rastreados, mensurados e utilizados posteriormente para finalidades múltiplas. Segundo Fernanda Bruno (2012), “toda ação humana pode deixar atrás de si rastros de diferentes qualidades” (BRUNO, 2012, p.11). A possibilidade de expressão e sociabilização possibilitaram que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões (RECUERO, 2009), que podem ser exemplificados, por exemplo, pelas listas de palavras e termos-chave mais buscados nos dispositivos de busca ou nas redes sociais.

A popularidade é um valor relacionado à audiência, que é também facilitada nas redes sociais na internet. Como a audiência é mais facilmente medida na rede, é possível visualizar as conexões e as referências a um indivíduo (RECUERO, 2009, p. 110).

2.3 DO WEBJORNALISMO AO JORNALISMO DE INDEXAÇÃO: MUDANÇAS ESTRUTURAIS NA FORMA DE PRODUÇÃO E SELEÇÃO DE CONTEÚDO NAS REDES DIGITAIS

Manuel Castells (1999) defende a ideia de paradigma da tecnologia da informação, desenvolvida por Carlota Perez, Christopher Freeman, Giovanni Dosi e Kuhn, como a integração das transformações tecnológicas da atualidade com a economia e a sociedade. Tal conceito pode ser traduzido em seis aspectos que permitem compreender a lógica pela qual passam as redes telemáticas digitais na atualidade, bem como a produção e seleção de notícias nesse meio. São eles (CASTELLS, 1999, p. 78): (1) a informação como matéria-prima, ou seja, não são apenas as notícias e as informações que agem sobre a tecnologia, mas o inverso também ocorre, as tecnologias também agem sobre a informação;

(2) penetrabilidade das novas tecnologias, que interferem e moldam diretamente os modos e processos humanos dentro e fora do ambiente imersivo digital; (3) lógica das redes, como modo de organização que pode ser aplicado em qualquer sistema e conjunto de relações; (4) flexibilidade, que permite constante reorganização, interação, alteração e modificação das organizações e da sociedade como um todo; e (5) convergência, que impossibilita distinguir e/ou separar o que é humano e o que é máquina, ou ainda o que é físico e o que é virtual – inclusive no que tange ao processamento da informação nas redes digitais.

O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso (...) o uso das novas tecnologias de telecomunicações nas duas últimas décadas passaram por três estágios distintos: a automação de tarefas, as experiências de usos e a reconfiguração das aplicações. (CASTELLS, 1999, p. 51).

Nesse contexto, é possível analisar o panorama tanto do campo comunicacional quanto do jornalismo no ciberespaço, que vem passando por uma verdadeira revolução ao longo de pouco mais de duas décadas. Esse meio passou a ser utilizado de forma expressiva, para as práticas jornalísticas, no início da década de 1990, período em que a internet começava a ser empregada de forma comercial (MIELNICZUK, 2002). Desde então, a evolução da *web* e das tecnologias que a implicam possibilitou traçar novos paradigmas, tanto no que diz respeito à atuação do profissional de comunicação, quando do produto jornalístico – a notícia – em si. Desassociar a comunicação social, de uma maneira mais ampla, e a prática jornalística das redes telemáticas e aparatos tecnológicos se torna cada vez mais um desafio, já que qualquer “tentativa da definição do que seria, propriamente, o campo comunicacional estaria esvaziando os debates epistemológicos da área, que deveriam avançar e se aproximar, assim, da cibercultura” (PIMENTA, 2011, p. 2). Dalmonete (2007) vai além ao apontar que:

Algumas questões despontam marcando uma retomada das discussões acerca das novas tecnologias. Se nos anos 1970 a grande preocupação dizia respeito ao acesso aos meios de comunicação, agora, desponta uma outra, que é a participação (DALMONTE, 2007, p. 140).

Traçando um panorama geral, não só dispositivos baseados em indexação, mas diversas outras tecnologias vêm afetando a forma de se fazer jornalismo, tanto dentro quanto fora das redes digitais. Nesse meio tempo, o ciberespaço observou o desenvolvimento de

novas tecnologias e práticas que pudessem adaptar o jornalismo a esse novo meio, tanto no que tange à notícia em si quanto à atuação do jornalista.

As novas tecnologias alteraram as condições de trabalho, conduzindo os veículos impressos e seus leitores a uma posição de maior responsabilidade na definição de suas condutas, tendo em vista a superação de noções ingênuas de neutralidade e objetividade (PIMENTA, 1999, p.2).

Mielniczuk (2002) discorre sobre a história do webjornalismo descrevendo três fases divergentes. A primeira, que marca os anos iniciais do jornalismo na internet e a inauguração das versões digitais dos já consagrados jornais impressos, é baseada na simples transposição do conteúdo, na íntegra, dos veículos impressos para o meio digital. Em um momento posterior, observou-se o chamado jornalismo de segunda geração, no qual a produção jornalística para a *web* se manteve semelhante ao jornal impresso, mas já foi possível observar uma tentativa de se utilizar recursos específicos das redes telemáticas, como o hipertexto e a navegação por links. Já a terceira fase é marcada pela intenção de se explorar os recursos oferecidos pela *web* e desenvolver características exclusivas para a produção de conteúdo voltado para a internet, momento que possibilitou a diversos teóricos traçar estruturas e características relativas ao sistema telemático de notícias e ao que pode ser definido, de fato, como webjornalismo. Tal evolução das práticas jornalísticas na *web* se atribui, sobretudo, a uma especificidade do ciberespaço que é estar em constante transformação.

Apesar de contemporâneas – as características que marcam as três fases do webjornalismo foram descritas há menos de uma década –, é possível observar que tanto o comportamento do usuário na internet e a maneira como o mesmo acessa e consome a infinidade de informações disponíveis na rede, quanto a forma como a notícia é produzida, continuam em um processo evolutivo. Atualmente o que se faz presente é um ambiente imersivo digital marcado pelo compartilhamento de conteúdo e informações, utilizando dispositivos de busca como o Google, Yahoo! e Bing, por exemplo, de forma cada vez mais expressiva.

Para Castilho (2005), as novas tecnologias da informação e comunicação (NTICs) estão alterando de forma significativa os processos de produção de notícias, cujas mudanças fundamentais consistem, sobretudo, na perda do jornalista pelo controle da informação, já que a internet permite ao usuário buscar informações em outras fontes; possibilitou a expansão das experiências de produção de conteúdo pelos próprios usuários; a concepção de um novo conceito de notícia nos ambientes imersivos digitais, baseado em um processo contínuo de

informação; e a aquisição e uso, pelos leitores e usuários da rede, de instrumentos de vigilância e seleção de conteúdo relacionado ao trabalho do profissional de jornalismo. Nesse sentido, Pimenta (2004) destaca que “a linguagem hipermídia, de fato, tem se desenvolvido bastante (...) no sentido de ampliar significativamente o compartilhamento de qualidades entre o que se quer representar e os respectivos processos sógnicos, por causa de seu caráter multicódigos” (PIMENTA, 2004, p.10).

Alex Primo (2006) destaca ainda um argumento interessante com base na figura do jornalista como ator não só na produção de notícias, mas no monitoramento e seleção de conteúdo dos ambientes imersivos digitais.

Se antes era possível observar um fluxo fixo de informações, tendo a mídia como emissora e o público como receptor desse conteúdo, hoje há uma relação híbrida nesse processo, no qual se percebe uma transição da mídia digital de emissora para receptora de informações. Desse modo, é possível que se comprove que o público da internet e o conteúdo discutido e pesquisado por ele muitas vezes é quem delimita atualmente a agenda da mídia na web e, conseqüentemente, a agenda da mídia tradicional, que aproveita o conteúdo online mais acessado.

A Internet foi logo celebrada por sua tecnologia *pull* (o conteúdo é “puxado” pela audiência), que se opunha ao modelo *push* (o conteúdo é “empurrado” até a audiência) da mídia massiva. Enquanto esta se caracteriza por um sistema centralizado de distribuição dos mesmos conteúdos para toda a massa em horários e/ou espaços determinados, Com a emergência da Web 2.0, desenvolveu-se uma forma híbrida dos modelos *push* e *pull* (PRIMO, 2006, p. 3).

A prática jornalística online baseada na preocupação com o posicionamento e a visibilidade desse conteúdo nos mecanismos de busca é definida por Manoel Fernandes como Jornalismo de Indexação (FERNANDES, 2009). No atual contexto do ciberespaço, no qual a navegação é regida pelas buscas e pelas estruturas de indexação, o desafio do jornalista, segundo o autor, é tornar seus textos indexáveis, acessados e disponíveis, integrando-os às redes sociais e às primeiras posições dos buscadores, pois mais importante do que fazer jornalismo voltado para o ambiente digital, como sugere as vertentes do webjornalismo, é fazer com que esse conteúdo seja encontrado pelos dispositivos de busca e, conseqüentemente, pelos internautas (FERNANDES, 2009). Pimenta (1999), ao discorrer sobre a relação entre o jornalismo – até então impresso – e o praticado no ciberespaço, afirma que:

Nas primeiras investigações, direcionadas para o impacto das novas tecnologias sobre o trabalho jornalístico, já se constatava alterações significativas na área perceptiva, induzindo a formação de novos hábitos de produção e de recepção sígnica (...). Além disso, tais transformações conduziriam os profissionais ao desafio de criarem formas de dispor as informações com padrões diferentes daqueles da época da hegemonia do código verbal. (PIMENTA, 1999, p. 4)

2.4 A PAUTA ONTEM E HOJE: PERSPECTIVAS SOBRE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E A INTEGRAÇÃO ENTRE REDES, COMUNICAÇÃO E JORNALISMO

Independente de se discutir os critérios de noticiabilidade que regiam a produção de notícias outrora ou que regem na atualidade, Traquina (2005) destaca uma tendência dúbia que sempre permeou o campo jornalístico: se por um lado há uma apropriação ideológica na qual se credita o jornalismo como um serviço público e necessário para o exercício da cidadania, responsável por levar informações de forma independente e imparcial às pessoas; por outro a prática jornalística é fortemente associada ao campo econômico, cujo principal objetivo é vender a notícia como um produto, com apelo ao sensacionalismo e à audiência e afastamento dos valores associados à ideologia da profissão (TRAQUINA, 2005, p.27). A aparição de cada um desses pólos, com mais ou menos intensidades, figuram nas diversas teorias desenvolvidas ao longo dos anos na área de comunicação e jornalismo visando esclarecer à pergunta: afinal, o que faz de um fato uma notícia? Que atributos ele deve conter para ser noticiado? E quais seriam os critérios de noticiabilidade utilizados pelos jornalistas, nos anos que se seguiram até o surgimento da *web*, e também agora, em tempos de internet e compartilhamento de conteúdo? O breve histórico traçado a seguir tenta responder essas indagações.

2.4.1 Newsmaking e os valores-notícia

De acordo com Traquina (2005), o conceito de noticiabilidade pode ser definido como um conjunto de critérios e operações que fornecem subsídios para que determinado assunto mereça um tratamento jornalístico e possua valor como notícia. Valores-notícia são, então, componentes da noticiabilidade, cujos critérios determinam se um fato, ou assunto, é julgado como suscetível a se tornar noticiável, possuindo assim *newsworthiness*, ou ‘valor-notícia’ (TRAQUINA, 2005).

Partindo dessa premissa, a denominada Teoria do Espelho, que acreditava que as notícias representam um espelho, reflexo fiel da realidade, rapidamente é desacreditada já que estabelecer o que é ou não notícia, e o que será ou não publicado passa por uma série de critérios, ou filtros. Nos estudos acadêmicos sobre o jornalismo, surge em meados dos anos de 1950 a primeira teoria sobre o estabelecimento desses filtros, conforme enfatiza Nelson Traquina (2005) sobre a teoria do *Gatekeeper*. Segundo ela, o processo de produção e publicação de uma notícia passa por uma série de filtros, ou portões (*gates*), que representam a decisão do jornalista com relação a determinados critérios para que a notícia “passe ou não pelo portão” e seja ou não noticiada (TRAQUINA, 2005, p.150).

O autor também descreve outras teorias que abordam a produção e a identificação de um fato como notícia. Na chamada Teoria Organizacional, por exemplo, as “notícias são resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística.” (TRAQUINA, 2005, p.157). Já as Teorias da Ação Política acreditam que os veículos jornalísticos tendem a atuar servindo como instrumento de persuasão no campo político/ideológico, servindo “objetivamente certos interesses políticos: na versão de esquerda, os media noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão de direita, servem como instrumentos que põem em causa o capitalismo (TRAQUINA, 2005, p.163)”.

Por outro lado, a teoria do *Newsmaking* é a que aborda de forma mais detalhada as diferentes facetas que envolvem o caráter dinâmico dos valores-notícia, que, segundo Traquina (2005) e Wolf (2003), se alteram em função de aspectos culturais e tecnológicos. Wolf (2003) estabelece que os valores-notícia provêm de quatro pressupostos implícitos que regem o fazer jornalístico, em consonância com a teoria do *Newsmaking*, que são (WOLF, 2003, p. 180-193):

1. Características substantivas – Definição do que é importante e interessante para ser noticiado, com base no grau e/ou nível hierárquico das pessoas envolvidas no acontecimento noticiável; No impacto sobre a nação e interesse nacional; Quantidade de pessoas que o fato envolve; Relevância quanto à evolução futura de determinada situação.
2. Características do produto - Disponibilidade, atualidade; requisitos técnicos e equilíbrio.
3. Público - Critérios relativos à estrutura narrativa, que podem ser notícias ligeiras; notícias de serviço e/ou notícias que o público possa se identificar.

4. Concorrência – Critérios referentes à competição, como noticiar um fato por achar que o outro irá fazê-lo; expectativas com relação ao fato noticiado; Busca por exclusividade e novidade.

No entanto, Traquina (2005) acredita que um fato tende a virar notícia quanto mais valores-notícia possuir, dos doze descritos a seguir (Galtung e Ruge apud Traquina, 2005): 1) Frequência ou duração do acontecimento; 2) Amplitude do evento; 3) Clareza ou falta de ambigüidade; 4) Significância; 5) Consonância ou facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia, já consolidada; 6) o inesperado; 7) Continuidade; 8) Composição, ou necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com diferentes assuntos abordados; 9) Referência a nações de elite; 10) Referência a pessoas de elite; 11) Personalização, isto é, destaque às pessoas envolvidas; e 12) Negatividade (TRAQUINA, 2005, p.70).

Na era da informação em que vivemos, marcada pelas novas tecnologias, pelo hibridismo tecnológico e midiático e pelo compartilhamento de conteúdo nas redes telemáticas digitais, a notícia tem um papel importante e diversos fatores contribuem para a sua elaboração, ao considerarmos as mudanças que o avanço tecnológico proporcionou ao jornalismo contemporâneo. No entanto, traçar esses fatores no atual contexto se mostra como um desafio, devido ao caráter subjetivo e variável. “(...) A notícia é um processo de construção da realidade, e o processo seletivo da notícia é o que aponta as formas de ver essa realidade” (TUCHMAN apud. TRAQUINA, 2005, p.135).

Outro axioma que corrobora com a complexidade das teorias em torno da noticiabilidade é o de que a notícia é um produto de múltiplas negociações. Para John Hartley, os valores - notícia não são naturais nem neutros, pois “eles formam um código que vê o mundo de uma forma muito particular (peculiar até). Os valores-notícia são, de fato, um código ideológico” (TRAQUINA, 2005, p. 115-116)

2.4.2 Noticiabilidade em tempos de internet

Na visão de Wolf (2003), não há uma regra rígida que estabeleça os critérios para noticiabilidade, já que esta é obtida por meio de um conjunto de negociação de valores, que envolvem a produção, seleção e edição da informação. Noticiabilidade corresponde, então, ao “conjunto de critérios, operações e instrumentos (...) que selecionam uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2003, p.190). No entanto, pode-se afirmar que dentro do contexto da prática jornalística nos ambientes digitais, tais critérios passam pelas práticas discursivas nas quais atuam diretamente os efeitos de poder e as relações poder-saber (RODRIGUES, 2009). “O processo de produção da informação se configura como um espaço

público de lutas micropolíticas, no qual diversas forças sociais, políticas e econômicas disputam a produção de sentido sobre o real” (RODRIGUES, 2009, p. 180).

Nesse sentido, uma análise abordada por Alex Primo e Marcelo Träsel (2006) no que se refere aos critérios de noticiabilidade, diz respeito ao processo de comparação do termo *gatekeeping*, aplicado ao ambiente digital, com o conceito de *gatematching*, sugerido por Axel Bruns em 2003. Para os autores, o conceito de *gatekeeping* outrora criado para aplicação nos meios de comunicação tradicionais, não se aplica de forma direta e expressiva na *web*, que, devido às suas especificidades de seleção e produção de conteúdo, se adequa mais ao termo *gatematching*.

Devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la. Não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas. Nota-se um deslocamento da coleta de informação para a seleção da mesma. Segundo o autor, assume-se um papel semelhante ao de um bibliotecário. É claro que alguém ainda precisa entrevistar as fontes e analisar dados, e a maioria dos profissionais que lidam com o webjornalismo acabam por assumir ambos os papéis. O *gatematcher* combinaria funções de bibliotecário e repórter. Do porteiro, passa-se ao vigia. (PRIMO, TRÄSEL, 2006, p. 8)

Sônia Padilha (2012) também destaca a importância do conceito atual de *gatematching*, e da dinâmica peculiar da internet, que alterou a forma de produção e publicação de notícias, sobretudo no que tange à atualização, direcionamento da leitura, arquivamento e à pesquisa (PADILHA, 2012).

A audiência, que sempre teve ascendência sobre as escolhas do “Senhor *Gates*”, aumentou consideravelmente sua força com o advento das redes sociais e da interatividade. O público ganhou o poder de reagir de imediato ao conteúdo veiculado pelos sites de notícias. Surge a figura do *gatematching*, o “Senhor *Gates*” da audiência. Ele funciona como filtro de função indicial para o *gatekeeper* (PADILHA, 2012, p.9)

Dessa maneira, listagens disponíveis na rede de indicadores de acesso a determinado conteúdo “eleva o status do *gatematching* e, ao mesmo tempo, são indicadores das preferências e ações do público em relação ao que é ofertado a partir da escolha dos editores (PADILHA, 2012, p.10)”.

Diante das muitas possibilidades de fontes de informação e conteúdo no ciberespaço, os veículos de comunicação e portais de notícias da *web* se deparam com o desafio de atrair a atenção, visualização e acesso de seu conteúdo por esses usuários, considerando que, apesar da audiência na rede ser quantitativamente alta, não se observa nesse público uma recepção de massa:

Um dos muitos paradigmas jogados por terra pela internet foi o do controle da informação. Até então, a informação era controlada e produzida pelas grandes mídias, de maneira centralizada [...] O cetro do poder sobre a informação agora está dividido entre milhões e milhões de usuários (VAZ, 2008, p. 271)

Canclini (2008) tratou de diferenciar os conceitos de leitor, espectador e internauta ao justificar o papel desse último como um agente multimídia. Para o pesquisador, “o conceito de leitor foi trabalhado no marco de uma teoria dos campos, quer de forma restrita como leitor de literatura (Iser, Jauss), quer no sentido mais sociológico, como destinatário do sistema editorial (Chartier, Eco)” (CANCLINI, 2008, p.22); enquanto o espectador pode ser relacionado a campos específicos, como o espectador que aprecia cinema, música ou televisão. No entanto, ao abordar a noção de internauta, é possível associar os dois conceitos anteriores à medida em que se trata de um agente que lê, escuta, experimenta e interage com diferentes materiais oriundos de diferentes processos – incluindo aí a leitura e espetáculos. Dessa forma, “as redes virtuais alteram os modos de ver e ler, as formas de reunir-se, falar e escrever, de amar e saber-se amado a distância, ou, talvez, imaginá-lo” (CANCLINI, 2008, p. 54). Consequentemente, altera-se também a forma de seleção do conteúdo que vira notícia ou não dentro e fora do ambiente imersivo digital, já que, ao contrário de outrora, a figura do internauta e a necessidade de ser visto e ter seu conteúdo/página acessado na rede passam a fazer parte desse processo. Raquel Recuero (2009) complementa que:

Os processos de difusão das informações são emergentes e resultado das interações e dos processos de conflito, cooperação e competição. (...) Os aspectos dinâmicos das redes contribuem ainda para a percepção das alterações da rede diante dos contextos e das interações dos atores que a constituem (RECUERO, 2009, p. 115)

Essa contribuição dos internautas nas informações produzidas e veiculadas no ambiente digital, no entanto, pode ir além da simples redação ou comentários nos portais. Para Manoel Fernandes (2009), o conceito de Jornalismo de Indexação se sustenta na produção da notícia baseada na mensuração de audiência e dos assuntos mais buscados e comentados pelos usuários das redes telemáticas, como forma de descentralizar a informação e trabalhar o webjornalismo sob uma ótica colaborativa. Essa mensuração se faz, sobretudo, através de palavras ou termos-chaves (*keywords*) que estão sendo mais utilizadas/ comentadas/ procuradas nos dispositivos de busca e redes sociais em determinado período de tempo. Nesse caso, o levantamento e análise das palavras-chave mais inseridas nos buscadores e o cruzamento dos dados de busca entre dois termos pode ser mensurado por tecnologias online, gratuitas e abertas aos usuários da internet: o GoogleTrends, disponibilizado pelo Google; e

os *TrendingTopics* da rede de microblog Twitter, por exemplo, listam as palavras e termos-chave que apresentam os assuntos (*tags*) mais buscados na internet e comentados na rede social, respectivamente. Com posse dessas informações, é possível ao jornalista produzir conteúdo previamente estruturado para ser encontrado pelos mecanismos de busca e em conformidade com os assuntos de interesse do público na rede. Para tanto, o autor defende:

Escrever utilizando palavras-chave e técnicas de indexação não torna o ofício do jornalista menos nobre, e é a opção que se apresenta como o instrumento mais eficaz para continuar informando um maior número de leitores. O jornalismo de indexação é uma via para introduzir os profissionais de mídia na lógica do século XXI, em que os internautas produzem conteúdo e distribuem informação sem qualquer barreira geográfica ou tecnológica (FERNANDES, 2009, p.56).

O desafio do jornalista diante dessa nova realidade seria, segundo Fernandes (2009), tornar o seu conteúdo indexável, integrando-o às redes sociais e trabalhando as palavras-chave de forma correta. Além disso, é necessário acompanhar os interesses do público e os assuntos mais pesquisados na *web*, selecionando o melhor contexto, nunca deixando, no entanto, de agregar ao conteúdo informações de utilidade pública, sua função inerente, já que, atualmente, mais importante do fazer jornalismo voltado para o ambiente digital, como sugere as vertentes do webjornalismo, é conseguir que esse conteúdo seja encontrado pelos buscadores e, conseqüentemente, pelos usuários da rede (FERNANDES, 2009). Há ainda as perspectivas analisadas por Alex Primo e Lucia Santaella, em consonância com a assertiva do ciberespaço como um território de possibilidades, onde grupos não-hegemônicos adquirem voz e visibilidade. As divergentes modificações ocorridas no jornalismo com o advento das redes telemáticas fez com que o profissional de comunicação de hoje se deparasse com um novo desafio: “trabalhar com a internet, entender sua evolução e estar pronto para as modificações que a grande rede mundial fará na economia, na cultura e na linguagem” (MOURA, 2002, p. 9).

Canclini (2008) destaca ainda que “nem os hábitos atuais dos internautas nem a fusão de empresas que antes produziam em separado cada tipo de mensagem, permitem agora conceber como ilhas isoladas os textos, as imagens e sua digitalização” (CANCLINI, 2008, p.34).

Para Eloi Yamaoka, “assuntos relacionados aos processos técnicos de recuperação e seleção de informação – a matéria-prima para geração de novos conhecimentos – adquirem crescente importância” (YAMAOKA, 2010, p.149). Já Ventura (2010) destaca a necessidade de se trabalhar as novas formas de produção e seleção de notícias na internet diante da

influência de novas tecnologias, como os dispositivos de busca, e suas implicações na prática jornalística online:

Na esfera dos estudos de jornalismo, torna-se cada vez mais relevante estudar as consequências dessa textualidade digital na produção, no conteúdo e na própria recepção das informações que circulam na *web*. Pavlike Ross (apud Deuze, 2006a: 19) sintetizam o impacto dos novos media em quatro fatores distintos: a) no conteúdo das notícias e reportagens; b) nas rotinas produtivas que se instauram nas redações; c) no modo de trabalho dos jornalistas; d) nas relações que os agentes mediáticos (empresários, jornalistas, público) passam a estabelecer entre si (VENTURA, 2010, p. 76).

Para Manoel Fernandes, indexação é a nova palavra-chave do jornalismo, que está diante de uma quebra de paradigma (FERNANDES, 2009), permitindo ao jornalista, dentro dessa premissa, selecionar os termos mais procurados no Google em determinado espaço de tempo e, a partir desse levantamento, produzir conteúdo que insere perfeitamente tanto o profissional, como as suas reportagens, na atual estrutura de busca na internet. Alex Primo e Marcelo Träsel chamam a atenção para a perspectiva da produção de conteúdo pautada na colaboração do usuário na rede, seja por meio de palavras-chave e/ou mensuração dos assuntos mais pesquisados:

Vale apontar que interesses mercadológicos aparecem como motivação para algumas empresas midiáticas que já exploram o webjornalismo abrirem espaços para a intervenção de seu público-alvo. (...) Ou seja, havendo demanda crescente e recorrente a essas páginas, elas ganham importante valor de venda a anunciantes, interessados em posicionar suas mensagens publicitárias em espaços de trânsito intenso. Eis a faceta comercial de práticas de webjornalismo (PRIMO, TRÄSEL, 2006, p. 8).

Ainda em consonância com a necessidade de se obter um consenso na visão do profissional com o do público, Padilha (2012) acredita que um assunto se torna notícia na internet devido a motivos diversos; no entanto, destaca alguns atributos que permeiam esse processo de forma mais significativa. “São eles notadamente: atualidade, relevância, imprevisibilidade, repercussão e interesse coletivo (PADILHA, 2012, p. 11)”. Com relação aos critérios de noticiabilidade que regem na rede, a autora pondera:

A equação de funcionamento dos critérios de noticiabilidade passa em princípio por dois momentos; primeiro pela identificação do fato e seu enquadrando dentro dos valores; segundo quando após identificação e enquadramento o fato recebe determinada valoração que determinará seu status na apresentação do produto. Por exemplo: se vai para a primeira página, se será uma chamada no telejornal, se vai ocupar os quadrantes mais valorizados da *homepage* etc. Permeando esses dois momentos estão os que se denominam aqui como operadores culturais tácitos que, para além dos consagrados valores-notícia identificados e registrados em literatura da área, conseguem imprimir sua marca de tal forma que, em alguns casos, chegam a preponderar (PADILHA, 2012, p. 10).

3 CONSTRUINDO A METODOLOGIA: OBSERVAÇÃO DAS PALAVRAS E TERMOS-CHAVE NO CONTEÚDO DA WEB E DA TV

Para Eloi Yamaoka (2010), “o atual volume de informação disponível no planeta e o seu crescimento exponencial têm relação direta com a evolução da tecnologia” (YAMAOKA, 2010, p.147). Diante da observação do uso crescente e frequente das redes sociais e a importância que se pode atribuir aos mecanismos de buscas hoje no ciberespaço, cujas inúmeras páginas e fontes de informação se organizam através de termos e palavras-chaves e *hashtags*, verificou-se a necessidade de analisar de que maneira a produção, seleção e veiculação de informações pode se reconfigurar nesse contexto. Nessa linha, a proposta de investigação foi estruturada em uma pesquisa quanti-qualitativa cuja análise se concentrou nos conteúdos veiculados no portal de notícias G1 e no noticiário televisivo Jornal Nacional, ambos pertencentes às Organizações Globo; e sua relação com palavras e termos-chave, e *hashtags* de ferramentas interativas de ambientes imersivos digitais que utilizam estruturas de indexação – nesse caso os mecanismos de busca e as redes sociais, representados nessa pesquisa pelo buscador Google e pela ferramenta de microblog Twitter. O objetivo, com essa delimitação, era analisar o conteúdo de um portal de notícias da internet com audiência significativa e pesquisar, a partir dele, novos paradigmas e práticas jornalísticas e formas de veiculação, seleção e produção de informação no ambiente midiático digital, por meio do uso de novas tecnologias no contexto da cibercultura.

3.1 DESCRIÇÃO DO RECORTE TEMÁTICO: G1, JORNAL NACIONAL E GOOGLE COMO OBJETO DE ESTUDO

Como salienta Fragoso (2012), apesar da pesquisa quantitativa se ajustar à análise de variações, padrões e tendências, ela se torna falha quando se necessita captar detalhes e singularidades, surgindo assim a necessidade de uma abordagem qualitativa cujo aprofundamento é mais importante que a generalização dos resultados. Em se tratando de pesquisas na internet, é comum a utilização de métodos que utilizam de ambas as técnicas, o que justificou a escolha pela pesquisa quanti-qualitativa neste trabalho.

Embora comumente os métodos quantitativos e qualitativos sejam vistos como incompatíveis e mutuamente excludentes, é possível entendê-los como abordagens complementares, a serem mobilizadas conforme os objetivos de cada pesquisa, de forma integrada ou em etapas sucessivas. O imperativo e os benefícios da combinação de procedimentos quantitativos e qualitativos para as pesquisas de

internet já foram destacados por diversos autores (por exemplo Sudweeks e Simoff, 1999; Hine, 2005; Thelwall, 2009; Fragoso, 2009) (FRAGOSO *et al*, 2012, p.67).

Nesse caso, apesar de comparar a frequência na qual coincidem palavras, termos-chaves e *hashtags* nas notícias analisadas em determinado período de tempo, a escolha pela amostra foi intencional, já que a construção do corpus de uma pesquisa empírica na *web* se mostra como um desafio.

A internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala (seus componentes contam-se aos milhões e bilhões), heterogeneidade (grande variação entre as unidades e os contextos) e dinamismo (todos os elementos são permanentemente passíveis de alteração e a configuração do conjunto se modifica a cada momento) (FRAGOSO *et al*, 2012, p.55).

O recorte temático se concentrou, então, na linguagem da internet, no que tange ao estudo dos buscadores; e sua apropriação tecnológica, já que o estudo se encaixa no eixo de reconfiguração de práticas em função das tecnologias da informação e comunicação, até então difundidas e estabelecidas. O trabalho aborda ainda aspectos teóricos da internet enquanto objeto de estudo, tanto com relação à internet como cultura, ao analisar o ciberespaço e a cibercultura, quanto à internet como mídia. A tematização da pesquisa também incluiu verificar novas rotinas produtivas e formas de atuação profissionais nas áreas de comunicação e jornalismo, oriundas da inserção das novas tecnologias nesse contexto.

Durante a elaboração do projeto de pesquisa, foi feito um levantamento no Google, em fevereiro de 2013, sobre os sites e portais de notícias mais acessados no Brasil. O site do UOL (uol.com.br) e o da Globo (globo.com) aparecem como os mais visitados no ranking, mas a escolha da amostra não se baseou nesses sites devido ao fato dos mesmos se concentrarem também em assuntos voltados para o entretenimento, o que não é o foco do trabalho. Considerando as demais opções que apareciam na listagem, dedicados de forma mais precisa a notícias, para a análise de dados da pesquisa foi feita a escolha pelo G1 (g1.com.br), portal específico de notícias mantido pela Globo.com sob orientação da Central Globo de Jornalismo. A escolha pelo site, que está disponível na internet desde 2006, se deu pelos seguintes motivos: (1) o domínio do portal G1 – endereço do site – está vinculado ao domínio do portal Globo.com, um dos mais acessados do Brasil, o que o torna uma das principais fontes de notícias na internet; (2) pertencente às Organizações Globo, principal grupo de comunicação do país; (3) o portal disponibiliza, além de notícias próprias em formato de texto, fotos, áudio e vídeo, conteúdo jornalístico das diversas empresas das Organizações Globo: Rede Globo, Globo News, Rádios Globo e CBN, jornais impressos O

Globo e Diário de São Paulo, revistas Época e Globo Rural, entre outras; (4) muitas reportagens próprias são vinculadas aos telejornais da Globo, o que possibilitou posterior análise e comparação do conteúdo online com o conteúdo da televisão.

Entre 20 de maio e 10 de junho de 2013, durante quatro segundas-feiras consecutivas, foi feito um acompanhamento e arquivamento do conteúdo disponível na página inicial do G1, através da captura de telas do portal e de suas respectivas notícias de destaque. A coleta dos dados foi feita no final do dia, às 23h, para que a página inicial do site apresentasse, de forma atualizada, as notícias mais relevantes naquele dia. No mesmo período, foram analisadas quatro edições do Jornal Nacional, durante as segundas-feiras de 20 e 27 de maio, e 03 e 10 de junho de 2013. A opção pelas edições de segunda-feira foi feita levando-se em conta que no início da semana é possível abranger notícias cujos temas possam ter surgidos na semana ou fim de semana anterior, e ainda assuntos que tenham potencial para serem noticiados nos dias subsequentes. No ar desde 1969, o Jornal Nacional (JN), exibido no horário noturno de segunda-feira a sábado, é um dos telejornais mais assistidos e reconhecidos do país, produzido e exibido pela Rede Globo.

Paralelamente, com o intuito de subsidiar a intencional análise posterior, foram levantadas na mesma época – sempre uma vez por semana, às segundas-feiras, no período que compreende 20 de maio a 10 de junho de 2013 - as palavras e termos-chave mais buscadas no site de buscas Google; e ainda as *hashtags* mais comentadas pelos usuários do Twitter.

A escolha pelo Google Search, motor de busca do Google Inc., ou simplesmente Google, é óbvia: trata-se atualmente do maior e principal buscador no Brasil, registrando mais de 90% das buscas feitas no país segundo pesquisa da Hitwise⁴ feita em novembro de 2013. O próprio Google disponibiliza um recurso que permite saber as palavras e termos-chave mais procuradas nos seus buscadores. À época do planejamento do projeto dessa pesquisa, essa ferramenta era acessada por meio do site Google Insight for Search, que permitia filtrar os resultados das buscas de acordo com o assunto, localidade etc. Pouco tempo depois, esse recurso foi incorporado com outros do próprio Google para a criação da ferramenta Google Trends, que foi a utilizada para a elaboração dessa dissertação de mestrado. O Google Trends (www.google.com.br/trends) permite acessar tendências de navegação e pesquisa na internet no Brasil e no mundo, palavras e termos-chave mais buscados; gráficos de busca em determinado período de tempo sobre determinado assunto, comparar termos buscados, entre outros recursos. Assim, nas quatro semanas que compreenderam o período de coleta de dados

⁴ Ferramenta de marketing digital da Serasa Experian, especializada na aplicação de dados de mensuração de internet.

para essa pesquisa, foi concebida, através dos filtros disponibilizados pela ferramenta, uma listagem semanal de palavras e termos-chave mais pesquisados no motor de busca no Brasil. Foram capturadas telas, semanalmente, com as palavras-chave mais buscadas no Google em duas categorias de acordo com os filtros disponibilizados pela ferramenta Google Trends: pesquisa na *web* em geral e pesquisa sobre notícias. Isso porque, além do motor de busca que pode ser acessado pelo endereço Google.com.br, o Google possui um site com motor de busca específico para localizar notícias na internet, disponível no endereço news.google.com.br. Como essa pesquisa tem como recorte temático analisar conteúdo noticioso, a inclusão da listagem de palavras-chave mais digitadas nesse buscador de notícias, vinculado ao mecanismo de busca do Google, se mostrou interessante para fins de análise. Em cada tela capturada, a ferramenta mostra uma listagem de dez palavras e termos-chave mais buscadas na última semana, sob o índice “Principal”, e mais dez palavras-chave denominadas “crescentes”, que tiveram aumento repentino nas buscas da última semana, totalizando vinte termos por tela. Na primeira tela, referente às palavras-chave pesquisadas no mecanismo de busca Google, foram utilizados os filtros “Pesquisa na web do Google”, “Brasil” e “Últimos 7 dias”. Já no levantamento referente às palavras-chave mais procuradas no motor de busca de notícias, são utilizados os filtros “News Search”, “Brasil” e “Últimos 7 dias”. Desse modo, temos um total de quarenta palavras e termos-chave apurados para cada semana analisada nesse trabalho. No entanto, muitas delas tendem a se repetir, conforme se pode verificar em um momento posterior dessa pesquisa.

Da mesma forma, foi feito o procedimento semanal com relação ao Twitter, rede social cujo funcionamento é explicado por Fragoso (2012):

O Twitter é uma ferramenta para a publicação de micro mensagens na qual, originalmente, os usuários são convidados a responder à pergunta "o que você está fazendo?" em até 140 caracteres. Ali, é possível construir uma página e "seguir" e ser "seguido" por outros "*twitters*". Cada twitter seguido tem suas mensagens publicadas (também chamadas "*tweets*") para os seguidores. É possível também optar por seguir outros usuários e acompanhar aquilo que publicam. As mensagens que utilizam uma "@" seguida do nome de um usuário viram links e podem ser rastreadas pelo usuário citado, aparecendo para ele em uma aba específica denominada "respostas" ou "*replies*". Além disso, o nome do usuário torna-se link e pode ser clicado pelos demais usuários, que vão, assim, à sua página no Twitter (...) (FRAGOSO *et al*, 2012, p.91).

A ferramenta, que em março de 2014 completou oito anos desde o seu surgimento, em 2006, tem no Brasil um dos seus cinco maiores mercados no mundo em número de usuários ativos. Devido à sua importância como uma das principais redes sociais

utilizadas no país, sua frequente utilização para buscar informações e acompanhar eventos em tempo real, e sua relação direta com a TV – diversos usuários utilizam a rede de microblog como um recurso chamado de “segunda tela”, acompanhando o que está acontecendo na TV e discutindo em tempo real com outras pessoas que também estão fazendo o mesmo -, o Twitter também se mostrou como uma opção interessante que utiliza o recurso de indexação e classificação de palavras-chave para mensurar os reais motivos que levariam determinados assuntos surgidos no ciberespaço a figurarem como pautas das notícias veiculadas dentro e fora do ambiente imersivo digital.

No caso do Twitter, o procedimento foi feito através da visualização dos *TrendingTopics*, recurso disponibilizado pela própria rede de microblog que mostra uma listagem com os dez termos mais comentados nos *tweets* de seus usuários durante a semana. Essa listagem de palavras-chave, assim como a do Google, pode ser obtida de forma diferenciada de acordo com os filtros disponibilizados pela ferramenta, que seleciona os termos a nível mundial, nacional, e ainda nas principais cidades do país. Como o objetivo dessa pesquisa é, com posse dessas informações, confrontar se tais palavras e termos-chave coincidem com o conteúdo publicado no G1 e, ainda, se tanto os assuntos comentados no Google e no Twitter quanto as notícias veiculadas nos portais aparecem no Jornal Nacional, o filtro utilizado para seleção das palavras-chave foi o *Trends* Brasil, que corresponde aos termos mais comentados no país. Do mesmo modo que a seleção feita no Google, durante quatro semanas foram capturadas, semanalmente, telas constando a listagem das dez *hashtags* que tiveram mais incidência na ferramenta. A listagem dos *TrendingTopics* do Twitter pode ser acessada tanto na página principal da rede social, por meio de login do usuário, quanto diretamente no site twitter.com/trendingtopics.

É importante destacar que as palavras-chave e *hashtags* disponibilizadas pelo Google e pelo Twitter são referentes aos termos mais procurados/comentados durante a semana até a data do levantamento. Ou seja, a pesquisa pelas palavras-chave mais procuradas no Google e *hashtags* mais comentadas no Twitter feitas no dia 20 de maio de 2013 corresponde aos termos mais buscados/procurados da semana anterior até o dia 20. Da mesma forma, a coleta feita no dia 27 de maio corresponde aos dados da semana do dia 20 ao dia 27; a coleta do dia 03 de junho equivale aos dados da semana do dia 27 de maio a 03 de junho, e assim por diante.

Outro recurso auxiliar utilizado para mensuração das palavras e termos-chave foram as notícias que o portal G1 publica semanalmente fazendo um levantamento comentado dos *TrendingTopics* do Twitter. Para se adequar aos dados da pesquisa já coletados, foram

utilizadas as notícias publicadas referente às datas utilizadas na pesquisa para levantamento das notícias no portal G1, notícias no Jornal Nacional, palavras e termos-chave no Google e *hashtags* no Twitter, que foram: 20 e 27 de maio de 2013, e 03 e 10 de junho de 2013.

3.2 A ANÁLISE DE CONTEÚDO NA CATEGORIZAÇÃO DAS AMOSTRAS

Todos os dados coletados para essa pesquisa, conforme descrito anteriormente, podem ser classificados como uma amostra intencional com heterogeneidade, na qual é possível encontrar elementos de todas as variações previamente identificadas representadas na amostra. O objetivo era que a amostra possibilitasse a percepção da variedade do universo da pesquisa e dos padrões que a ocorrem, conforme tabela de estratégias e critérios de amostragem (PATTON *et al apud* FRAGOSO, 2012, p.79).

Com base na transcrição desses registros, a próxima etapa então foi fazer uso da análise de conteúdo (BARDIN, 1977) como técnica de interpretação e investigação metodológica, visando formular, depois da análise de todo o material coletado, tanto nos sites da internet quanto nas edições do telejornal, inferências válidas que possam ser aplicadas ao contexto do trabalho.

Como justifica Fragoso (2012), a análise de conteúdo vem sendo utilizada de forma significativa e satisfatória na análise de hiperlinks para pesquisas em escalas menores que intercalam os métodos quantitativos e qualitativos.

Capaz de operar em diversas escalas de observação, essa técnica permite combinar a avaliação qualitativa individual dos elementos da amostra com uma sistematização quantitativa, por categorização, compatível com o volume de dados envolvidos. Além disso, a análise de conteúdo pode ser realizada a partir de categorias previamente definidas (AC dedutiva) ou de modo indutivo (AC indutiva), agrupando unidades conforme similaridades que se revelam ao longo da própria observação até chegar a categorias emergentes da própria amostra (FRAGOSO, 2012, p.163).

Através, a princípio, do processo de categorização que, conforme explica Bardin (1977), consiste na classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento, seguindo critérios definidos, pretendeu-se obter uma representação simplificada dos registros brutos. A intenção foi utilizar tanto o critério de categorização semântico, que concentra na análise dos temas, quanto o critério de categorização léxico, de concentração de palavras. Para Bardin (1977), nem sempre as hipóteses são estabelecidas na pré-análise, podendo surgir também no decorrer da pesquisa. Considerando esse contraponto, foi feita posterior escolha dos índices para organizar o

conteúdo analisado em indicadores, conforme os temas que apareceram com frequência entre outros recortes comparáveis de categorização para análise temática e registro de dados.

Ao final desse processo, os dados levantados e a formulação das categorias possibilitaram a verificação das hipóteses cuja dissertação se propôs a tratar. Por meio da relação pauta versus palavras-chave, uma das hipóteses iniciais de trabalho foi constatar se os termos mais buscados e os assuntos mais comumente discutidos nos mecanismos de busca e nas redes sociais, respectivamente, estão sendo utilizados como critérios de noticiabilidade e servindo como pauta para a agenda da mídia online, composta por veículos de comunicação e portais de notícias que se encontram no ambiente imersivo digital; e ainda para veículos de comunicação tradicionais como a TV. Nesse caso, considerou-se a possibilidade do público usuário da internet delimitar atualmente o que será mais noticiado nos portais de notícia, através do conteúdo discutido e pesquisado por ele; e ainda verificar se os dispositivos baseados em busca por palavras-chave pautam o jornalismo, tanto dentro quanto fora do ambiente imersivo digital.

3.3 HIPÓTESES DE TRABALHO: QUANDO UM TEMA POSSUI RELEVÂNCIA SIMBÓLICA

Conforme descrito no capítulo anterior, integrado ao contexto do saber encontram-se axiomas que não necessitam de pesquisa para se comprovar, hipóteses essas que podem ser extraídas pela lógica empírica, ou indutiva: a ampla utilização dos mecanismos de busca por palavras-chave como ferramenta de seleção de informações na internet, inclusive servindo como recurso para o jornalismo; e ainda a influência dos avanços técnicos no fazer jornalístico e na elaboração das pautas. Nesse panorama, considerou-se também a hipótese de que, se a pauta é influenciada pelos avanços técnicos e os portais e produtores de conteúdo desejam obter audiência e visibilidade na rede, então os jornalistas dos portais de notícia a serem analisados utilizam os mecanismos de busca e as redes sociais para pesquisarem e obterem pautas sobre os assuntos mais discutidos e acessados da internet e, ainda, fazem uso de técnicas de otimização voltada para buscadores (*SEO*) na elaboração desse conteúdo. No entanto, ao contrário do que ocorre comumente nos estudos do âmbito das ciências humanas e comunicação - nos quais se observa trabalhos sobre assuntos dos quais já se sabe, obtendo confirmações da realidade ao invés de analisar tendo como objetivo a descoberta de algo novo -, a intenção, nesse caso, foi avançar na pesquisa ao testar possíveis efeitos da hipótese, na

esfera de utilização da chamada lógica pragmática ou abdutiva de Peirce⁵. Essa opção, em detrimento do empirismo (lógica indutiva)⁶, buscou colocar a pesquisa como possível de se gerar algo novo para o meio científico, ao constatar se a ideia condiz com a realidade, e não apenas buscar confirmações analisando casos particulares e inferindo os resultados no contexto geral. Ou seja, procurou-se levar em conta o sentido da hipótese de trabalho como correspondente ao conjunto de seus desdobramentos práticos.

Dessa forma, outra hipótese foi a de que os assuntos mais comentados e discutidos nas redes telemáticas pautam o jornalismo tanto online quanto de veículos tradicionais como a TV, desde que tenha alguma relevância simbólica – em consonância com a categorização de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade conceituada por Peirce e descrita por Pimenta (2007):

A Primeiridade diz respeito às possibilidades, ao devir, ao indeterminado. A Secundidade diz respeito ao existencial, às relações de causa e consequência. Por fim, a Terceiridade engloba a categoria das leis, dos hábitos e do pensamento. A partir dessas categorias, Peirce pôde, então, desenvolver sua teoria Semiótica por meio de tríades, entre as quais aquela que relaciona Representamen, Objeto e Interpretante. O Representamen é o Signo em si mesmo, independente do fato de vir a ser percebido por uma mente interpretadora, desencadeando uma semiose. (PIMENTA, 2007, p.2).

Nessa relação, essa relevância simbólica representa um tema ou assunto qualquer que está nas redes digitais e vira pauta nos portais de notícia e nos telejornais, desde que apresente, pelo menos, um dos seguintes elementos: (1) Apelo lúdico, emocional ou sentimental (Primeiridade); (2) Relevância social e impacto sobre grande número de pessoas (Secundidade); (3) Relevância simbólica/ valor cultural ou siga padrões políticos/ideológicos para os que produzem, selecionam e/ou veiculam a notícia (Terceiridade). Sendo assim, acredita-se que os assuntos mais comentados e discutidos nas redes telemáticas, que podem ser constatados por meio dos mecanismos de busca e das redes sociais, pautam tanto o jornalismo online quanto o jornalismo tradicional televisivo, desde que esses fatos atendam, de preferência e ao mesmo tempo, um ou mais elementos descritos anteriormente. Além disso, é válido destacar, nesse contexto, a constatação de que os meios digitais vêm pautando

⁵ O pragmatismo ou lógica abdutiva de Charles Sanders Peirce consiste em um método de inferência hipotética (insight) por meio dos processos de dedução, indução e abdução, possibilitando assim estabelecer novas hipóteses explicativas que não estão contidas nas premissas. No processo, a etapa de dedução consiste no levantamento da inferência contida nas premissas; a indução confirma essas inferências pela experimentação; e, indo além, a abdução permite provar, dessa forma, que alguma coisa pode ser. Segundo o autor, trata-se da única operação capaz de introduzir uma ideia nova, que se projeta para o futuro. (FÉLIX, 2007, p.1).

⁶ Já o empirismo, ou lógica indutiva, conforme explica Félix (2007), se fundamenta na experiência passada, como algo limitado que pode ser sistematizado de forma absoluta. Fazendo uma análise comparativa com o pragmatismo de Peirce, enquanto a lógica indutiva se mantém na esfera da dedução e da indução, a lógica abdutiva permite a criação das premissas e das teorias que possam fundamentar essa dedução e indução.

os veículos de comunicação tradicionais com especial destaque à ampliação da cobertura de fatos pitorescos e *fait divers* que surgem na internet.

Com base nessa hipótese a ser verificada, foi possível ainda extrair subhipóteses integradas ao recorte temático da pesquisa. São elas: (1) Os jornalistas responsáveis pela elaboração e veiculação de conteúdo no G1, portal de notícias da Globo na internet, utilizam ferramentas de indexação por palavras-chave, como os mecanismos de busca e as redes sociais, para conferir os assuntos mais discutidos, escreverem sobre eles e, conseqüentemente, obterem audiência e acesso para as páginas e o site; (2) Considerando que o jornalismo sofre influência dos processos técnicos e que os produtores de conteúdo nas redes telemáticas desejam obter audiência e visibilidade, os jornalistas e editores que atuam nesses sítios utilizam técnicas de otimização (*SEO*) ao elaborarem conteúdo e colocarem disponíveis as notícias no portal; (3) O portal de notícias online G1 e outros disponíveis na internet com o mesmo perfil possuem conteúdo, estratégias de veiculação, linguagem e práticas discursivas específicos, e as teorias contemporâneas das redes e jornalismo online ainda não são capazes de atender, de forma satisfatória, a esses novos paradigmas do fazer jornalístico nas redes telemáticas; (4) O conteúdo veiculado na TV atualmente não é aleatório e pensado exclusivamente para esse meio conforme ocorria há tempos atrás: é possível afirmar que existe relação entre o conteúdo disponível nos portais da internet e nos dispositivos de indexação por meio de palavras-chave na rede e o conteúdo dos telejornais.

4 INTERPRETANDO RESULTADOS E CONFRONTANDO HIPÓTESES: QUANDO O USUÁRIO É QUEM GERA A NOTÍCIA – O QUE LEVA DETERMINADO ASSUNTO A VIRAR PAUTA E FIGURAR NOS VEÍCULOS DE NOTÍCIAS?

4.1 QUANTIFICAÇÃO E CATEGORIZAÇÃO DAS PALAVRAS-CHAVE

Essa pesquisa se concentrou em investigar a influência dos mecanismos de busca e demais ferramentas de indexação das redes telemáticas, baseados em palavras e termos-chave (*keywords*), na produção e seleção de conteúdo dentro e fora do ambiente imersivo digital. Para isso, diante da observação do uso frequente das redes sociais e dos dispositivos de buscas como forma de organização e seleção de informações no ciberespaço, as palavras e termos-chave levantadas durante determinado período de tempo já descrito anteriormente, assim como as notícias e demais dados da pesquisa, foram quantificados, categorizados e dispostos em gráficos e tabelas comparativas.

As categorias das palavras e termos-chave foram elaboradas levando-se em conta os itens tanto do Google quanto do Twitter, de acordo com os interesses de investigação do trabalho. No Twitter, foram levantados 10 *hashtags* por semana, o que no final de quatro semanas totalizou 40 palavras-chave. Já no Google, foram 40 termos coletados a cada semana, considerando os termos pesquisados na ferramenta de busca do Google, que indexa páginas da *web* de forma geral, e na ferramenta que indexa notícias, totalizando 160 termos ao final do período. Considerando as palavras-chave levantadas tanto de uma ferramenta quanto de outra, temos um universo de 200 termos e palavras-chave identificados. É relevante esclarecer, no entanto, que muitos dos termos se mostram semelhantes ou incidiram de forma repetida durante essas quatro semanas, como se pode constatar na listagem de frequência das palavras-chave (Tabela 1), o que fez com que, logo após a quantificação, esses termos semelhantes fossem reagrupados de acordo com o teor semântico para facilitar o processo de categorização (Por exemplo, semelhanças devido a (1) Erro ortográfico: Anita; Anitta; (2) Proximidade semântica: Enem 2013; Enem; Inscrição Enem; (3) Repetição de Termos: Facebook, Face). Durante a listagem dos termos, não foi feita a diferenciação entre as *tags* levantadas no Twitter e no Google devido a não importância desse fato para a análise central da pesquisa, no que tange à posterior comparação de incidência desses termos nas notícias coletadas. A listagem das palavras-chave pesquisadas durante cada semana, referente à cada uma das ferramentas utilizadas, pode ser consultada na parte anexa da dissertação (Figuras 1 a 6). Além disso, é importante deixar claro que, devido à grande quantidade de palavras-chave

pesquisadas, o significado de cada uma delas não será explicitado, sendo necessário esmiuçar a representatividade apenas das que serão utilizadas posteriormente para a análise de comparação de dados. Na tabela a seguir, é possível verificar a frequência das palavras e termos-chave na listagem dos assuntos mais pesquisados e comentados no Twitter e no Google durante quatro semanas, listadas em ordem alfabética (tabela 1).

Palavras-chave Twitter e Google	Frequência
Aceitalaura	1
Adauto	1
AmorAvida	4
Animeq	1
Angelina	1
Angelina Jolie	1
Anitta	3
Anita	1
AskMiley	1
AskP9	1
Atlético mineiro	2
BalacobacoFinal	1
Bayern	1
Bolsa família	1
Botafogo	1
Brasil	4
Bruna marquize	1
Caio Castro	1
Campeonato brasileiro	1
Cartola	2
Cartola fc	2
ChloeRADIOTEEN	1
Cinemark	1
Clima tempo	1
Conan	1
Copa das confederações	1
Corinthians	3
Corpus Christi	2
Convocação	1
CQC	1
Dicionário de português	1
Download	2
DulceMarianoMixDiario	1
Ebuddy	1
EduardoPaesDevolvaNossoEstadio	1
Enem	4
Enem inscrição	1
Enem 2013	2
Esporte	1
E32013	1

Face	4
Facebook	9
Fallout 4	1
Félix	1
Festa junina	1
Final Fantasy	1
Flamengo	3
Fluminense	2
Formula 1	1
Globo	8
Google	5
Grêmio	2
Greve	1
Greve metrô	1
Gugu	1
Hotmail	5
Inscrição Enem 2013	1
Ivete	1
Jogo	2
Jogos	7
Libertadores	1
Login facebook	1
Lola Benvenuti,	1
Mad Max	1
Malhação	1
Mateus Solano	1
Megasena	1
Meio ambiente	1
Metrô	1
Michael Jackson	1
MTV	1
Netinho	1
NewE3AcousticVideo	1
Neymar,	4
Neymar Barcelona	2
NBA	1
Noticias	4
Novela	1
Novela Salve Jorge	1
Novo xbox	1
OBMEP	1
OMundoTemQueSaberQueAmoFaniPacheco	1
OS\$	1
Palmeiras	5
Paloma	1
ParabénsNossoAnjoDiFerrero	1
Paris Jackson	2
Paudurofacts	1
Portal do servidor	1
Previsão do tempo	1

Priples	1
QueremosOMCDuduzinhoNoDeFrenteComGabi	1
Record	1
Rogéria	1
Roland garros	1
Salve Jorge	1
Sanpaku	1
Scarlet moon	1
Seleção brasileira	1
Slow Down	1
Sodexo	1
TheFostersChat	1
The Order	1
Ticket	1
TIM	1
TomFollowSpree	1
Tornado	1
Tradutor	1
UFC 3	3
UOL	1
Vídeos	4
ViraLataVemAí	1
Visa vale	1
WalksLikeRihannaAtMidnight	1
www.facebook.com	1
Xbox	1
Xbox one	2
Yahoo	3
YcaroTavaresEmSangueBom	1
Youtube	4
Zerg rush	1
TOTAL	200

Tabela 1. Frequência dos termos pesquisados no Google e Twitter durante quatro semanas (20/05 a 10/06/13) em ordem alfabética.

Como o objetivo desse estudo é comparar a incidência desses termos quantificados nas notícias pesquisadas na internet e sua posterior relação com as notícias levantadas da TV, a elaboração das categorias procurou estabelecer índices que representassem temas relacionados ao objeto da pesquisa – no caso a internet e a TV. Além das categorias relacionando o conteúdo com a *web* e a TV, também foi levado em consideração a diferenciação dos termos que se referem ao conteúdo televisivo da Rede Globo e dos demais grupos de comunicação concorrentes, atentando ao fato que isso poderia afetar a comparação de frequência dos termos na notícia, visto que o portal de notícias analisado (G1) pertence ao Grupo Globo e dificilmente ele irá publicar uma notícia promovendo um programa ou assunto referente à outra emissora, ainda que esse termo apareça entre os mais

pesquisados nos mecanismos de busca e/ou comentados nas redes sociais (por exemplo, termos como CQC, que representa um programa televisivo da Rede Bandeirantes, figuram no *TrendingTopics* do *Twitter* em uma das semanas, mas a possibilidade de aparecer referências sobre o programa no Portal G1 é mínima por motivos óbvios). Sendo assim, os enquadramentos das palavras-chave foram feitos de acordo com as seguintes categorias elaboradas para a pesquisa: a) Conteúdo da TV Globo; b) Conteúdo da TV em geral; c) Personalidades; d) Esportes; e) Entretenimento/Música/Games/Curiosidades; f) Governo/Política; g) Utilidade pública; h) Conteúdo surgido na Internet (memes/ campanhas virais); i) Utilização da Internet (aplicativos/ sites/ recursos; j) feriados e eventos sazonais; k) sem classificação.

A categoria (a) foi elaborada levando-se em consideração a filtragem dos termos referentes ao conteúdo televisivo da Globo especificamente, já que as notícias da internet e da televisão levantadas para a pesquisa também são vinculadas à veículos de comunicação do grupo. Em contrapartida, a categoria (b) procurou filtrar todos os demais termos que fazem alguma referência a conteúdo televisivo, porém pertencentes ou veiculadas em outros canais e redes de televisão. A categoria (c) Personalidades concentra as pesquisas e assuntos discutidos utilizando nomes próprios de artistas, atletas etc; a (d), os termos relacionados a práticas e eventos esportivos de quaisquer espécies. A categoria (e) reuniu tanto termos voltados ao entretenimento, como os relacionados a games, música e cinema, quanto termos sobre curiosidades que surgem na rede (a palavra-chave ‘Sanpaku’, por exemplo). Na categoria (f), foram agrupadas as palavras-chave de teor político ou que envolvem ações ou programas do governo, como o ‘Bolsa Família’; e a (g) se encarregou de representar os termos que denotam serviços e assuntos de utilidade pública em geral (‘Inscrição Enem’ e ‘greve metrô’ são alguns dos termos enquadrados nessa classificação).

A categoria (h) Conteúdo surgido na Internet concentra as palavras-chave que compreendem assuntos surgidos nas redes telemáticas digitais e/ou termos específicos utilizados nesse meio, o que ocorre com frequência no *Twitter* – A expressão ‘*Follow Spree*’ retirada da *hashtag* ‘*#TomFollowSpree*’, por exemplo, designa uma situação que ocorre no *Twitter* quando determinado perfil de artista ou personalidade resolve, eventualmente, selecionar o perfil de alguns usuários comuns da rede social para seguir. Já a categoria (i) Utilização da internet também se refere ao conteúdo do ciberespaço, embora se concentre na reunião de palavras-chave que representam especificamente nomes de sites, serviços e aplicativos disponíveis na web, como ‘Google’, ‘Youtube’ etc. A categoria (j) procurou termos relacionados a datas sazonais, como pesquisas sobre o feriado de ‘Corpus Christi’ ou

‘festa junina’. Na categoria (k), sem classificação, foram inseridos os termos que se referem a empresas ou serviços particulares, ou ainda palavras que designam algo sem especificar diretamente o significado (‘TIM’, ‘Ticket’ e ‘Sodexo’, por exemplo), que, embora possam sim ser classificados, para fins desse estudo não representam interesse, já que possivelmente só serviriam como assunto para ser noticiado se a matéria fosse paga, ou se a empresa ou termo estivesse envolvido em alguma negociação ou escândalo.

Dessa forma, foi possível organizar as palavras-chave nas categorias da seguinte forma: a) Conteúdo da TV Globo: 12 termos; b) Conteúdo da TV em geral: 6 termos; c) Personalidades: 25 termos; d) Esportes: 37 termos; e) Entretenimento/Música/Games/curiosidades: 24 termos; f) Governo/Política: 6 termos; g) Utilidade pública: 21 termos; h) Conteúdo surgido na Internet (memes/ campanhas virais) : 7 termos; i) Utilização da Internet (aplicativos/ sites/ recursos): 55 termos; j) feriados e eventos sazonais: 3 termos; e k) Sem classificação: 4 termos.

Os gráficos a seguir mostram essa relação e a porcentagem de palavras-chave discutidas e pesquisadas no Twitter e no Google, respectivamente, concentrada por assuntos, de acordo com as categorias estabelecidas; e ainda a concentração de frequência dos termos por categoria levando-se em conta as duas ferramentas cujos dados foram coletados. (Tabelas 2, 3 e 4).

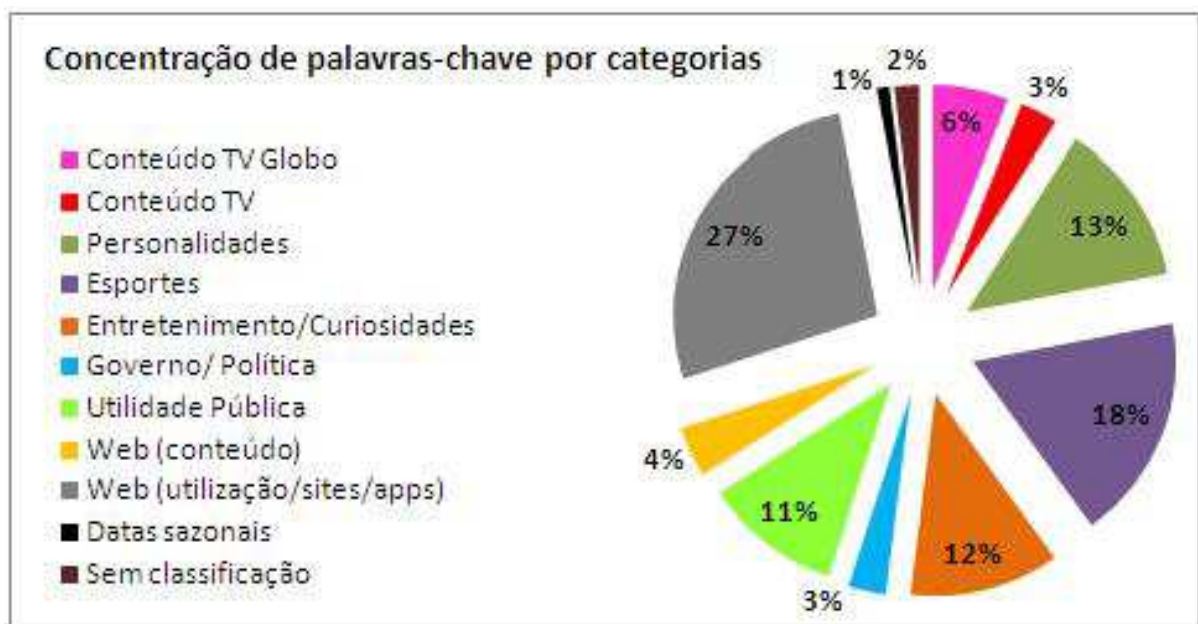


Tabela 2. Gráfico de frequência (%) de palavras-chave do Twitter e Google, classificadas por categorias.

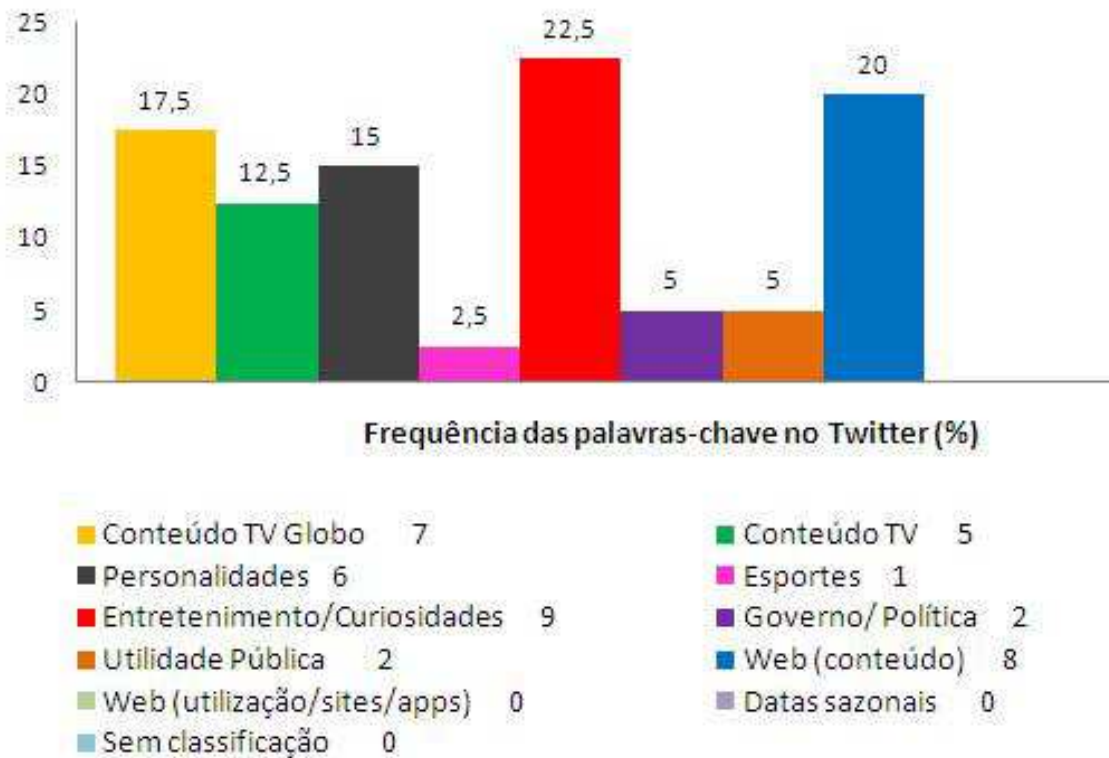


Tabela 3. Gráfico de frequência (%) de palavras-chave do Twitter apenas, classificadas por categorias.

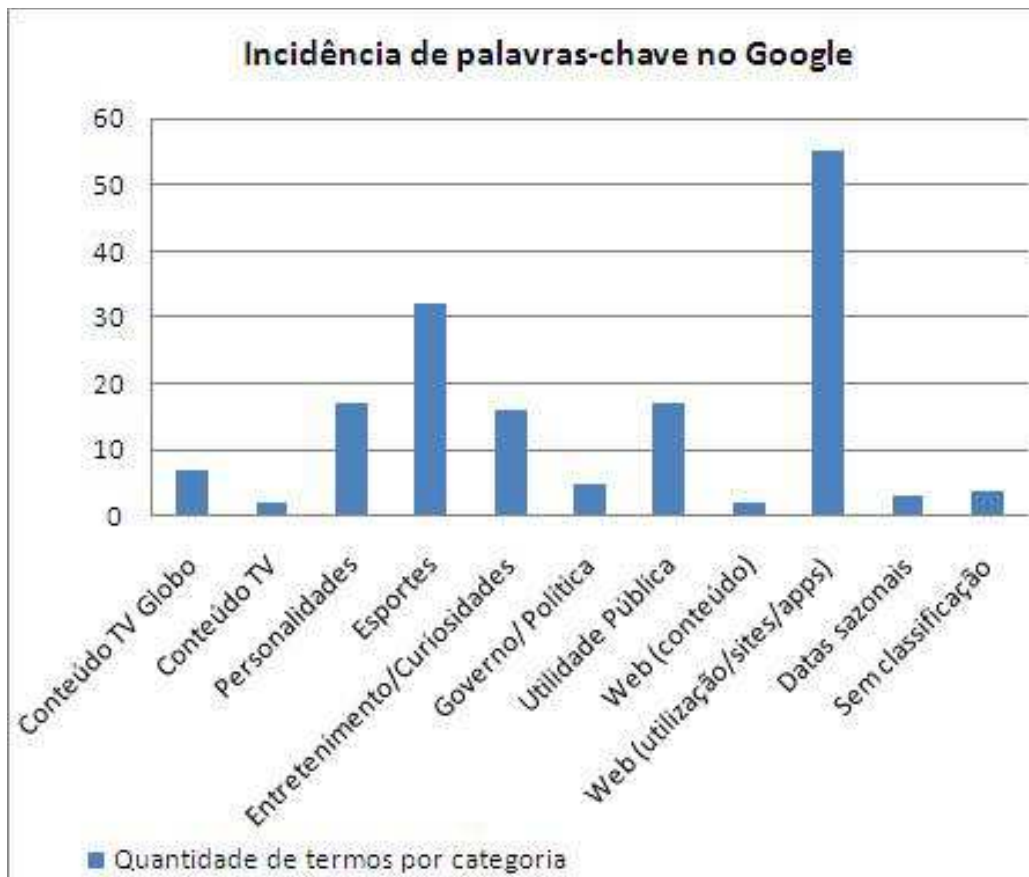


Tabela 4. Gráfico de frequência de palavras-chave do Google, classificadas por categorias.

Para a verificação da incidência desses termos nas notícias coletadas no G1, não foram analisadas nas notícias a quantidade e frequência exata das palavras-chave nos textos, mas a presença de seu conteúdo semântico como pauta para a notícia. Portanto, termos como ‘Login Facebook’, ‘Facebook’ e ‘Face’, por exemplo, foram considerados no momento da categorização como um só, por concentrarem um mesmo tema. No caso do agrupamento de termos como ‘Xbox’ e ‘Xbox One’, por exemplo, existe a possibilidade da pesquisa ser diferente, ao se referir ao primeiro como o videogame de uma forma geral e ao segundo como a nova versão do equipamento. No entanto, para fins desse estudo, devido à comparação com notícias dentro de determinado período de tempo, acredita-se que os termos semelhantes são sazonais e seu agrupamento não altera os objetivos de análise do trabalho. Outros termos que foram reagrupados foram: ‘Anitta’ e ‘Anitta’; ‘Enem’, ‘Enem inscrição’, ‘Enem 2013’ e ‘Inscrição Enem 2013’; ‘Cartola’ e ‘Cartola FC’; ‘Xbox’, ‘Novo Xbox’ e ‘Xbox One’; ‘Neymar’ e ‘Neymar Barcelona’; ‘Angelina’ e ‘Angelina Jolie’; ‘Salve Jorge’ e ‘Novela Salve Jorge’.

4.2 CLASSIFICAÇÃO DAS NOTÍCIAS DO PORTAL G1

Para a listagem e quantificação das notícias publicadas na *homepage* do Portal G1 durante as quatro semanas analisadas na pesquisa, além da descrição textual das notícias foi feita a captura de tela da página inicial do site, cujas imagens, por razões de configuração próprias de cada navegador da internet para facilitar a visualização, foram divididas em sete telas na primeira semana, e em seis telas nas semanas subsequentes. As visualização das telas permite conferir, além das notícias em si, de que forma elas são hierarquizadas no site, sendo posicionadas no topo as matérias de maior destaque, até as notícias de menor destaque, disponíveis na parte inferior da tela e visíveis mediante rolamento da página pelo usuário. Na primeira e segunda semana de coleta de dados, foram identificadas 62 notícias cada na página inicial do G1, dispostas com destaques variáveis e em diferentes posicionamentos. Na terceira semana de análise, foram 69 matérias disponíveis; e na última semana, 76 capturadas, totalizando ao final de quatro semanas 269 notícias analisadas.

Desse total, foi feita uma análise semântica das chamadas e manchetes, com o intuito de verificar a incidência das palavras e termos-chave levantadas no Google e no Twitter nos assuntos das notícias. É válido reiterar que essa incidência, no entanto, foi medida considerando o teor ou tema que envolve a palavra e termo-chave nas manchetes, e não a presença da palavra-chave em si, exatamente em sua grafia. Ou seja, o termo ‘inscrições

Enem 2013’, por exemplo, é considerado presente em uma notícia sobre o Enem sem que o título dessa matéria traga essas palavras exatamente. Há algumas exceções à regra, como a palavra-chave ‘Brasil’. Como o seu teor pode englobar notícias de forma geral ocorridas no país, o que se enquadraria em praticamente todas as matérias publicadas no G1, nesse caso foram consideradas apenas as manchetes cuja palavra se encontra exatamente presente.

Dos 200 termos listados na Tabela 1, após agrupamento por aproximação semântica, erro ortográfico ou repetição de palavras, restaram 90 termos, cujos temas foram analisados nas 269 notícias coletadas do G1. Das matérias estudadas, foram encontradas 25 desses termos em 50 das 269 notícias, que serviram como assunto para aproximadamente 19% do conteúdo do portal, em sua maioria concentradas nas categorias ‘Esporte’ e ‘Utilidade Pública’ (Tabela 5). As demais notícias tratam sobre os assuntos determinados nas categorias utilizadas para classificar as palavras-chave (duas notícias sobre a Globo; oito notícias sobre personalidades; oito notícias relacionadas a entretenimento; duas sobre governo/política; uma notícia sobre conteúdo surgido na web e uma notícia sobre datas sazonais. Nas categorias Esporte e Utilidade Pública, foram 13 e 15 notícias respectivamente – 56% do total (Tabela 6).

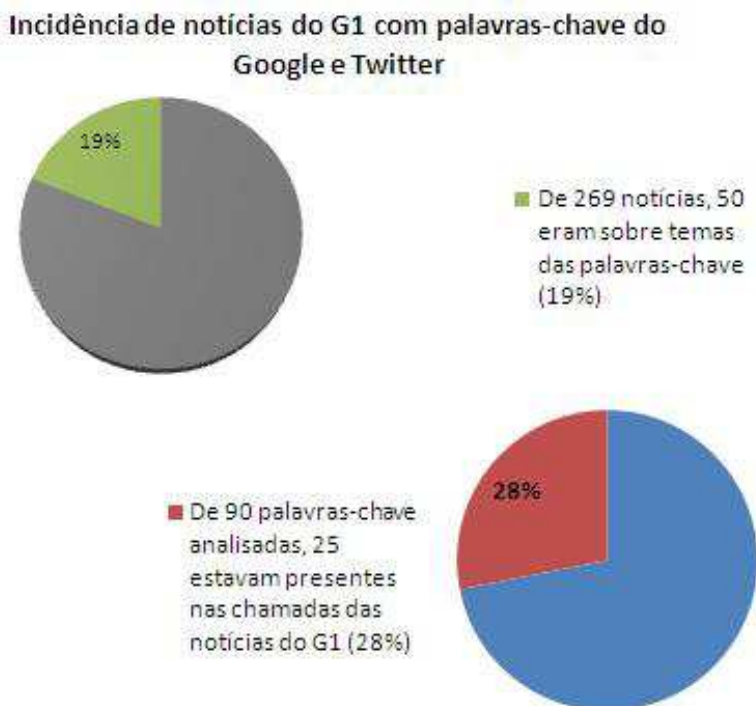


Tabela 5. Gráfico de notícias do G1 que apresentaram palavras-chave; e de palavras-chave incidentes nos títulos das notícias do portal.

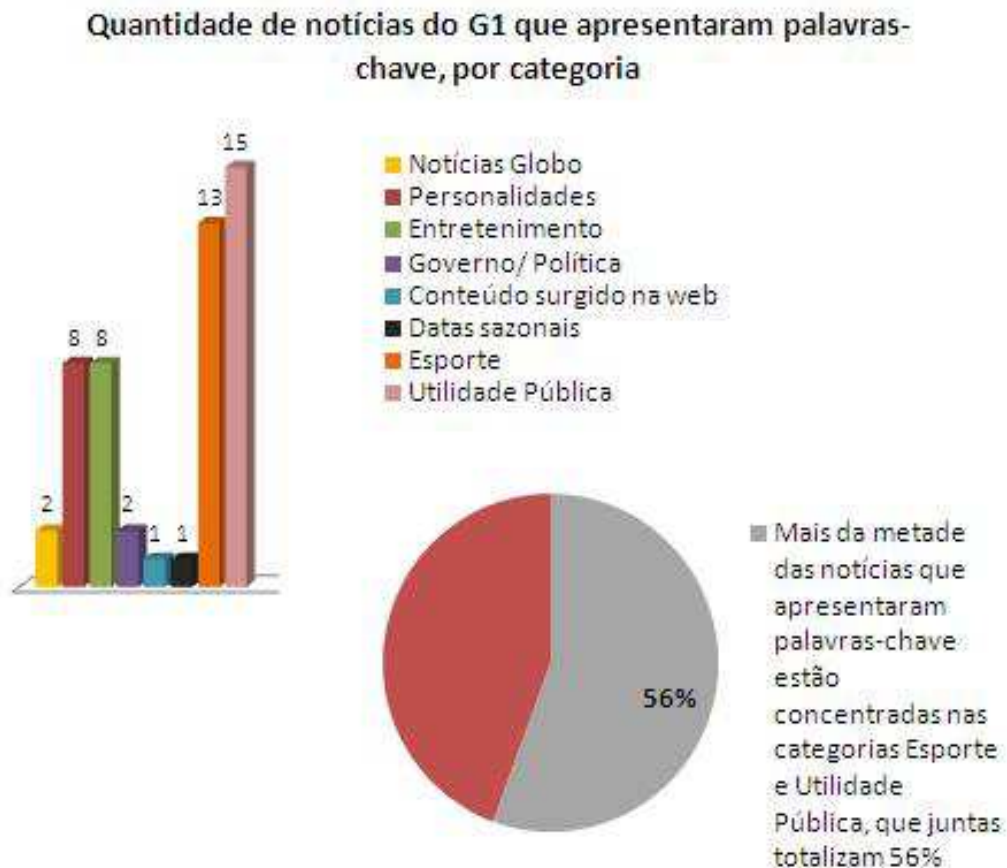


Tabela 6. Gráfico do número de notícias que apresentaram palavras-chave em seus títulos, classificados por categoria; e gráfico representativo sobre porcentagem das notícias que apresentaram termos referentes aos índices 'Esporte' e 'Utilidade Pública'.

Visando organizar essa diversidade de conteúdo, além das categorias utilizadas para classificar as palavras-chave, foram criadas outras para atender o enquadramento não só das notícias que apresentaram incidência de palavras-chave, mas de todas as notícias analisadas no portal G1, para seqüente comparação com as matérias do Jornal Nacional. O estabelecimento desse novo índice de classificação para as notícias se deve ao fato de que as categorias designadas para classificar aos termos mais pesquisados e discutidos no Google e no Twitter, respectivamente, não atenderiam de forma adequada a todos os demais dados coletados. Vale destacar que diversos índices utilizados para categorização das palavras-chave, como os que se referem ao conteúdo da TV em geral, por exemplo, foram retirados dessa nova listagem por motivo explicado anteriormente: o portal de notícias analisado pertence ao Grupo Globo e tende a concentrar apenas conteúdo relacionado à programação televisiva do mesmo, conforme já visto de forma prévia nos gráficos de incidência de palavras-chave do Google e do Twitter nas notícias do G1. Já a categoria que tange à utilização da internet em termos de aplicativos, sites e recursos foi complementada com a

4.3 PARÂMETROS COMPARATIVOS ENTRE NOTÍCIAS DO G1 E JORNAL NACIONAL

Antes de explicitar os dados obtidos na comparação do conteúdo disponível no portal G1 e no Jornal Nacional, é importante frisar que a análise de incidência das palavras e termos-chave levantados do Twitter e do Google foi feita intencionalmente apenas com relação às notícias publicadas no G1; e a partir daí o conteúdo do G1 foi comparado com o veiculado na TV, seguindo um fluxo unidirecional. No caso dessa pesquisa, não foi considerado o fluxo de análise de palavras-chave do Twitter e do Google diretamente nas notícias do Jornal Nacional, pois a intenção do trabalho era verificar quais fatos servem como pauta primeiramente para serem publicados como notícias no ciberespaço; e logo após, analisar as características das notícias disponíveis na internet que faz com se tornem assunto para ser veiculado na TV. A *web* seria situada então, nesse caso, como um filtro de conteúdo para a TV, em conformidade com a assertiva de seleção de informações nas redes telemáticas digitais.

Na tabulação dos dados coletados da televisão, o Jornal Nacional apresentou, em média, 18 notícias a cada edição verificada, não sendo considerada nessa contagem a previsão do tempo. Durante as quatro semanas de análise desse estudo, foram registradas, no total, 71 notícias, exibidas sempre nas segundas-feiras. Na primeira semana, representada pela edição do dia 20/05/2013, das 17 notícias do jornal diário noturno, 13 delas figuravam no Portal G1 (cerca de 76% do total). Na semana seguinte, do dia 27/05/2013, a parcela de notícias do G1 que estavam no Jornal Nacional foi menor: oito de um total de 18 notícias (aproximadamente 45%). Na terceira semana, foram sete matérias de um universo de 17 veiculadas na TV (41%). Já na última edição analisada, do dia 10/06/2014, 12 das 19 notícias exibidas estavam disponíveis no portal de notícias da Globo na internet (63%). No apanhado das quatro semanas de conteúdo, representado pelas 71 notícias exibidas nas edições do Jornal Nacional tabuladas, 40 delas se originaram do conteúdo do G1 que já estava disponível na rede, o que representa mais da metade – quase 57% do total. A relação entre as notícias publicadas no G1 e veiculadas no Jornal Nacional dentro do período especificado para a pesquisa, bem como a listagem por assunto das matérias incidentes pode ser verificada abaixo (Tabelas 7 e 8).

Notícias da <u>homepage</u> do G1 que foram para Jornal Nacional (por assunto)			
SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
<ul style="list-style-type: none"> - Tomado EUA; - Boatos sobre o Bolsa Família; - Posição Senado sobre aposentadorias por invalidez; - Declarações Joaquim Barbosa; - Inauguração Arena PE; - Morte de brasileiros por queda de balão na Turquia; - Corinthians campeão estadual; - Camisa comemorativa Corinthians após título; - Denúncias sobre Marcelo Crivella; - Turista brasileira envolvida em queda de balão na Turquia; - Assassinato em show; - Compra Tumblr pelo Yahoo!; - Ataque e mortes no Iraque; 	<ul style="list-style-type: none"> - Enem; - Caixa se desculpa sobre Bolsa Família; - Contrato Neymar Barcelona; - Presença de Bruna Marquezine durante assinatura de Neymar; - Anvisa libera sibutramina; - Determinação da Justiça tira do ar parte de programa do PSDB; - Morte Roberto Civita; - Vítimas incêndio Boate Kiss 	<ul style="list-style-type: none"> - Ocupação Índios; - Manifestações na Turquia; - Neymar no Barcelona; - Custo contratação Neymar; - Enfermeiro suspeito estupro hospital RJ; - Turista baleado na Rocinha; - Dúvidas sobre morte de militante durante Ditadura; 	<ul style="list-style-type: none"> - Manifestações no RJ; - Dólar em alta; - Índios ocupam Funai; - Criança encontrada morta em flat; - Balanço do PAC pelo Governo; - PAC conclusão obras; - Liberada consulta lote IR; - Copa das Confederações; - Engenheiro baleado em favela; - Receita libera maior lote de IR da história; - Sisu; - Recursos Copa das Confederações;

Tabela 7. Relação das notícias do G1 veiculadas no Jornal Nacional, listadas por tema.



Tabela 8. Relação das notícias do G1 que figuraram no Jornal Nacional no mesmo período.

Essa relação das notícias do G1 que coincidiram com o conteúdo exibido no Jornal Nacional, listada por assuntos, foi então enquadrada nas categorias formuladas para classificar as notícias em comum do portal e do noticiário televisivo dentro do intervalo de quatro semanas. As 40 notícias do G1 presentes no Jornal Nacional foram divididas em: a) Tecnologia/ Internet: 1; b) Entretenimento/ Esportes/ Curiosidades: 7; c) Utilidade Pública/ serviços: 6; d) *Fait Divers*/ Violência/ Tragédia: 12; e) Governo/ Política: 9; f) Conflito/ denúncia: 5; g) sem classificação:0.

Por sua vez, essas mesmas categorias podem ser sub alocadas em um grupo reduzido de índices que possibilite estabelecer uma análise comparativa dentro da hipótese proposta nesse estudo, que compreende analisar se as notícias da internet tendem a figurar com maior frequência no noticiário televisivo, desde que apresentem um ou mais dos elementos descritos a seguir: (1) Apelo lúdico, emocional ou sentimental; (2) Relevância social e impacto sobre grande número de pessoas; (3) Relevância simbólica/ valor cultural ou de padrões políticos/ideológicos para os que produzem, selecionam e/ou veiculam a notícia. É válido destacar que as categorias criadas para classificar as notícias não incidem em apenas um elemento, mas podem pertencer a dois ou aos três ao mesmo tempo, dependendo do teor que ela representa. Notícias que se enquadram na subcategoria Violência/ Tragédia, por exemplo, pode integrar o conjunto de notícias de apelo lúdico, emocional ou sentimental e ao mesmo tempo, o índice de relevância social e impacto sobre grande número de pessoas.

Sendo assim, a disposição dos índices e suas subdivisões com as respectivas notícias classificadas se apresentam do seguinte modo:

Categoria (geral)

Apelo lúdico,
emocional
ou sentimental

Subcategoria (específico)

b) Entretenimento/ Esportes/ Curiosidades:
7 notícias
d) *Fait Divers*/ Violência/ Tragédia:
12 notícias

Relevância social
e impacto sobre
grande número de pessoas

a) Tecnologia/ Internet: 1 notícia
c) Utilidade Pública/ serviços: 6 notícias
d) *Fait Divers*/ Violência/ Tragédia: 12
notícias
f) Conflito/ denúncia: 5 notícias

Relevância simbólica/ valor cultural ou de padrões políticos/ideológicos para os que produzem, selecionam e/ou veiculam a notícia

e) Governo/ Política: 9 notícias
f) Conflito/ denúncia: 5 notícias

Tabela 9. Divisão das notícias do G1 que foram veiculadas no Jornal Nacional de acordo com categorias da hipótese de trabalho e subcategorias de classificação por tema.

No caso das notícias classificadas na terceira categoria, referente à ‘relevância simbólica, valor cultural ou padrões políticos/ ideológicos’, é necessário esmiuçar cada uma delas de forma a verificar se, de fato, essas notícias estão em consonância com o valor político/ideológico do veículo no qual elas foram publicadas – no caso o portal G1 e o Jornal Nacional, ambos pertencentes ao Grupo Globo. Isso porque, para verificar a hipótese de que o conteúdo online pauta o jornalismo desde que tenha alguma relevância simbólica, mesmo que um assunto se encaixe no índice de apelo lúdico e emocional e possua impacto sobre grande número de pessoas – atenderia a dois elementos ao mesmo tempo, nesse caso, e teoricamente teria mais chances de ser veiculado segundo as premissas dessa hipótese -, ele deve obrigatoriamente não entrar em conflito com a terceira categoria. Ou seja, é necessário que a notícia esteja em conformidade com o valor político/ideológico do canal.

De um modo geral, as notícias sobre Governo/Política e Conflito/Denúncia, de acordo com a classificação nesse trabalho, tendem a esbarrar no quesito político/ideológico e têm mais chances de não serem publicadas em sua totalidade. A descrição a seguir, porém, se concentra no comparativo das notícias do G1 que foram aproveitadas pelo Jornal Nacional e das que não foram, embora estivessem em destaque no portal de notícias da internet (Tabela 10).

SEMANA 1		
	Notícias que foram para o JN	Notícias que não foram
GOVERNO/ POLÍTICA	<ul style="list-style-type: none"> - Boatos sobre o <u>Bolsa Família</u>; (também na categoria Relevância Social; subcategoria Utilidade Pública). - Senado vai rever casos sobre aposentadorias por invalidez; - Declarações polêmicas Joaquim Barbosa; - Dilma inaugura Arena PE; (também na categoria de Apelo Lúdico, Emocional Sentimental; subcategoria Entretenimento/ Esportes) 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Delúbio</u> pede que plenário do STF decida sobre novo julgamento - Comissão de Ética quer que <u>Afif</u> explique como irá conciliar cargos

CONFLITO/ DENÚNCIA	- Comissão apura denúncias contra ministro Marcelo <u>Crivella</u>	- Aberta ação contra 11 por fraude do leite
OUTROS (Apelo lúdico/ emocional e/ou impacto social)	- Tomado EUA; - Corinthians campeão estadual; - Camisa comemorativa Corinthians após título; - Turista brasileira envolvida em queda de balão na Turquia; - Assassinato em show; - Morte de brasileiros por queda de balão na Turquia; - Compra <u>Tumblr</u> pelo Yahoo!; - Ataque e mortes no Iraque;	- Túnel de 10m é descoberto em presídio no Pará - Empresário é suspeito de elo com <u>Hezbollah</u> - Cobra resgatada por 10 homens volta à natureza - Vítimas acusam irmão de pastor preso por estupro de difamação - Juiz de paz pede demissão para não fazer casamento gay - Papa pede 4 helicópteros na visita ao Brasil - Vitamina do sol pode ajudar a tratar asma
SEMANA 2		
GOVERNO/ POLÍTICA	- Caixa se desculpa sobre Bolsa Família: (também na categoria Relevância Social; subcategoria Utilidade Pública) . - Determinação da Justiça para PSDB tirar do ar parte de programa de Aécio;	- <u>Protógenes</u> diz que vai mostrar IR de 2005 a 2012 - Partidos da base e da oposição barram votação de MPs - RJ avalia novas medidas após tiros no Alemão
CONFLITO/ DENÚNCIA		- Metroviários de SP decidem adiar greve
OUTROS	- Contrato <u>Neymar</u> Barcelona; - Presença de Bruna <u>Marquezine</u> durante assinatura de <u>Neymar</u> ; - Morte Roberto Civita;	- Dupla atea fogo em dentista em São José, SP - Com vista para o pôr do sol, banco homenageia <u>Millôr</u> no Rio
(Apelo lúdico/ emocional e/ou impacto social)	- Vítimas incêndio Boate Kiss - Enem; - <u>Anvisa</u> libera sibutramina;	- Cerca de um terço das mortes em SP é por motivos fúteis - Caça F-15 americano cai ao mar ao sul do Japão - Presídios do DF já têm scanner de corpo - Com atraso, Nova York ganha serviço de aluguel de bicicleta - Paraplégico é agredido por assaltantes - Agente de futebol é detido suspeito de agredir 21 coreanos - Termina velório de Roberto Civita em SP - Identificados os atiradores de corrida no Alemão - 'O grande <u>Gatsby</u> ' peca no excesso de glamour - Grafiteiros dão nome a drinques em Miami
SEMANA 3		
GOVERNO/ POLÍTICA	- Dúvidas sobre morte de militante durante Ditadura; (também na categoria de Apelo Lúdico, Emocional Sentimental)	- <u>Sisu</u> do meio de ano vai oferecer quase 40 mil vagas, diz MEC - Governo lança portal que a ajuda a calcular direitos das domésticas

CONFLITO/ DENÚNCIA	<ul style="list-style-type: none"> - Ocupação <u>Índios</u>; - Manifestações na Turquia; 	<ul style="list-style-type: none"> - Metroviários de SP aceitam proposta e greve é cancelada - Organização vê fato isolado em prova da <u>Anvisa</u> - MP pede divulgação da lista dos examinadores do Enem - MP e OAB se opõem a redução da maioria penal
OUTROS (Apelo lúdico/ <u>emocional</u> e/ou impacto social)	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Neymar</u> no Barcelona; - Custo contratação <u>Neymar</u>; - Enfermeiro suspeito estupro hospital RJ; - Turista baleado na Rocinha; 	<ul style="list-style-type: none"> - Jovem é achado vivo 18h após acidente - Ladrões invadem lotérica atrás de prêmio da Mega Sena - Polícia apura se idosa também foi estuprada - Turista baleado na Rocinha é caso pontual, diz chefe da Polícia Civil - Grupo EBX, de <u>Eike</u>, demite mais de 50 funcionários, diz jornal - venda de veículos <u>cai</u> 5,25% em maio - Balança comercial acumula maior déficit desde 1993 - Homem morre após reagir a assalto em <u>Higienópolis</u>
SEMANA 4		
GOVERNO/ POLÍTICA	<ul style="list-style-type: none"> - Dólar em alta; (também na categoria Relevância Social; subcategoria Utilidade Pública). - <u>Balanco do PAC pelo Governo: também na categoria Relevância Social; subcategoria Utilidade Pública).</u> - PAC conclusão obras; - Receita libera maior lote de IR da história; (também na categoria Relevância Social; subcategoria Utilidade Pública). 	<ul style="list-style-type: none"> - BB nomeia ex-deputado do PTB como vice-presidente de governo - Aprovação de Geraldo Alckmin chega a 52%, diz Datafolha - Aprovação de Haddad é de 34%
CONFLITO/ DENÚNCIA	<ul style="list-style-type: none"> - Manifestações no RJ; - <u>Índios</u> ocupam Funai; 	<ul style="list-style-type: none"> - Ex-agente da CIA desaparece em <u>Hong Kong</u> - Liminar cancela reajuste da tarifa em
		<p>Goiânia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Polícia enfrenta manifestantes em Ancara - Número 2 da PF é exonerado do cargo, substituto já foi nomeado
OUTROS (Apelo lúdico/ <u>emocional</u> e/ou impacto social)	<ul style="list-style-type: none"> - Criança encontrada morta em flat; - Engenheiro baleado em favela; - Recursos Copa das Confederações - Copa das Confederações; - <u>Sisu</u>; - Consulta lote IR; 	<ul style="list-style-type: none"> - Emissão de passaporte voltará ao normal nesta terça, diz PF - Suspeitos de ferir engenheiro se entregam - Caminhão de lixo atropela mãe e filha - Polícia procura <u>suspeito</u> de roubar pizzeria - Cliente tem mão queimada por dívida - Bebida é usada em protesto na Turquia - Prédio desaba na Índia e deixa um morto - Mulher de Castrinho é baleada

Tabela 10. Divisão das notícias do G1 que foram veiculadas no Jornal Nacional de acordo com categorias da hipótese de trabalho e subcategorias de classificação por tema.

É importante destacar que muitas das notícias que envolvem o índice de ‘Relevância Simbólica/ Valor Cultural/ e padrões Políticos/ Ideológicos’, nas categorias de ‘Conflito/Denúncia’ e ‘Governo/Política’, embora em destaque na *homepage* do G1, não

figuram na edição do Jornal Nacional na mesma data analisada, mas são veiculadas na semana seguinte.

Outro fato relevante é que, apesar da incidência quantitativa de palavras e termos-chave levantados no Twitter e no Google ter sido baixa quando analisadas nos títulos das matérias do G1 e, conseqüentemente, do Jornal Nacional, uma parte significativa das notícias de destaque do G1 que foram veiculadas no noticiário televisivo se concentraram em temas que figuraram na listagem das palavras-chave mais pesquisadas no Google ou nos *Trending Topics* do Twitter: Notícias envolvendo os termos ‘Neymar’, ‘Neymar Barcelona’, ‘tornado’, ‘Bolsa Família’, ‘Copa das Confederações’, ‘Seleção Brasileira’, ‘Corinthians’, ‘Yahoo!’, ‘Bruna Marquezine’, ‘Enem’, ‘Enem inscrição’, ‘Enem 2013’ e ‘inscrição Enem 2013’, por exemplo, ao longo das quatro semanas.

Na primeira semana de análise, das 13 notícias do G1 cujos temas serviram como pauta para o Jornal Nacional, seis delas eram relacionadas a palavras-chave da lista dos termos mais pesquisados no Google ou discutidos no Twitter. A partir da segunda semana, essa proporção foi menor: de oito notícias na semana dois, quatro eram sobre temas das palavras-chave pesquisadas; Na semana três, de sete notícias do G1 que foram veiculadas no JN, duas eram de assuntos das palavras-chave; e na última semana, de 12 notícias, duas representavam temas que figuraram na listagem do Google e do Twitter.

Em contrapartida, as palavras e termos-chave relacionadas à greve dos metroviários de São Paulo que ocorreu entre os meses de maio e junho de 2013 - justamente no período de análise de dados da pesquisa - não foram mencionadas em nenhum momento como assunto de notícias nas edições do Jornal Nacional verificadas, embora figuraram na listagem dos termos mais pesquisados no Google por mais de uma semana através das palavras ‘Greve’, ‘metro’ e ‘greve metro’, e se mantiveram como tema de notícias de destaque na *homepage* do G1 ao longo do período.

5 CONCLUSÃO

O cruzamento e a análise dos dados que integraram o corpus delimitado para essa pesquisa permitiu estabelecer uma série de inferências e confirmar algumas premissas no que tange ao fluxo de seleção e veiculação de informações no ciberespaço, sua relação com os dispositivos de busca e indexação por palavras-chave presentes de forma significativa nesse meio, e ainda e o modo de operação que faz com que o conteúdo online seja ou não veiculado na televisão.

Durante as quatro semanas nas quais se concentrou esse estudo, foi coletada uma quantidade expressiva de palavras e termos-chave – registros que representavam os termos mais pesquisados e comentados no mecanismo de busca Google e na rede de microblog Twitter, respectivamente -, com o objetivo posterior de analisar a forma como são produzidas e veiculadas as notícias na internet levando-se em conta as redes sociais e os mecanismos de busca, como o Google, como instrumentos de seleção. Com relação a esses termos, foi observado que eles possuem teor divergente dependendo da ferramenta na qual foi coletada, ou seja, o perfil de palavras-chave comentadas no Twitter e digitadas na caixa de pesquisa do site do Google se mostrou diferentes. Enquanto no Google mais de 50% das palavras-chave mais pesquisadas se concentram em assuntos sobre sites, aplicativos e utilização da internet em si, seguidas de termos sobre esportes, personalidades e assuntos de utilidade pública, no Twitter a maior parte das *hashtags* que figuram nos *TrendingTopics* representam temas que envolvem conteúdo da TV (30%), Entretenimento/ Curiosidades (22,5%) e assuntos surgidos na web ou no universo da própria ferramenta, como memes, campanhas virais etc (20%).

Ambas as ferramentas, sobretudo o Twitter, apresentaram listagens de termos que permitiram constatar a relação direta do uso da rede social com a TV, utilizada em larga escala para discutir assuntos veiculados nesse meio. 30% das *hashtags* do Twitter fizeram referência direta a conteúdo veiculado na TV, tanto da Rede Globo quanto das demais emissoras. Essa parcela se torna ainda maior se considerarmos os termos que não referenciam determinado conteúdo ou fato exibido na TV de forma direta, mas explicita nomes de personalidades e artistas, por exemplo, que possuem vínculo com o assunto mais discutido no momento. A utilização da internet como espaço democrático de produção e compartilhamento de informações, sobretudo com o advento da Web 2.0, possibilitou que o internauta obtivesse voz e visibilidade, o que não ocorre ainda na TV, apesar dos esforços para criação de programas e alternativas que permitem interação com o espectador. A ampla utilização do Twitter para discutir assuntos que estão sendo veiculados na televisão, em tempo real,

comprova o posicionamento da rede de microblog como uma extensão de um meio que ainda possui limitações no que diz respeito à interatividade. O usuário/ espectador/ internauta quer participar ativamente do processo de troca de informações, e utiliza hibridamente a internet de forma integrada à TV para fazê-lo.

Uma característica notável com relação aos termos e palavras-chave analisados, tanto para uma ferramenta quanto para outra, embora essa constatação seja mais expressiva nos termos mais pesquisados do Google, é que muitos desses termos são reincidentes, isto é, se mantêm em um padrão de repetição durante todas as semanas. Esses termos que apareceram de forma freqüente durante as quatro semanas representam, em sua maioria, nomes de sites e serviços na internet. A grande presença de expressões como ‘Facebook’ - um dos termos mais procurados considerando suas variações na listagem das palavras-chave mais pesquisadas do Google (‘Login Facebook’, ‘Facebook’, ‘face’, ‘www.facebook.com’) -; ‘Globo’; ‘Vídeos’; ‘Youtube’; ‘download’ e outras com perfil semelhante e com quantidade expressiva de pesquisa nos leva a confirmar uma característica de comportamento do usuário nas redes telemáticas digitais já levantada por algumas pesquisas, sobre o fato da maioria dos internautas utilizarem mecanismos de busca como o Google não só para pesquisar assuntos específicos, mas para economizar tempo e facilitar a navegação: ao invés de digitarem o endereço de determinado site diretamente na barra de endereços do navegador, é mais comum que as pessoas simplesmente digitem o site ou o serviço que elas desejam na internet na caixa de pesquisa dos dispositivos de busca, que comprovadamente dominam o ciberespaço no que tange à organização e acesso às informações na rede.

Na análise comparativa das palavras-chave mais pesquisadas no Google e discutidas no Twitter com as notícias coletadas no Portal G1, Apenas 19% das notícias do site durante o período de 20/05 a 10/06/2013 apresentaram referência direta ou indiretamente às palavras e termos-chave pesquisados no Google e no Twitter. Dessas, mais da metade se concentrou nos temas “Esporte e Utilidade Pública”. Considerando o universo de palavras-chave, já devidamente reagrupadas, de um total de 90 termos, 25 serviram como assunto para as notícias do G1 (cerca de 28%). O restante não apareceu em momento algum no site durante o período analisado na pesquisa. Apesar dessa relação quantitativa entre a incidência de palavras-chave nas notícias do G1 não ter sido expressiva, isso não significa que ela não exista e lhe seja atribuído importância.

Alguns dos motivos que podem ter contribuído para a baixa incidência das palavras-chave nas notícias do G1: Muitos dos termos compreenderam temas não só da Globo, mas de alcance gerais, o que, ao analisar somente notícias do portal da Globo,

restringiu a análise. Desse modo, é válido ressaltar que alguns temas, sobretudo citados no Twitter, não serviram como pauta para o G1 - e conseqüentemente, para o Jornal Nacional, que será explicado adiante -, pois tratam de assuntos de emissoras concorrentes, como o caso do 'CQC', por exemplo. No caso, a Globo não irá fazer referência a um programa da Band. É possível que essa ressalva não tivesse sido constatada se o corpus da pesquisa fosse mais amplo, analisando também o portal e programas televisivos de outras emissoras e não só os veículos de domínio do Grupo Globo.

Outro motivo é a sazonalidade dos termos, que envolve uma das hipóteses de trabalho que afirma que os meios digitais vêm pautando os veículos de comunicação tradicionais com especial destaque à ampliação da cobertura de fatos pitorescos e *fait divers* que surgem na internet. No período analisado nesse estudo, não foi possível comprovar essa hipótese justamente pela incidência sazonal de palavras-chave nas listas dos termos mais pesquisados no Google e mais discutidos no Twitter: Repentinamente pode surgir na rede um fato, meme ou algum outro assunto que ganhe proporção tamanha, domine as pesquisas dos mecanismos de busca, os sites e finalmente ultrapasse o limite do digital. Mas conforme explicado anteriormente, a incidência desses fatos é aleatória, e não é possível prever seu aparecimento. Para fins de ilustração, uma semana após a coleta dos dados e delimitação exata o corpus do estudo, começou a surgir uma onda de manifestações populares que marcou o Brasil em 2013, cujas mobilizações eram combinadas via redes sociais. A mídia encarou o tema de diversas maneiras ao longo das semanas de conflito – ora de forma negativa e velada; e em um segundo momento dando voz e razão aos manifestantes diante da percepção da força e do poder das redes sociais como instrumento de mobilização pública/política/cidadã. Nesse período, o tema dominou as redes sociais, o conteúdo e as pesquisas na internet, e a coleta de dados feita nessas semanas e não no período em que ocorreu de fato poderia ter alterado os rumos da pesquisa.

Embora o índice de palavras-chave nas notícias do G1 ter se apresentado baixo, uma análise qualitativa permitiu verificar a importância, ainda assim, das palavras-chave dos dispositivos de indexação para as notícias do site, e também analisar alguns casos. No apanhado geral de palavras-chave, encontram-se muitas que não possuem apelo para serem transformadas em notícias, como as que compreendem nomes de site e serviços, como 'Facebook', 'Youtube' etc, cuja incidência foi grande e contribuiu para a extensão da amostra. No entanto, se analisarmos as palavras-chave classificadas nas categorias que realmente apresentam interesse como notícia, as palavras-chave adquirem significativa importância e presença nas notícias publicadas no G1. Temas de interesse público como 'Enem' e 'Bolsa

Família’, por exemplo, que aparecem na listagem dos termos mais buscados durante semanas seguidas e com diversas variações (‘Inscrição Enem’, ‘Enem 2013’, ‘Enem’, Inscrição Enem 2013’), estiveram presentes também nas notícias do G1, e posteriormente foram veiculadas como notícias no Jornal Nacional. Já outros termos de interesse público e com grande frequência de aparições nos *Trends* do Google por mais de uma semana, como ‘greve’, ‘metro’, ‘greve metro’, que se referem à greve dos metroviários ocorrida entre maio e junho de 2013 em São Paulo, estavam sendo objeto de buscas no Google e figurando como assunto de notícias durante várias semanas no G1, inclusive como destaque. Entretanto, apesar da presença significativa no meio digital, essas notícias não foram veiculadas, nem o tema mencionado nas edições de segunda-feira do JN analisadas na pesquisa. O motivo que explica a veiculação de alguns temas, como foi o caso do Enem e do Bolsa Família, e a não veiculação de outros, como a greve, está ligado diretamente à hipótese principal que permeia essa pesquisa, de que os assuntos mais comentados e discutidos nas redes telemáticas pautam o jornalismo tanto online quanto de veículos tradicionais como a TV, desde que tenha alguma relevância simbólica – ou não apresente elementos que entrem em conflito com a posição política/ideológica de quem produz ou veicula a notícia.

De posse dos dados devidamente classificados e verificados, foi possível traçar alguns critérios passíveis de aplicação no fluxo de notícias da web para TV, sobretudo quando os dois veículos pertencem a um mesmo grupo de comunicação, como foi o caso do escopo desse estudo:

1) Critério de Layout: Steve Krug (2006), em sua obra “Não me faça pensar”, discorre sobre usabilidade nos sites da internet – ou seja, sobre como os programadores das páginas podem planejar e desenvolver os sites de forma que eles fiquem mais claros, fáceis de usar e rápidos para os usuários. Para tal, apresenta estudos que comprovam algumas características importantes acerca do comportamento do usuário durante a navegação em um site. Entre elas, podemos destacar: (a) O modo de leitura na web é de “scanner”, ou seja, as pessoas em um primeiro momento apenas passam o olho pelo conteúdo da página, procurando palavras ou frases que chamem sua atenção. Isso significa que as chamadas e notícias com diferenciação visual, como fonte maior, negrito, cores etc dispostas em um site possuem mais destaque que as demais; (b) Outro detalhe referente ao modo de leitura nos sites da internet é que ele ocorre na ordem ocidental de ler: da esquerda para a direita, e de cima para baixo. Portanto, quanto mais à esquerda e ao topo da página, mais chances de visualização e acesso a determinado conteúdo ou notícia; (c) Durante a navegação em um site da internet, os usuários tendem a focar as palavras e expressões que representam seus interesses pessoais ou estejam

relacionadas à tarefas que estejam executando. Além disso, é comprovado que termos como ‘grátis’, ‘venda’ e ‘sexo’ possuem efeitos sobre o sistema nervoso e tendem a atrair mais atenção (KRUG, 2006, p. 9-10).

No caso do G1, a diferenciação visual e da disposição das notícias ao longo da página, que pode ser conferida nas figuras, não é ao acaso. Existe uma intenção conjunta – cujos motivos são desconhecidos, passíveis de estudo específico do teor de cada notícia – , entre o programador e o editor da página que estabelece uma hierarquia de importância das notícias dispostas no site. Logo, podemos concluir que as notícias publicadas no G1 que possuem chamada com fonte maior, cor diferente e/ou diferenciação visual, e ainda quanto mais dispostas no topo da página e à esquerda, tendem a ter maior destaque para o portal. Por terem mais destaque na concepção dos editores, esse seria um critério possível para que essas notícias do site fossem filtradas para serem veiculadas na TV: vão para o noticiário televisivo as notícias que estão mais à esquerda e ao topo do portal na internet. Essa afirmação pode ser constatada ao se verificar a relação das notícias do G1 que foram aproveitadas pelo Jornal Nacional e figuraram no noticiário televisivo durante o período de quatro semanas no qual compreendeu a pesquisa (tabela 7): 70% delas, em média, estão dispostas do lado esquerdo no portal, concentram-se na primeira e segunda telas capturadas (topo da página) e são notícias que possuem destaque visual com relação às demais, com título com fonte maior e em negrito (Figuras 13 a 39).

2) Critério de incidência de palavras-chave: Conforme visto nesse estudo, das notícias do G1 que serviram como pauta para o Jornal Nacional, sendo veiculadas no noticiário televisivo, cerca de 50% delas tinham relação com palavras-chave da lista dos termos mais pesquisados no Google ou discutidos no Twitter, o que permite associar a significância desses termos para elaboração de notícias no ambiente imersivo digital e, conseqüentemente, fora dele.

Prova ainda de que palavras-chave têm influência para elaboração de notícias no ciberespaço, em consonância com a hipótese de que os jornalistas responsáveis pela elaboração e veiculação de conteúdo no G1 utilizam ferramentas de indexação por palavras-chave, como os mecanismos de busca e as redes sociais, para conferir os assuntos mais discutidos, escreverem sobre eles e, conseqüentemente, obterem audiência e acesso para as páginas e o site, se concentra nas notícias semanais publicadas pelo próprio G1 que lista os termos mais buscados no Twitter, comentando sobre cada um deles. No levantamento semanal do portal, é analisada não só os *TrendingTopics* com filtro ‘Brasil’, como utilizado nesse estudo, mas além deles, a listagem de assuntos mais discutidos no mundo, no Rio de

Janeiro e em São Paulo. As notícias do G1 sobre as palavras e termos-chave de maior incidência no Twitter é publicada uma vez por semana às segundas ou terças-feiras, e para fins de complementação do trabalho, elas foram verificadas nas mesmas semanas que compreenderam o período de coleta de dados da pesquisa. Com exceção das palavras-chave sobre conteúdo de grupo concorrente (Relevância simbólica diferente dos que produzem e veiculam a notícia) e sobre assuntos inerentes ao próprio Twitter e sua utilização, todos os termos que figuraram nos *Trending Topics* mostrados nas matérias serviram como pauta para conteúdo do portal, já que na descrição desses termos há links para notícias sobre o tema dentro do próprio site.

Com relação à hipótese afirmando que o conteúdo veiculado na TV atualmente não é aleatório e pensado exclusivamente para esse meio conforme ocorria há tempos atrás, mas diretamente ligado ao conteúdo disponível nos portais da internet e nos dispositivos de indexação por meio de palavras-chave na rede e o conteúdo dos telejornais, parece lógico pensar que o conteúdo publicado no portal de notícias de um grupo de comunicação seja aproveitado para o noticiário do mesmo grupo na TV – caso do G1 e do Jornal Nacional, do Grupo Globo, analisados nesse estudo -, e que a princípio é infundada a intenção de verificar se as notícias publicadas no site figuram na TV. No entanto, é importante atentar à realidade de que, embora as notícias sejam de fato aproveitadas para o jornal televisivo, é sabido que o espaço disponível para publicação de notícias na web é infinitamente maior, passível de extensão, o que não ocorre com a TV, que possui tempo, script e quantidade de notícias previamente delimitadas para serem veiculadas. As notícias do G1 estarem presentes de alguma forma no Jornal Nacional é uma assertiva que sempre esteve ao entorno desse estudo, mas com qual frequência e de que maneira essas notícias da web passam para a plataforma televisiva era um dos objetos centrais da análise. Indo além, a intenção de se investigar o que faz, diante das várias possibilidades de notícias disponíveis no portal, com que algumas especificamente sejam aproveitadas para o Jornal da TV, e quais os valores e elementos que elas apresentam para serem diferenciadas das demais e servirem como pauta para a televisão permeou todo o processo de análise de dados.

Por fim, uma outra hipótese levantada foi a de que o portal de notícias G1, analisado no estudo, e outros disponíveis na internet com o mesmo perfil possuem conteúdo, estratégias de veiculação, linguagem e práticas discursivas específicos, cujas teorias contemporâneas acerca das redes e do jornalismo online ainda não são capazes de atender, de forma satisfatória, a esses novos paradigmas sobre a prática jornalística nas redes telemáticas. De fato, conforme foi visto anteriormente, sites de notícias como o representado nesse

trabalho apresentam conteúdo singular no que tange à elaboração das notícias (palavras-chave do Google e do Twitter serviram como pauta para parte das notícias publicadas no portal G1) e a forma de veiculação (destaque de algumas notícias no site em detrimento de outras; aproveitamento das notícias do portal para o conteúdo televisivo), e apesar da extensa quantidade de teorias que esmiúçam as esferas da comunicação e do jornalismo, a velocidade com que a internet e as novas tecnologias vêm interferindo e modificando a prática jornalística e a produção de conteúdo de forma geral, sobretudo a partir dos anos 2000, impossibilitam a formulação de teorias assertivas no mesmo ritmo. Podemos afirmar que essa hipótese de trabalho se confirma em termos. Alguns estudiosos, como Manoel Fernandes com seu conceito de ‘Jornalismo de Indexação’ (FERNANDES, 2008), vêm se atentando nos últimos anos para uma completa mudança na forma de se fazer jornalismo no ciberespaço e para a necessidade de profissionais e instituições de ensino de jornalismo se prepararem para atuar em consonância com as características das redes telemáticas digitais – que já não são as mesmas da década de 2000 quando foram formuladas algumas teorias para o webjornalismo. Muitos autores defendem utilização de técnicas de *SEO* e a prática de *webwriting* visando escrever levando-se em conta a incidência de palavras-chave no texto, de que forma esse conteúdo pode gerar acesso, ser indexado e, conseqüentemente, mais facilmente encontrado e posicionado pelos mecanismos de busca, e assim por diante. Qualquer pesquisa que se propõe a tratar de práticas de produção, seleção e veiculação de informações que se renovam a cada momento, em um meio que se encontra em constante evolução, se volta para a assertiva de que são temas inesgotáveis, que carecem cada vez mais de estudos frente a muitas discussões, ainda em aberto, sobre o ambiente imersivo digital.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Lea. **Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos? Mudanças estruturais no jornalismo.** Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/4345/1/NP2ADGHIRNI.pdf>>. Acesso em: 13 dez 2011.

BARABÁSI, Albert-László. **Linked: a nova ciência dos networks.** São Paulo: Leopardo Editora, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

BRUNO, Fernanda. **Rastros Digitais: o que eles se tornam quando vistos sob a perspectiva da teoria ator-rede? .** XXI Compós: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <www.compos.org.br/data/biblioteca_1798.doc>. Acesso em: 08 jul 2012.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Leitores, espectadores e internautas.** Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** In: A era da informação: Economia, sociedade e cultura; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILHO, Carlos. **O que é notícia no mundo on-line.** In: RODRIGUES, Ernesto (org). **No próximo bloco... O jornalismo brasileiro na TV e na internet.** Rio de Janeiro: PUC, 2005.

CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação.** São Paulo: ECA – USP, 2012.

CORREIA, João Carlos. **O admirável mundo das notícias: Teorias e Métodos.** Labcom, 2011.

DALMONTE, Edson Fernando. **Inovações tecnológicas, Webjornalismo e fluxos informacionais: entre novas possibilidades e velhos ideais.** In: *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v.30, n.1, p. 129-149. São Paulo ,jan./jun. 2007.

DAWKINS, Richard. **The Selfish Gene.** Oxford University Press, 1989.

FÉLIX, Luciene. **A Lógica Pragmática.** ESDC, 2007. Disponível em: http://www.esdc.com.br/CSF/artigo_2007_05_logica.htm. Acesso em: 08 jan 2014.

FERNANDES, Manoel. **“Jornalismo de Indexação”.** Do Broadcast ao Socialcast. Como as redes sociais estão transformando o mundo dos negócios. São Paulo: W3, 2009.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

GABRIEL, Martha. **SEM e SEO: Dominando o marketing de busca.**São Paulo: Novatec, 2009.

GARCIA DOS SANTOS, Laymert *et al.* **A informação após a virada cibernética.** In: *Revolução Tecnológica, internet e socialismo.* São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

GONÇALVES, Elias Machado. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** Salvador: Calandra, 2003.

HARAWAY, Donna. **Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX.** In: *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano.* Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

IRIGARAY, Fernando; NEGRI, Ignacio; SANGUINETI, Francisco *et al.* **Periodismo Digital em un paradigma de transición.** Rosario: Fundacion La Capital, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar.**Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar: Uma abordagem de bom senso à Usabilidade na Web.** Rio de Janeiro: AltaBooks, 2006.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

_____. **Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory.** 328pp. New York, NY: Oxford University. Press, USA, 2005.

LAW, John. **Notas sobre a Teoria do Ator-Rede: ordenamento, estratégia, e heterogeneidade.** Tradução de Fernando Manso. Rio de Janeiro: COMUM, 2006.

LEDFORD, Jerri L. **Bíblia SEO: Otimização para mecanismos de busca.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

LEE, Yang W.; WANG, Richard Y.; HUANG, Kuan-Tsae. *Calidad de la información y gestión del conocimiento.* Madrid: Aenor, 2000.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: 34, 1999.

_____. **O que é o virtual?.**São Paulo: 34, 1996.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na web.** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acesso em: 10 fev 2012.

MORIN, Edgar. **Da necessidade de um pensamento complexo**. In: MARTINS, F. M.; SILVA, J. M. Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Sulinas, 2003.

MOURA, Leonardo. **Como escrever na Rede: Manual de conteúdo e redação para Internet**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

PADILHA, Sonia. **Os valores-notícia no webjornalismo**. In: Anais do 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor. 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1689/286>> . Acesso em: 17 jul 2013.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Revista PJBR – ECA - USP. Edição 04, 2º sem 2004. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm>. Acesso em: 19 jan 2012.

PIMENTA, Francisco José Paoliello. **Jogos, Redes Sociais e a crise no campo da Comunicação**. In: Anais do V Simpósio Nacional da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber. 2011. Disponível em: <http://www.petfacom.ufjf.br/wordpress/arquivos/artigos/PIMENTA-ABCiber2011- crise_comunicacao.pdf>. Acesso em: 02 fev 2014.

_____. **Redes multicódigos: possibilidades semióticas para o ativismo global**. Revista Significação – USP. Volume 31, nº 22. 2004. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/viewFile/65596/68207>. Acesso em: 10 fev 2014.

_____. **Summum Bonum na Rede: a conectividade é algo admirável?** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Ecompós. Agosto 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/152/153>. Acesso em: 17 set 2013.

_____. **Webdesign e Informação**. In: Lumina, UFJF. Volume 2, nº 2. 1999. Disponível em: < <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R3-Chico-HP.doc>>. Acesso em: 05 dez 2013.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

RIBEIRO, Cláudio José Silva. **Informação, Representação e Comunicação: Os Pilares para a Web Semântica**. Revista GC Brasil. Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.jaimebastos.com.br/docs/publicacoes/GC-Brasil-5D.pdf>>. Acesso em: 26 jun 2012.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: Redação & Informação para a web**. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo On-line: Modos de fazer**. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Sulina, 2009.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura: Perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da Comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Tarcízio; CERQUEIRA, Renata; PUCCINI, Henrique *et al.* **#MídiasSociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões**. PaperCliq e Danila Dourado Social Media, 2010.

SIMONDON, Gilbert. **TechnicalMentality**. ParrhesiaJournal Ed.07 (7-27): 2009.

TEIXEIRA, Paulo Rodrigo. **SEO: Otimização de Sites**. São Paulo: DIY, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume II. Florianópolis: Insular, 2005.

VAZ, Conrado Adolpho. **Google Marketing: O guia definitivo de marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2008.

VENTURA, Mauro de Souza. **Hipertexto, noticiabilidade e teoria do jornalismo na web**. 2010. Disponível em: <http://www.facasper.com.br/rep_arquivos/2010/03/16/1268758424.pdf>. Acesso em: 02 mai 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.

YAMAOKA, Eloi Juniti. **O uso da Internet**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

G1. **Portal de Notícias da Globo**. Disponível em: <<http://www.g1.com.br>>.

G1. **Assuntos no Twitter – segunda-feira 20/05/2013**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/05/assuntos-no-twitter-segunda-feira-20052013.html>>. Acesso em: 15 nov 2013.

G1. **Assuntos no Twitter – segunda-feira 27/05/2013.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/05/assuntos-no-twitter-segunda-feira-27052013.html>>. Acesso em: 15 nov 2013.

G1. **Assuntos no Twitter – terça-feira 04/06/2013.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/06/assuntos-no-twitter-segunda-feira-03062013.html>>. Acesso em: 15 nov 2013.

G1. **Assuntos no Twitter – segunda-feira 10/06/2013.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/06/assuntos-no-twitter-segunda-feira-10062013.html>>. Acesso em: 15 nov 2013.

GOOGLE. Disponível em: <<http://www.google.com>>.

GOOGLE NEWS. Disponível em: <<http://www.news.google.com.br/trends>>.

GOOGLE TRENDS. Disponível em: <<http://www.google.com/trends>>.

TECHTUDO. **Entenda o meme Luiza está no Canadá.** Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/curiosidades/noticia/2012/01/entenda-o-meme-luiza-no-canada.html>>. Acesso em: 12 fev 2014.

TECHTUDO. **Twitter faz 8 anos; microblog revela números sobre o Brasil e o mundo.** Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/03/twitter-faz-8-anos-microblog-revela-numeros-sobre-o-brasil-e-o-mundo.html>>. Acesso em: 21 mar 2014.

TWITTER. Disponível em: <<http://www.twitter.com>>.

7 ANEXOS

7.1 EDIÇÕES JORNAL NACIONAL

Jornal Nacional

Data: 20/05/2013 (segunda-feira)

Programa 1

Bloco 1

- Abertura: Reportagem sobre o crack iniciando série especial sobre o problema da droga no Brasil
- Presidente Dilma diz que o Programa Bolsa Família não corre riscos, após correria no fim de semana às agências da Caixa Econômica depois de um boato que o benefício seria extinto

Bloco 2

- Morre mais uma vítima do incêndio ocorrido na Boate Kiss em janeiro
- Três brasileiros morreram em acidente com balão na Turquia
- Alto preço do turismo nacional faz gastos dos brasileiros no exterior ultrapassa despesas de estrangeiros no país.
- Portal Yahoo compra *Tumblr* por mais de 2 bilhões de reais

Bloco 3

- Tornados arrasam bairros da cidade de Oklahoma, nos EUA
- Previsão do tempo
- Preso policial suspeito de matar um jovem de 25 anos em uma exposição agropecuária em Goiânia
- Declarações do ministro Joaquim Barbosa provocam críticas no meio político
- Presidente do Senado Renan Calheiros determinou revisão de todas as aposentadorias por invalidez feitas pela casa, após denúncia feita pelo Fantástico
- Comissão de Ética da Presidência da República pediu informações ao recém nomeado ministro de micro e pequenas empresas que se manteve no cargo de vice governador de SP

Bloco 4

- 70 pessoas morreram e mais de 200 ficaram feridas em uma série de atentados no Iraque
- Imprensa americana afirma que assessores do governo sabiam das irregularidades da Receita Federal, mas Obama disse que só tomou conhecimento pela imprensa
- Real Madrid anunciou que português José Mourinho não será mais o técnico na próxima temporada
- Inaugurado estádio da Copa do Mundo no Recife, o Arena Pernambuco
- CBF postergou em um dia a apresentação da seleção para a Copa das Confederações

-Bloco 5

- Errata sobre reportagem dos brasileiros que morrem em acidente com balão na Turquia e reportagem política
- Futebol brasileiro conheceu nesse domingo dez campeões estaduais

Jornal Nacional**Data: 27/05/2013 (segunda-feira)****Programa 2**

Bloco 1

- Caixa pede desculpas por informar errado sobre o Bolsa Família. O banco havia antecipado saques um dia antes dos boatos
- Feijão mais consumido do país, o carioca, subiu quase 45% esse ano e brasileiros estão gastando mais para manter o ingrediente tradicional no prato
- Estudo sobre trabalhadores informais mostra que metade deles não sabe o que fazer para legalizar o negócio
- Termina hoje o prazo para inscrição no Enem 2013

Bloco 2

- Homem espera 18 horas para ser resgatado depois de um acidente em Sorocaba SP
- Parentes homenageiam vítimas do incêndio na boate Kiss
- Começa na Itália julgamento de ex-políticos acusados de acordo com máfia
- Menos de duas semanas depois de Angelina Jolie anunciar que retirou os seios para evitar o câncer de mama, tia da atriz morre em consequência da doença
- ANVISA libera a venda de emagrecedores a base de Sibutramina
- Previsão do tempo
- Tribunal Superior Eleitoral suspende exibição de um trecho de programa de rádio e TV do PSDB
- Procurador Geral da República pediu hoje ao STF a absolvição do deputado Federal Marcos Feliciano, do PSC de SP, acusado de estelionato

Bloco 3

- Neymar assina contrato com Barcelona
- Reportagem sobre influência do Neymar no futebol brasileiro
- Chuva na última madrugada em Salvador derrubou parte da cobertura da Arena Fonte Nova, que vai receber três jogos na Copa das Confederações
- Equipe Mercedes esquentou Mundial de Fórmula 1

Bloco 4

- Corpo de Roberto Civita, filho do fundador do Grupo Abril, é velado em SP
- Festa no Jardim Botânico, no RJ, marca 35 anos do Telecurso 2000
- Reportagem sobre histórico do Telecurso no país

Jornal Nacional**Data: 03/06/2013 (segunda-feira)****Programa 3**

Bloco 1

- Reportagem sobre a Espanha, iniciando série especial sobre países que irão participar da Copa das Confederações

Bloco 2

- Polícia suspeita que traficantes obrigaram adolescente a se responsabilizar pelo tiro que feriu turista alemão no Rio
- Instalada a 33ª unidade da polícia pacificadora no Rio, no Cosme Velho
- Subiu para quatro o número de áreas invadidas por índios Terenas. Índios rejeitaram ordem de desocupação da Fazenda Buriti
- Três rodovias do norte do Rio Grande do Sul foram bloqueadas por grupos indígenas
- Autoridades do Governo Federal discutiram hoje medidas para evitar conflitos em áreas reivindicadas por grupos indígenas e anunciaram mudanças na forma como a FUNAI irá demarcar as reservas

Bloco 3

- Exportações brasileiras superam importações em maio
- Decisão liminar do Conselho Nacional de Justiça suspendeu o pagamento de R\$100 milhões em auxílio-alimentação para juízes de oito estados
- Polícia pede prisão do técnico de enfermagem suspeito de abuso sexual de paciente em hospital particular no Rio
- 119 pessoas morreram na China em um incêndio em um abatedouro de aves
- Na Europa, oito pessoas morreram nas inundações severas que atingem Áustria, Alemanha e República Tcheca
- Previsão do tempo

Bloco 4

- 67 países, incluindo o Brasil, assinaram tratado que regula comércio de armas
- Manifestantes voltam a entrar em choque com a polícia na Turquia
- Começou hoje nos EUA julgamento do soldado que confessou ter roubado informações secretas do Governo americano para serem divulgadas na internet
- Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias critica ações de Cristina Kirchner
- Laudo da Comissão da Verdade desmente versão oficial de morte de opositor do regime militar

Bloco 5

- 55 mil pessoas foram ao estádio do Barcelona receber Neymar

Jornal Nacional

Data: 10/06/2013 (segunda-feira)

Programa 4

Bloco 1

- Ataque a engenheiro expõe perigos da sinalização deficiente no RJ
- Protesto contra aumento de passagem de ônibus provoca tumulto no RJ
- Criança de 3 anos é encontrada morta num apartotel em Fortaleza (CE)
- Mudança na emissão de passaportes causa atraso na entrega dos documentos
- A JBS, maior empresa de carnes do mundo, anunciou a compra da Seara

Bloco 2

- Brasileiros vão poder acompanhar custo da geração de energia elétrica
- Índios Mundurucu ocupam sede da FUNAI em Brasília
- Receita Federal libera primeiro lote de restituição do imposto de renda
- Entra em vigor lei que determina valor de imposto detalhado em notas fiscais

Bloco 3

- Dólar tem maior cotação desde 2009
- Portugal pede ajuda ao Brasil contra crise econômica
- Previsão do tempo
- Governo Federal divulga balanço sobre segunda etapa do PAC

Bloco 4

- Começam as inscrições para o SISU
- Polícia de Londres prende quatro suspeitos de atear fogo em escola islâmica
- Homem que vazou informações secretas dos EUA conta detalhes do monitoramento
- Jovens que tornaram públicas informações confidenciais nos EUA podem ficar anos na cadeia
- Santuário de Aparecida divulga detalhes da visita do Papa durante Jornada Mundial da Juventude

Bloco 5

- Seleção da Itália chega ao Rio para a Copa das Confederações
- Cobertura da Copa das Confederações na Globo terá show de tecnologia e informação

7.2 TWITTER TRENDING TOPICS

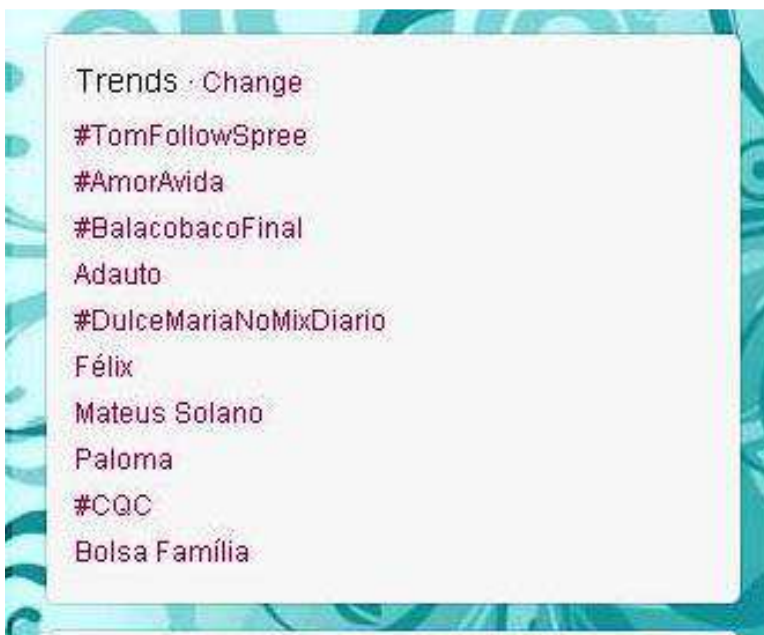


Figura 1. Listagem das *hashtags* mais discutidas no Twitter durante a primeira semana da pesquisa (20/05/2013).

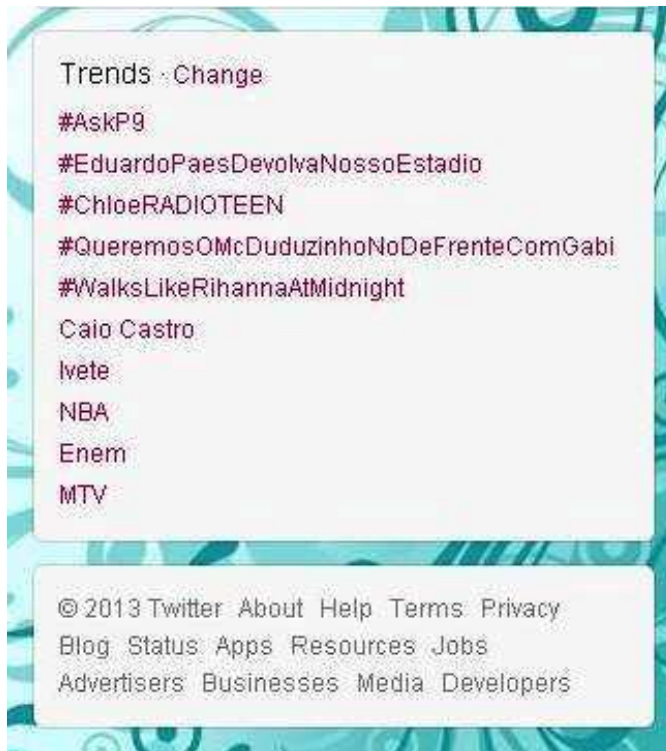


Figura 2. Listagem das *hashtags* mais discutidas no Twitter durante a segunda semana da pesquisa (27/05/2013).



Figura 3. Listagem das *hashtags* mais discutidas no Twitter durante a terceira semana da pesquisa (03/06/2013).



Figura 4. Listagem das *hashtags* mais discutidas no Twitter durante a quarta semana da pesquisa (10/06/2013).

7.3 GOOGLE TRENDS

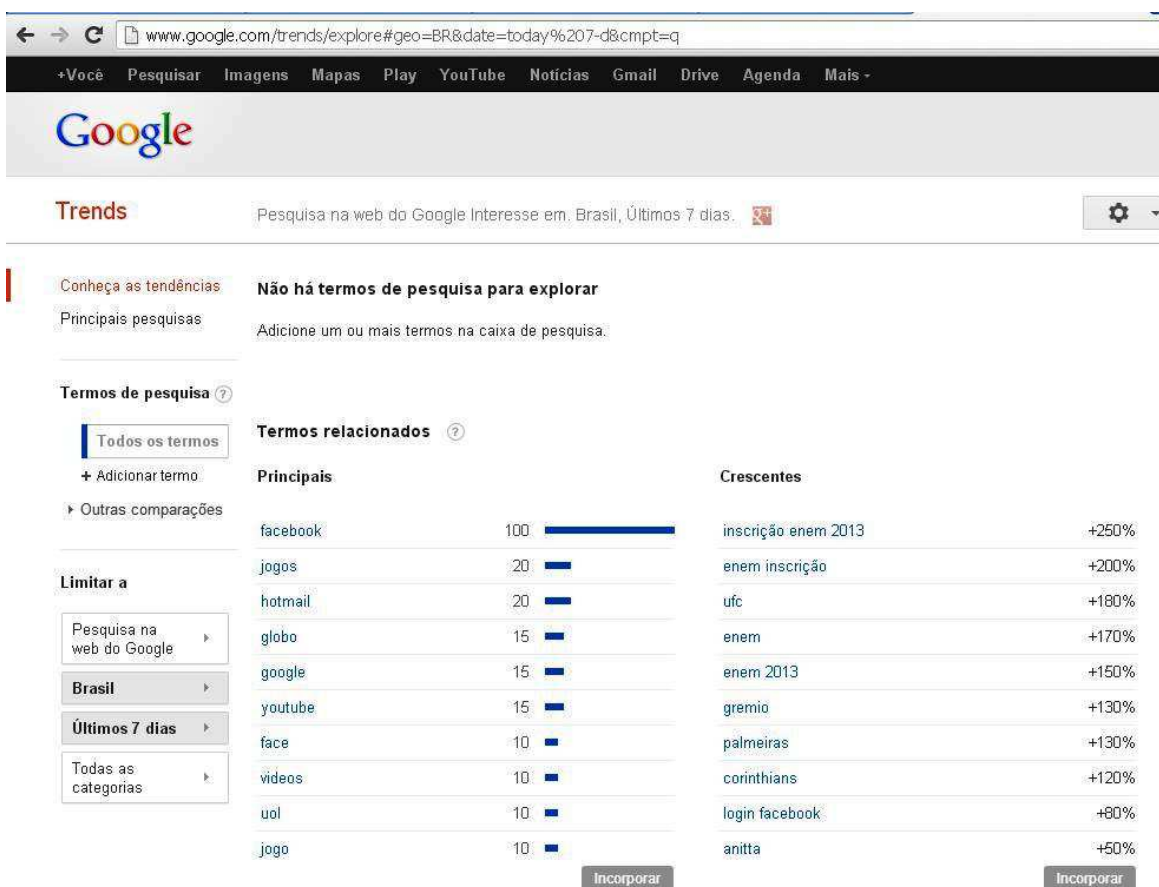


Figura 5. Listagem dos termos mais pesquisados na web do Google durante a primeira semana da pesquisa (20/05/2013).

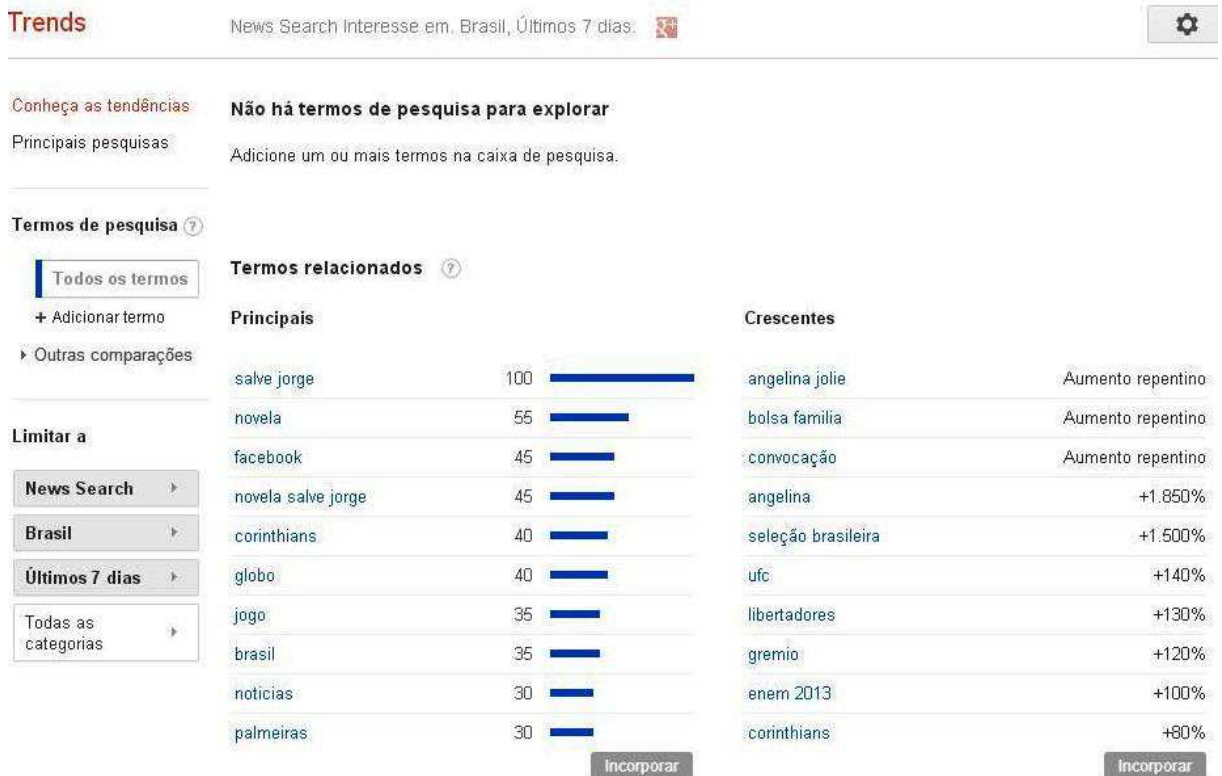


Figura 6. Listagem dos termos mais pesquisados no mecanismo de busca de notícias do Google durante a primeira semana da pesquisa (20/05/2013).



Figura 7. Listagem dos termos mais pesquisados na web do Google durante a segunda semana da pesquisa (27/05/2013).

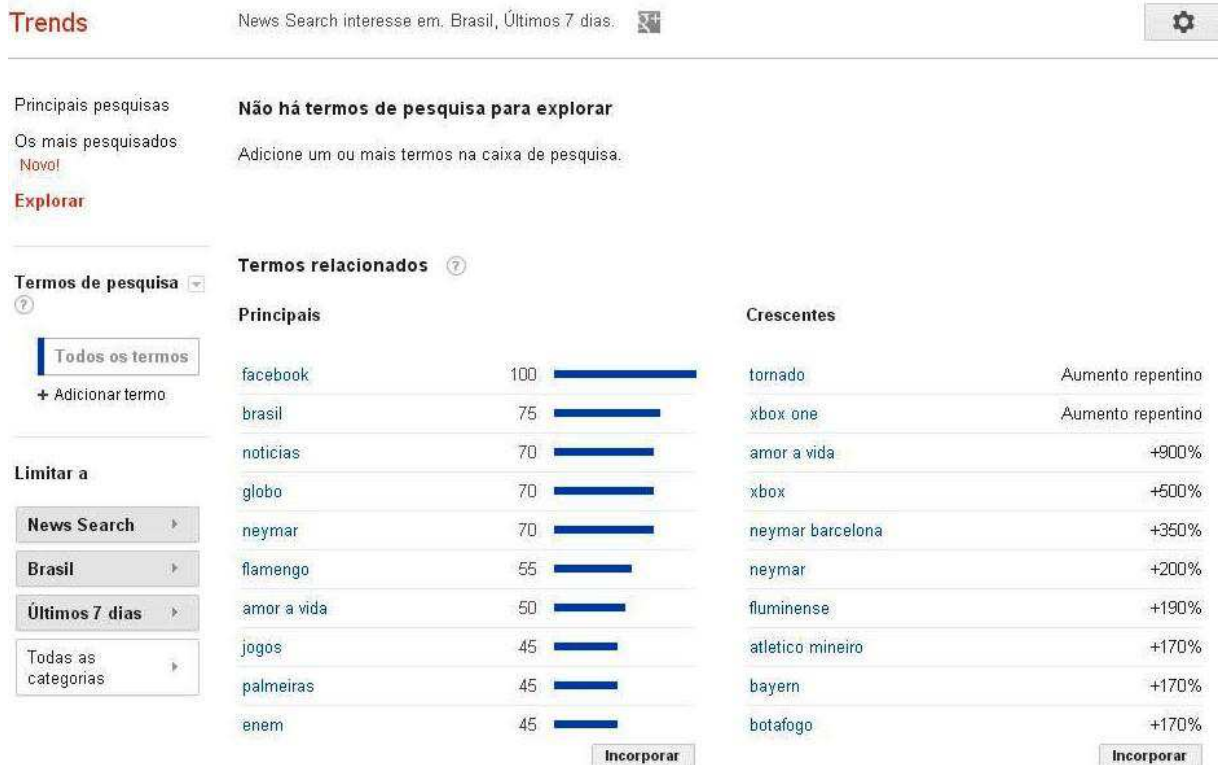


Figura 8. Listagem dos termos mais pesquisados no mecanismo de busca de notícias do Google durante a segunda semana da pesquisa (27/05/2013).



Figura 9. Listagem dos termos mais pesquisados na web do Google durante a terceira semana da pesquisa (03/06/2013).

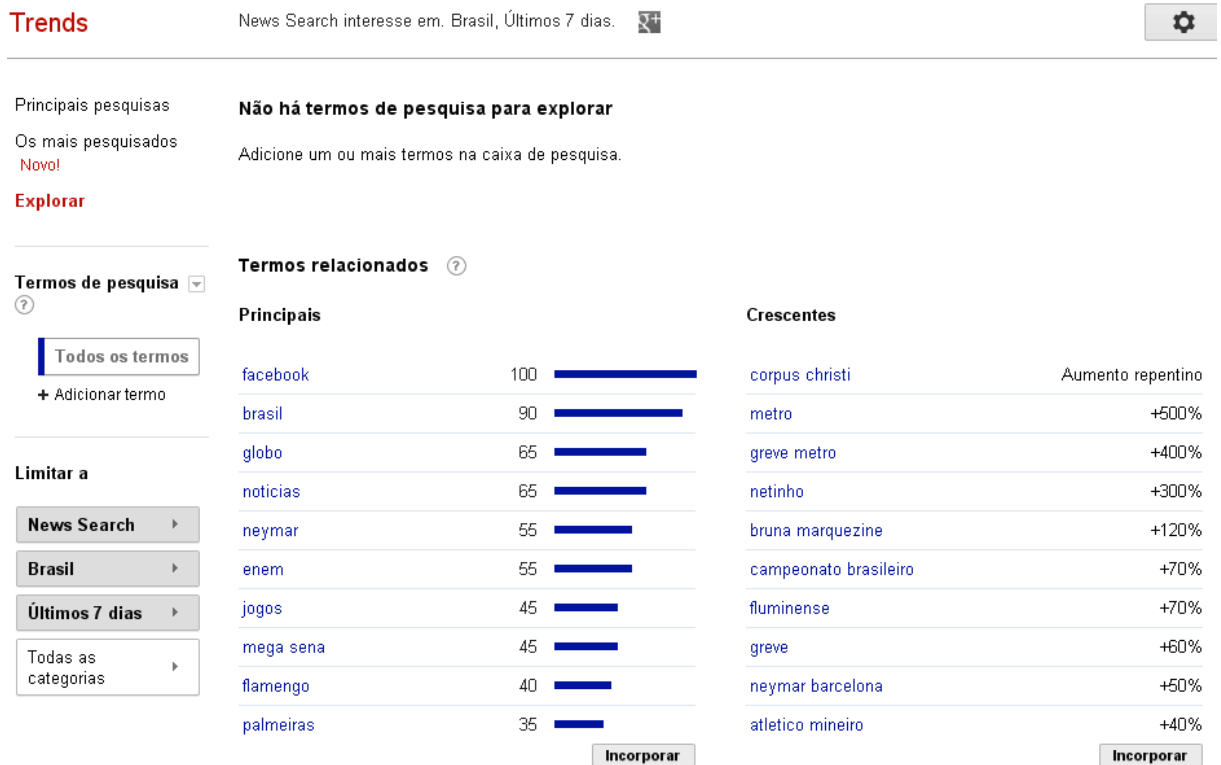


Figura 10. Listagem dos termos mais pesquisados no mecanismo de busca de notícias do Google durante a terceira semana da pesquisa (03/06/2013).



Figura 11. Listagem dos termos mais pesquisados na web do Google durante a quarta semana da pesquisa (10/06/2013).

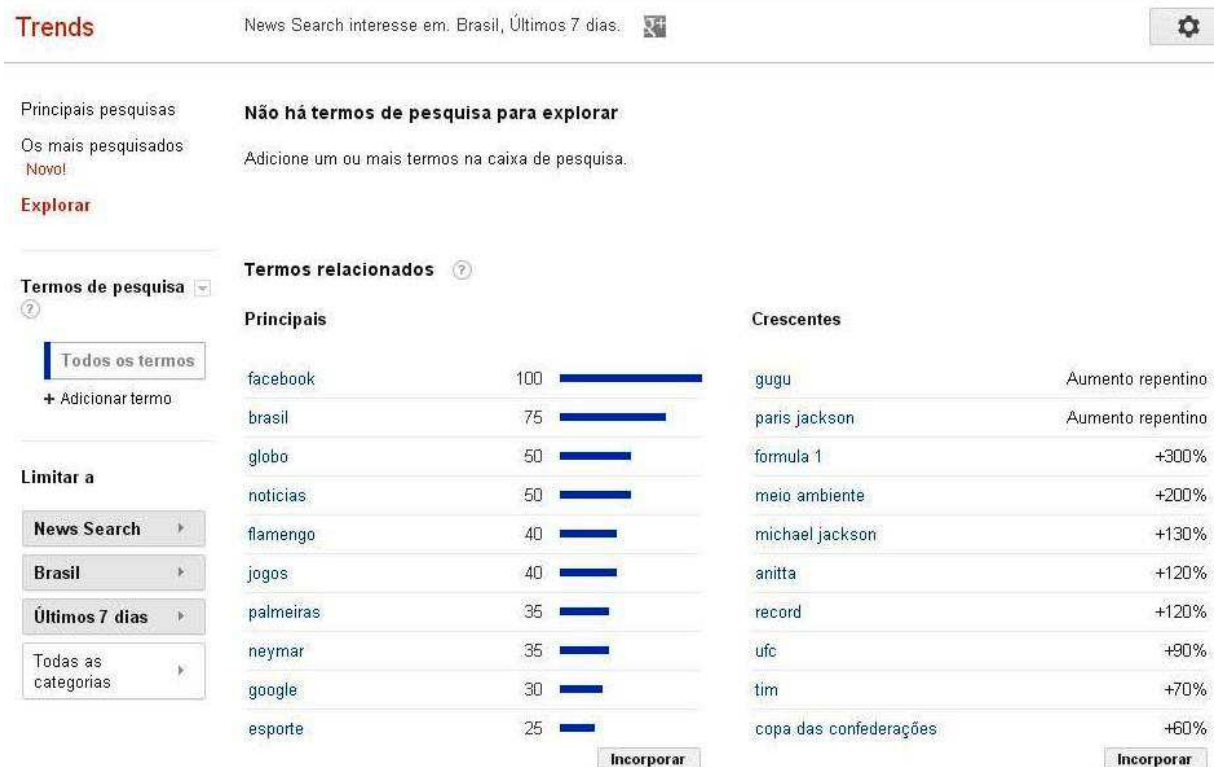


Figura 12. Listagem dos termos mais pesquisados no mecanismo de busca de notícias do Google durante a quarta semana da pesquisa (10/06/2013).

7.4 G1 HOME

Notícias Semana 1 – 20/05/2013 (De maior para menor importância, conforme posicionamento na página)

- Forte tornado deixa 51 mortos e devasta Oklahoma, nos EUA
- Após boatos, R\$152 milhões são sacados do Bolsa Família
- Senado vai rever casos de aposentadorias por invalidez
- Barbosa ameniza declaração de que partidos são de mentirinha
- Dilma inaugura Arena PE com gol de Pênalti
- Queda de balão na Turquia mata três brasileiras, diz Itamaraty
- Campeão paulista: Jogadores do Corinthians viram noite em festa
- Corinthians lança camisa comemorativa após título
- Delúbio pede que plenário do STF decida sobre novo julgamento
- Morre Ray Manzarek, tecladista do Doors
- Aberta ação contra 11 por fraude do leite
- Comissão apura denúncias contra ministro Marcelo Crivella
- Papa pede 4 helicópteros na visita ao Brasil
- Vitamina do sol pode ajudar a tratar asma
- Juiz de paz pede demissão para não fazer casamento gay
- Cobra resgatada por 10 homens volta à natureza
- Vítimas acusam irmão de pastor preso por estupro de difamação
- Comissão de Ética quer que Afif explique como irá conciliar cargos
- Túnel de 10m é descoberto em presídio no Pará
- Empresário é suspeito de elo com Hezbollah

- Audi Q5 Ambition chega por R\$246,7 mil
- Faria de novo, diz marido que pulou de prédio e salvou mulher de assalto
- Angelina Jolie aparece pela primeira vez após anunciar dupla mastectomia
- Turista brasileira morre em acidente de balão na Turquia
- Jovem suspeita de roubar carro em test-drive disse que ficou irritada
- Ficha ainda não caiu, diz pai de jovem que morreu após show em MS
- Novo vídeo traz briga de PMs e torcedores (confronto antes de Santos x Corinthians)
- História de ex-gordinha de SC vai virar filme
- Atleta da base do Fluminense desaparece
- CFM pede mediação de Dilma em debate sobre importar médicos
- Virada cultural de SP: confira os destaques das 24h de evento
- Veja a cobertura completa da Virada
- Menino de 10 anos foge e pede carona
- Justiça manda escola pagar R\$10 mil a ex-aluno por bullying
- Problema em domínio deixa sites da globo.com instáveis
- Coluna de Amelia Gonzalez: A felicidade está ligada
- Coluna de Zeca Camargo: Meu mundo caiu: Luana Piovani abandona o Twitter
- Homem é preso vendendo drogas dentro de hotel em Manaus, diz PM
- Manaus terá blitz da Lei Seca todos os dias, afirma presidente do Detran
- Flickr ganha 1 TB para armazenar fotos
- Yahoo! anuncia compra do Tumblr por US\$1,1 bi
- Ministro da Indústria discute ICMS de 12% para Zona Franca de Manaus
- PM prende rapaz de 21 anos com cocaína e crack em Porto Ferreira
- Agências do Trabalhador no Paraná oferecem 21,2 mil vagas de emprego
- Jovem de 17 anos fica gravemente ferido após mergulho em cachoeira
- Casal pega voo errado e para em Bangladesh
- Cachorro posa com óculos psicodélicos em Moscou
- Mulheres acusam taxista de estupro
- Cimi denuncia abuso em reintegração
- Queda foi sustinho, diz Milton Nascimento
- Festa de Barretos anuncia programação
- Universitária foi estuprada em rodeio
- Ataques a xiitas matam ao menos 60 no Iraque
- Concursos têm salários de até R\$24mil; confira
- Agência transforma barbas em "outdoor"
- Jolie é vista pela 1ª vez após anunciar cirurgia
- Israel cancela visita da Unesco e culpa palestinos
- veja 10 órgãos que abrem inscrições para 4,6 mil vagas
- Estudante vê logo da Pepsi nas novas latas de Coca-Cola
- Jornada nas Estrelas ganha paródia musical de alunos
- Planejar a rotina ajuda a ter uma vida saudável
- Saiba como evitar acidentes na cozinha

globo.com notícias esportes entretenimento videos ASSINE JÁ CENTRAL E-MAIL ENTRAR

G1 O PORTAL DE NOTÍCIAS DA GLOBO  buscar

Editorias Economia Sua região Na TV Serviços VC no G1 Princípios editoriais **Dia das Mães Jaguariúna Jornada Mundial**

Forte tornado deixa 51 mortos e devasta Oklahoma, nos EUA

Duas escolas estavam no caminho do tornado, disseram emissoras locais.

- **Está em Oklahoma? Mande vídeos, fotos e relatos**

BENEFÍCIO
Após boatos, R\$ 152 milhões são sacados do Bolsa Família
 Em 12 estados, suposto fim do benefício levou milhares a bancos para fazer saques.

- **Boato do Bolsa Família é criminoso, diz Dilma**

CONGRESSO
Senado vai rever casos de aposentadorias por invalidez
 Fantástico mostrou aposentados que continuam trabalhando fora da Casa.

PRESIDENTE DO STF
Barbosa ameniza declaração de que partidos são 'de mentirinha'
Atos: 10/05/2013 - 10:00:00



FOTOS: veja imagens do estrago causado pelo tornado nos EUA

esporte »



PUBLICIDADE
MEGA VELOCIDADE COM WI-FI E ANTIVÍRUS GRÁTIS. ASSINE AGORA

jornal nacional paranátv estv



JN **Vício do crack alcança índios em aldeia do Amazonas**

Veja mais vídeos do Jornal Nacional »

PUBLICIDADE
 CITROËN
AIRCROSS ATACAMA

Figura 13. Homepage G1 em 20/05/2013 – tela 1.

Fantástico mostrou aposentados que continuam trabalhando fora da Casa.

esporte »

Barbosa ameniza declaração de que partidos são 'de mentirinha'
 'Não houve a intenção de criticar', afirmou.
 • Fala foi 'desrespeitosa', diz presidente da Câmara

COLISÃO
Queda de balão na Turquia mata três brasileiras, diz Itamaraty
 Há outros 8 turistas brasileiros feridos.

SEDE DA COPA
Dilma inaugura Arena PE com gol de pênalti

campeão paulista »

BALADA
Jogadores do Corinthians viram noite em festa

EDIÇÃO ESPECIAL
Corinthians lança camisa comemorativa após título

música »

FUNDOU A BANDA
Morre Ray Manzarek, tecladista do Doors

veja mais vídeos do Jornal Nacional »

PUBLICIDADE

CITROËN AIRCROSS ATACAMA
 MAIS COMPLETO PARA SUA AVENTURA.
 A PARTIR DE R\$54.690,00
 TAXA ZERO DE JUROS
 Clique e saiba mais

blogs e colunas

Gerson Camarotti **Cristiana Lôbo**

José Serra é motivo de incertezas no PSDB
 Troca de peças no alto escalão do governo

Sérgio Nogueira Cássio Barbosa Yvonne Maggie
 Ana Cássia Maturano Altieres Rohr Paulo Coelho

vc no G1

Figura 14. Homepage G1 em 20/05/2013 – tela 2.

MINISTRO DA PESCA
Comissão apura denúncias contra ministro Marcelo Crivella
 Ele é suspeito de usar pasta a favor de ONG.

PREPARAÇÃO
Papa pede 4 helicópteros na visita ao Brasil
 Coordenador das Forças Armadas fala ao G1.

PARÁ
Juiz de paz pede demissão para não fazer casamento gay
 CNJ obriga cartórios a celebrar a união.

RIO DE JANEIRO
Vítimas acusam irmão de pastor preso por estupro de difamação

ACÚMULO DE FUNÇÕES
Comissão de Ética quer que Affif explique cargos como irá conciliar cargos
 Vice-governador de SP também é ministro.

MARITUBA
Túnel de 10 m é descoberto em presídio no Pará

PARANÁ
Empresário é suspeito de elo com Hezbollah
 EUA dizem que ele enviava dinheiro ao grupo.

ciência e saúde »

VITAMINA D
'Vitamina do sol' pode ajudar a tratar asma

natureza »

SUCURI
Cobra resgatada por 10 homens volta à natureza

autoesporte »

MOTOR VE
Audi Q5 Ambition chega por R\$ 246,7 mil

cinema »

mercado financeiro

Ibovespa BVSP **+0,97%**
 55.701 pts (+536)

moedas variação compra

EURO R\$ 2,627

DÓLAR COMERCIAL -0,03% R\$ 2,039

21/05/2013 00h09 | Thomson Reuters

Figura 15. Homepage G1 em 20/05/2013 – tela 3.

SANTOS
Novo vídeo traz briga de PMs e torcedores

Confronto foi antes de Santos x Corinthians:

INVESTIGAÇÃO
Atleta da base do Fluminense desaparece

Gabriel, de 18 anos, está sumido desde quinta.

SAÚDE
CFM pede mediação de Dilma em debate sobre importar médicos

• Ministério faz reunião na Suíça sobre médicos

ESPÍRITO SANTO
Menino de 10 anos foge e pede carona

Ele é de Macaé, RJ, e estava em Viana, no ES.

MINAS GERAIS
Justiça manda escola pagar R\$ 10 mil a ex-aluno por bullying

TECNOLOGIA
Problema em domínio deixa sites da Globo.com instáveis

PERSISTENTE
História de ex-gordinha de SC vai virar filme

Ela emagreceu 30 kg e venceu concursos de beleza.

G1 JÁ VIU
Vilão Jeremias cativa mais que herói em 'Faroeste caboclo'

virada cultural de sp »

ATRAÇÕES PARA TODOS OS GOSTOS
Confira os destaques das 24 horas de evento

VEJA A COBERTURA COMPLETA DA VIRADA

blogs e colunas »

Amelia Gonzalez

ANÁLISE
A felicidade está ligada ao ter ou ao ser?

Zeca **LUTO PESSOAL**

previsão do tempo + cidades

São Paulo, SP
Sol e Chuva

26° | **17°**

MÁX | MIN

previsão completa da cidade »

Shopping

 Zoom.com.br
Camisa Fla Adidas II
a partir de 7 x R\$ 28,58

compare preços de

veja todos os produtos »

Figura 16. Homepage G1 em 20/05/2013 – tela 4.

TECNOLOGIA

Problema em domínio deixa sites da Globo.com instáveis

últimas notícias 

20 DE MAIO DE 2013

23h57  AMAZONAS
Homem é preso vendendo drogas dentro de hotel em Manaus, diz PM

23h44  AMAZONAS
Manaus terá blitz da Lei Seca todos os dias, afirma presidente do Detran

23h40  AMAZONAS
Ministro da Indústria discute ICMS de 12% para Zona Franca de Manaus

23h38  SÃO CARLOS E REGIÃO
PM prende rapaz de 21 anos com cocaína e crack em Porto Ferreira

23h31  PARANÁ
Agências do Trabalhador no Paraná oferecem 21,2 mil vagas de emprego

23h14  SÃO CARLOS E REGIÃO
Jovem de 17 anos fica gravemente ferido após mergulho em cachoeira

veja mais notícias »

ANÁLISE

A felicidade está ligada ao ter ou ao ser?

 Zeca Camargo LUTO PESSOAL
Meu mundo caiu: Luana Piovani abandona o Twitter

tecnologia »



MUDANÇAS
Flickr ganha 1 TB para armazenar fotos

 INVESTIMENTO
Yahoo! anuncia compra do Tumblr por US\$ 1,1 bi

planeta bizarro »



11 MIL KM
Casal pega voo errado e para em Bangladesh

 TEATRO DE GATOS
Cachorro posa com 'óculos psicodélicos' em Moscou

Figura 17. Homepage G1 em 20/05/2013 – tela 5.

go »



Mulheres acusam taxista de estupro

Suspeito de matar a mulher grávida é encontrado morto

ms »



Cimi denuncia 'abuso' em reintegração

'Ficha ainda não caiu', diz pai que perdeu filho após show

pr »



Queda foi 'sustinho', diz Milton Nascimento

Três amigos vão ao Peru dirigindo um Corcel 75

ribeirão »



Festa de Barretos anuncia programação

Carga de tablets avaliada em R\$ 1 milhão é recuperada

sul de mg »



Universitária foi estuprada em rodeio

Esgoto pode ser visto de cima na Cadeia de Nepomuceno

Figura 18. Homepage G1 em 20/05/2013 – tela 6.

mun



Ataques a xiitas matam ao menos 60 no Iraque

Israel cancela visita da Unesco e culpa palestinos

emprego »



Concursos têm salários de até R\$ 24 mil; confira

Veja 10 órgãos que abrem inscrições para 4,6 mil vagas

marketing »



Agência transforma barbas em 'outdoor'

Estudante vê logo da Pepsi nas novas latas de Coca-Cola

pop & arte »



Jolie é vista pela 1ª vez após anunciar cirurgia

'Jornada nas estrelas' ganha paródia musical de alunos

infográficos »



Tenha recompensas

Vá ao cinema ou a uma balada toda vez que atingir uma meta. Isso ajuda a atingir o objetivo.



Tenha apoio

Convide um amigo para ir à academia com você, ou convence a família a cortar o refrigerante sempre todos fim de semana. Isso ajuda.



Organize a agenda

Proteja o café da manhã, o trabalho ou faculdade e veja também fazendo exercícios, organize as tarefas por hora e dia.

Planejar a rotina ajuda a ter uma vida saudável

Saiba como evitar acidentes na cozinha

Figura 19. Homepage G1 em 20/05/2013 – tela 7.

Notícias Semana 2 – 27/05/2013 (De maior para menor importância, conforme posicionamento na página)

- Com nº recorde de candidatos, Enem encerra inscrições
- Caixa se desculpa por informação errada sobre bolsa família
- Dupla ateia fogo em dentista em São José, SP
- Com vista para o pôr do sol, banco homenageia Millôr no Rio
- Cerca de um terço das mortes em SP é por motivos fúteis
- Protógenes diz que vai mostrar IR de 2005 a 2012
- Neymar assina contrato com o Barcelona
- Marqueline vai a reunião e vê Neymar assinar
- Caça F-15 americano cai ao mar ao sul do Japão
- Presídios do DF já têm scanner de corpo
- Anvisa decide manter venda de remédio à base de sibutramina
- Metroviários de SP decidem adiar greve
- Partidos da base e da oposição barram votação de MPs
- 'O grande Gatsby' peca no excesso de glamour
- Grafiteiros dão nome a drinques em Miami
- Com atraso, Nova York ganha serviço de aluguel de bicicleta
- RJ avalia novas medidas após tiros no Alemão
- Identificados os atiradores de corrida no Alemão
- Justiça manda PSDB tirar parte de programa com Aécio Neves
- Paraplégico é agredido por assaltantes
- Agente de futebol é detido suspeito de agredir 21 coreanos
- Termina velório de Roberto Civita em SP
- Justiça condena sócio da Delta e ex-prefeito por desvio de verba
- No Rio, Sebastião Salgado exhibe locais intocados em fotodocumentário
- Corinthians descarta emprestar Pato ao Milan
- Papa critica casais que têm apenas um filho
- Não quero que sintam pena, diz internada desde incêndio na Kiss
- Amor, acabou, disse homem à esposa depois de matar casal de vizinhos
- Suspeito de envolvimento na morte de detonauta Netinho é preso, diz PM
- Delegado vai ouvir músico agredido com socos pelo prefeito após xingamentos
- Família culpa médica por morte de jovem engasgado com peixe
- Foi distração, diz piloto de balão que caiu
- Índios ocupam Belo Monte e exigem diálogo com Dilma
- Justiça do RJ nega liberdade a pastor
- Recém-nascido é achado no mato em GO
- Turista é preso por nadar nu em praia no CE
- Veja comparativo entre Jaguar XF e Jaguar XJ
- Jacaré com mais de 3 metros é capturado no AM
- Dupla ateia fogo em dentista, em consultório de São José, diz PM
- Namorada de soldado morto na 2ª Guerra recebe diário após 70 anos
- Volume de lixo cresce em proporção maior que a população brasileira
- Defina parcelas para investimento dentro do orçamento doméstico
- Moçambicano Mia Couto Vence Prêmio Camões
- Escritor israelense Amos Oz vai receber o Prêmio Franz Kafka
- Muhammad Yunus vem ao Brasil para divulgar negócio social
- Protógenes diz que tornará públicos documentos pedidos pela justiça
- Leão e cão viram amigos 'inseparáveis' em zoo

- 6 são presos após 'show de sexo' em cinema
- Morre menina com down que salvou irmã
- Ladrão contrata frete para casa roubada
- Professor se demite após criticar gays nas redes sociais
- Delegada confirma 4 estupros em creche
- Cão enterrado vivo enfrenta rejeição
- Trabalhador morre depois de cair de andaime em Extrema
- Aplicativo faz tour em 3D pelo Everest
- Atentados deixam mais de 70 mortos no Iraque
- Netinho respira sem ajuda de aparelhos
- G1 explica como a inflação é medida
- Músico cria versão 8-bit de novo disco do Daft Punk
- Investigação de ataque em Londres prende 10 suspeitos
- Morre baixista das bandas Tutti Frutti e Made in Brazil
- Calculadora mostra a desvalorização do dinheiro

The image shows the G1 news website homepage. At the top, there is a navigation bar with the G1 logo and the text 'O PORTAL DE NOTÍCIAS DA GLOBO'. Below this, there are several news articles. The main article on the left is titled 'Com nº recorde de candidatos, Enem encerra inscrições' and has a sub-headline 'Mais de 7 milhões se inscreveram. Provas serão em 26 e 27 de outubro.' To the right of this article is a large image of a person sitting on a wooden bench. Below the main article, there are several smaller articles with headlines like 'Caixa se desculpa por informação errada sobre o Bolsa Família', 'Dupla ateia fogo em dentista em São José, SP', and 'Cerca de um terço das mortes em SP e por motivos fúteis'. On the right side of the page, there are advertisements for 'NET COMBO' and 'HP Ultrabook'. At the bottom right, there is a section for 'Jornal da Globo' with a sub-headline 'Volume de lixo cresce mais rápido que a população'.

Figura 20. Homepage G1 em 27/05/2013 – tela 1.

VIOLÊNCIA
Cerca de um terço das mortes em SP é por motivos fúteis



SATIAGRAHA
Protógenes diz que vai mostrar IR de 2005 a 2012
Justiça apura ações de ex-delegado.

DESPEDIDA
Neymar assina contrato com o Barcelona



NAMORADA
Marquezzine vai a reunião e vê Neymar assinar



PUBLICIDADE



Compre um **Ultrabook™** HP e economize **50%** em uma impressora HP*
» Compre agora
*Modelo Deskjet Ink Advantage 3516

QUEDA
Caça F-15 americano cai no mar ao sul do Japão
Piloto ejetou, mas ainda não foi encontrado.

cinema »



G1 JÁ VIU
'O grande Gatsby' peca no excesso de glamour
Diretor retoma estética de 'Moulin Rouge' no longa.

blogs e colunas

Claudia Croitor
Consegue identificar essas 50 séries de TV?



Paulo Coelho
Sincronicidade nos números e nos fatos



Sérgio Nogueira



Antônio Carlos Miguel



Ana Cássia Maturano



Zeca Camargo



Amélia Gonzalez



Yvonne Maggie



SAÚDE
Anvisa decide manter venda de remédio à base de sibutramina

TRANSPORTE
Metroviários de SP decidem adiar greve
Nova data definida é a próxima terça, dia 4.



turismo »



'OS GEMEOS' E 'NUNCA'
Grafiteiros dão nome a drinques em Miami

CÂMARA
Partidos da base e da oposição barram votação de MPs
Senado exige receber texto com antecedência.

TRANSPORTE
Com atraso, Nova York ganha serviço de aluguel de bicicleta




vc no G1




Figura 21. Homepage G1 em 27/05/2013 – tela 2.

CRIME
RJ avalia novas medidas após tiros no Alemão
Policiamento no local foi reforçado.
• Identificados os atradores de corrida no Alemão




planeta em preto e branco




FOTODOCUMENTÁRIO
No Rio, Sebastião Salgado exhibe locais intocados
Fotógrafo passou 8 anos clicando paisagens.

fotos do dia



POLÍTICA
Justiça manda PSDB tirar parte de programa com Aécio Neves

esporte »




'CHANCE ZERO'
Corinthians descarta emprestar Pato ao Milan


mais lidas

- 1 'Não quero que sintam pena', diz internada desde incêndio na Kiss
- 2 'Amor, acabou', disse homem à esposa depois de matar casal de vizinhos
- 3 Suspeito de envolvimento na morte de detonauta Netinho é preso, diz PM
- 4 Delegado vai ouvir músico agredido com socos pelo prefeito após xingamentos
- 5 Família culpa médica por morte de jovem engasgado com peixe

VIOLÊNCIA
Paraplégico é agredido por assaltantes
Jovem foi tirado a força de dentro do carro.



vaticano »



CULTURA DO 'CONFORTO'
Papa crítica casais que têm apenas um filho


mercado financeiro

ibovespa	BVSP	-0,02%
		56.396 pts (-10)
moedas	variação	compra
EURO		R\$ 2,658
DÓLAR COMERCIAL	+0,06%	R\$ 2,057


28/05/2013 09h21 | Thomson Reuters

CAMPINAS
Agente de futebol é detido suspeito de agredir 21 coreanos
Jovens apanhavam com tacos de beisebol.

LUTO
Termina velório de Roberto Civita em SP
Corpo será cremado. Ele morreu domingo.
• Criador da Veja, Civita diversificou negócios
• Dilma lamenta morte; leia repercussão
• FOTOS: veja imagens da carreira de Civita



espaço »



CORRUPÇÃO
Justiça condena sócio da Delta e ex-prefeito por desvio de verba
Eles terão que devolver R\$ 248,9 mil.

ACCIDENTE NA TURQUIA
'Foi distração', diz piloto de





Figura 22. Homepage G1 em 27/05/2013 – tela 3.

Eles terão que devolver R\$ 248,9 mil.

espaço »


ACIDENTE NATURQUIA
'Foi distração', diz piloto de balão que caiu



Colisão matou 3 brasileiras e feriu 22 pessoas.


USINA HIDRELÉTRICA
Índios ocupam Belo Monte e exigem diálogo com Dilma

INVESTIGAÇÃO
Justiça do RJ nega liberdade a pastor




Marcos Pereira é acusado de estuprar fiéis.

ABANDONO
Recém-nascido é achado no mato em GO



Bebê estava cheio de formigas e carrapatos.

FORTALEZA
Turista é preso por nadar nu em praia no CE



últimas notícias


28 DE MAIO DE 2013

02:08 **VALE DO PARAÍBA E REGIÃO**
Dupla ateia fogo em dentista em consultório de São José, diz PM

01:38 **JORNAL DA GLOBO**
Namorada de soldado morto na 2ª Guerra recebe diário após 70 anos


autoesporte »

MARCA DE LUXO INGLESA
Veja comparativo entre Jaguar XF e Jaguar XJ




natureza »

GIGANTE
Jacaré com mais 3 metros é capturado no AM



Réptil estava se alimentando de galinhas.

literatura »




EURO	R\$ 2,659
DÓLAR COMERCIAL	+0,06% R\$ 2,057

28/05/2013 03h29 | Thomson Reuters

previsão do tempo + cidades


São Paulo, SP
Sol e Chuva



MAX **21°** MIN **15°**

[previsão completa da cidade >](#)

Shopping



Walmart
LED 39 Samsung Full HD
a partir de 12 x R\$ 118,87

compare preços de

[veja todos os produtos >](#)

PUBLICIDADE




Figura 23. Homepage G1 em 27/05/2013 – tela 4.

01h38 - JORNAL DA GLOBO
Namorada de soldado morto na 2ª Guerra recebe diário após 70 anos

01h35 - JORNAL DA GLOBO
Volume de lixo cresce em proporção maior que a população brasileira

01h24 - JORNAL DA GLOBO
Defina parcelas para investimento dentro do orçamento doméstico

01h17 - JORNAL DA GLOBO
Muhammad Yunus vem ao Brasil para divulgar negócio social

01h03 - JORNAL DA GLOBO
Protógenes diz que tornará públicos documentos pedidos pela Justiça

veja mais notícias »

LÍNGUA PORTUGUESA
Moçambicano Mia Couto vence Prêmio Camões

EM PRAGA
Escritor israelense Amos Oz vai receber o Prêmio Franz Kafka

planeta bizarro »

AMIZADE ANIMAL
Leão e cão viram amigos 'inseparáveis' em zoo

EUA
6 são presos após 'show de sexo' em cinema

CONHEÇA

nc

am »

es »

ms »

sorocaba »

Morre menina com Down que salvou irmã

Ladrão 'contrata' frete para casa roubada

Professor se demite após criticar navs

Delegada confirma 4 estupros em 'creche'

Figura 24. Homepage G1 em 27/05/2013 – tela 5.

sul de mg »

Cão enterrado vivo enfrenta rejeição

Trabalhador morre depois de cair de andaime em Extrema

tecnologia »

Applicativo faz tour em 3D pelo Everest

Músico cria versão 8-bit de novo disco do Daft Punk

mundo »

Atentados deixam mais de 70 mortos no Iraque

Investigação de ataque em Londres prende 10 suspeitos

música »

Netinho respira sem ajuda de aparelhos

Morre baixista das bandas Tutti Frutti e Made in Brazil

economia »

G1 explica como a inflação é medida

Calculadora mostra a desvalorização do dinheiro

Figura 25. Homepage G1 em 27/05/2013 – tela 6.

Notícias Semana 3 – 03/06/2013 (De maior para menor importância, conforme posicionamento na página)

- Juiz anula decisão que ordenava saída de índios de fazenda
- venda de veículos cai 5,25% em maio
- Balança comercial acumula maior déficit desde 1993
- Manifestante usa plástico para se proteger de gás na Turquia
- Homem morre após reagir a assalto em Higienópolis
- Ladrões invadem lotérica atrás de prêmio da Mega Sena
- Neymar no Barcelona: Me segurei para não chorar
- Contratação de jogador custou R\$158 milhões ao Barça
- Polícia apura se idosa também foi estuprada
- Sisu do meio de ano vai oferecer quase 40 mil vagas, diz MEC
- MP pede divulgação da lista dos examinadores do Enem
- Grupo EBX, de Eike, demite mais de 50 funcionários, diz jornal
- Governo lança portal que ajuda a calcular direitos das domésticas
- Canal exibirá novos episódios de Sai de Baixo
- Metroviários de SP aceitam proposta e greve é cancelada
- Organização vê fato isolado em prova da Anvisa
- Jovem é achado vivo 18h após acidente
- Turista baleado na Rocinha é caso pontual, diz chefe da Polícia Civil
- MP e OAB se opõem a redução da maioria penal
- Peritos levantam dúvidas sobre suicídio de militante em 1972
- Linha 2014 do J3 custará a partir de 35,9 mil
- Ford faz recall de 465 mil veículos, incluindo Fusion 2013
- Michael Douglas: Assessor diz que ator não ligou sexo a câncer
- Rio terá 100 profissionais na Jornada Mundial da Juventude
- Poço que jorra e engole água no meio do mar atrai turistas no Oregon
- Família de Pistorius se diz comovida por divulgação de fotos de crime
- Mais de 100 concursos somam 22 mil vagas com inscrições abertas
- Jolie aparece no red carpet pela primeira vez após anúncio de mastectomia
- Nascem os primeiros quíntuplos da República Tcheca
- Incêndio em abatedouro de aves mata 119
- Piora estado de dentista queimado por assaltantes
- Países assinam na ONU tratado que regula comércio de armas
- Mulher é presa por preconceito em padaria
- 4 participaram de morte de aposentada em favela, admite suspeito
- Deputado Celso Giglio tem quadro estável após acidente
- Vale a pena resuscitar seriados cancelados?
- Família Soprano é eleita a melhor série. Veja lista
- Coluna de Altieres Rohr: Pílulas podem substituir senhas, diz executiva
- Coluna de Zeca Camargo: Faroeste Caboclo é bom, para fãs e não fãs
- Coluna de Amelia Gonzalez: Os relatórios no diálogo entre empresas e sociedade
- Coluna de Sérgio Nogueira: Junto ou juntos? Veja mais dicas de concordância
- Cobra é capturada em transformador de unidade de saneamento em Cuiabá
- Rio entra em estágio de atenção e pode ter fim de noite com chuva forte
- Bombeiros apontam irregularidades em vistoria no Mercado Público
- Papa vai ouvir penitências de cinco jovens e Rio terá 100 profissionais
- Tráfego é acima do esperado na volta do feriado na região de Jundiá, SP
- Corrosão ameaça o Monumento aos Açorianos, em Porto Alegre

- Disney sobe preços dos ingressos dos parques
- Pesquisa elege hotéis mais românticos
- Aluno gênio é banido de feira por ser proativo
- Refrigerador de cadáveres vai a leilão nos EUA
- Escorpião é achado em maca de hospital
- Homem é preso por molestar sobrinhas durante cinco anos
- Vítimas de queda de balão são enterradas
- Déda inicia sessões de radioterapia
- Polícia proíbe cremação de arquiteto
- Justiça isenta de intenção acusados de matar jovem
- Presa suspeita de explorar adolescente em Aracaju
- Baleia de 14 m encalha em São Francisco do Sul e morre
- Técnica admite ter injetado leite em bebê
- Polícia acha digitais em consultório de dentista
- Número de mortos por tornados chega a 18
- Avatar pode ajudar a tratar esquizofrenia
- Novo jogo leva plantas em viagem no tempo
- Aluna da USP é eleita presidente da UNE
- atentado mata 10 crianças no Afeganistão
- Anvisa estuda ampliar registro de fitoterápico
- Criadora do Game FarmVille demite 500 funcionários
- UFPI oferece 2424 vagas para 2013 pelo SISU

globo.com notícias esportes entretenimento videos ASSINE JÁ CENTRAL E-MAIL ENTRAR

G1 O PORTAL DE NOTÍCIAS DA GLOBO NET buscar

Editorias Economia Sua região Na TV Serviços VC no G1 Princípios editoriais Exposamba São João Jornada Mundial

Juiz anula decisão que ordenava saída de índios de fazenda

Após reintegração de posse, indígenas voltaram a ocupar fazenda em Mato Grosso do Sul na última sexta.

ECONOMIA
Venda de veículos cai 5,25% em maio

Balança comercial acumula maior déficit desde 1993

Mês de maio teve superávit. Na parcial do ano, porém, saldo é deficitário em US\$ 5,3 bilhões.

- Dólar fecha o dia em R\$ 2,12
- Thais Herédia: governo está de olho no dólar

Manifestante usa plástico para se proteger de gás na Turquia

País tem manifestações contra o governo.

- Fotos: veja imagens dos protestos
- Projetos urbanísticos são origem dos protestos

Homem morre após reagir a assalto em Higienópolis

Ele havia sacado R\$ 3 mil de banco.

neymar no barcelona

PUBLICIDADE
10 MEGA PELO PREÇO DE 1 MEGA
R\$ 29,80/MÊS
Consulte condições de aquisição.

jornal nacional rjtv cetv

Soldado que ajudou WikiLeaks é julgado nos EUA

Veja mais vídeos do Jornal Nacional »

PUBLICIDADE

Figura 26. Homepage G1 em 03/06/2013 – tela 1.

CHINA
Incêndio em abatedouro de aves mata 119

• **Sobreviventes relatam pânico**

INTERIOR DE SP
Piora estado de dentista queimado por assaltantes

NORMAS
Países assinam na ONU tratado que regula comércio de armas

BRASÍLIA
Mulher é presa por preconceito em padaria

Ela chamou funcionários de 'heguinhos'.

SÃO VICENTE, SP
4 participaram de morte, admite suspeito

Aposentada se perdeu e levou tiro em favela.

CELSO GIGLIO
Deputado tem quadro estável após acidente

• **Corpo de mulher do deputado é velado**

séries de tv »

BLOG LEGENDADO
Vale a pena ressuscitar seriados cancelados?

TONY SOPRANO E CIA
'Família Soprano' é eleita a melhor série; veja lista

blogs »

Altieres Rohr

AUTENTICAÇÃO
Pílulas podem substituir senhas, diz executiva

Zeca Camargo **CINEMA**
'Faroeste Caboclo' é bom, para fãs ou não fãs

Amélia Gonzalez **NOVA ÉTICA SOCIAL**
Os relatórios no diálogo entre empresas e sociedade

Sérgio Nogueira **DICAS DE PORTUGUÊS**
Junto ou juntos? Veja mais dicas de concordância

moedas	variação	compra
EURO		R\$ 2,777
DÓLAR COMERCIAL	-0,83%	R\$ 2,124

03/06/2013 22h30 | Thomson Reuters

previsão do tempo + cidades

São Paulo, SP
Sol com algumas nuvens

22° | **13°**

MAX | MIN

previsão completa da cidade »

Shopping

Zoom.com.br
Sony Xperia 4GB 2 Chips
a partir de 10 x R\$ 49,80

compare preços de **Comparar**

veja todos os produtos »

PUBLICIDADE

Figura 29. Homepage G1 em 03/06/2013 – tela 4.

22h24 **MATO GROSSO**
Cobra é capturada em transformador de unidade de saneamento em Cuiabá

22h20 **RIO DE JANEIRO**
Rio entra em estágio de atenção e pode ter fim de noite com chuva forte

22h20 **SANTA CATARINA**
Bombeiros apontam irregularidades em vistoria no Mercado Público

22h17 **JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE - JMJRI02013**
Papa vai ouvir penitências de cinco jovens e Rio terá 100 confessionários

22h15 **SOROCABA E JUNDIAÍ**
Tráfego é acima do esperado na volta do feriado na região de Jundiaí, SP

22h09 **RIO GRANDE DO SUL**
Corrosão ameaça o Monumento aos Açorianos, em Porto Alegre

veja mais notícias »

turismo »

MAIS CARO
Disney sobe preços dos ingressos dos parques

NO BRASIL E NO MUNDO:
Pesquisa elege os hotéis mais românticos

planeta bizarro »

EUA
'Aluno gênio' é banido de feira por ser proativo

LANCES DE MAIS DE R\$ 3 MIL
Refrigerador de cadáveres vai a leilão nos EUA

PUBLICIDADE

Novo GL
via SMS

SA

Figura 30. Homepage G1 em 03/06/2013 – tela 5.

lf »



scorpião é achado em sala de hospital

Homem é preso por molestar meninas durante cinco anos

rj »



Vítimas de queda balão são enterradas

Justiça isenta de intenção acusados de matar jovem

se »



Dêda inicia sessões de radioterapia

Presa suspeita de explorar adolescente em Aracaju

SC »



Polícia proíbe cremação de arquiteto

Baleia de 14 m encalha em São Francisco do Sul e morre

vale, sp »



Técnica admite ter injetado leite em bebê

Polícia acha digitais em consultório de dentista

Figura 31. Homepage G1 em 03/06/2013 – tela 6.

mun



Número de mortos por tornados chega a 18

Atentado mata 10 crianças no Afeganistão

saúde »



Avatar pode ajudar a tratar esquizofrenia

Anvisa estuda ampliar registro de fitoterápico

games »



Novo jogo leva plantas em viagem no tempo

Criadora do game FarmVille demite 500 funcionários

educação »



Aluna da USP é eleita presidente da UNE

UFPI oferece 2.424 vagas para 2013 pelo Sisu

Figura 32. Homepage G1 em 03/06/2013 – tela 7.

Notícias Semana 4 – 10/06/2013 (De maior para menor importância, conforme posicionamento na página)

- Mais de 30 pessoas são detidas durante manifestação no Rio
- Emissão de passaporte voltará ao normal nesta terça, diz PF
- BC faz 2 leilões no dia para conter dólar, mas moeda fecha em alta
- Índios ocupam a Funai em Brasília
- Liminar cancela reajuste da tarifa em Goiânia
- Ex-agente da CIA desaparece em Hong Kong
- Polícia procura suspeito de roubar pizzaria

- Criança em flat estava morta há 2 dias, diz mãe
- Cliente tem mão queimada por dívida
- BB nomeia ex-deputado do PTB como vice-presidente de governo
- Governo diz que concluiu 54,9% das obras do PAC 2
- PAC ajuda a reduzir o desemprego, diz Fazenda
- Liberada consulta ao 1º lote do IR
- Tempo Real: Sony mostra o console do PS\$
- Xbox One chegará em novembro por R\$2,2 mil
- Fifa 14 foca na criação de jogadas e chutes poderosos
- Apple começa a vender o Iphone 5 em seu site
- Novos MacBooks são vendidos a partir de R\$4,2 mil
- Apple mostra novo iOS 7 para Iphones e Ipads
- Renovado, Brasil mantém só 3 da Copa de 2010
- Suspeitos de ferir engenheiro se entregam
- Mulher de Castrinho é baleada
- Caminhão de lixo atropela mãe e filha
- Aprovação de Geraldo Alckmin chega a 52%, diz Datafolha
- Aprovação de Haddad é de 34%
- Número 2 da PF é exonerado do cargo, substituto já foi nomeado
- Bebida é usada em protesto na Turquia
- Polícia enfrenta manifestantes em Ancara
- Prédio desaba na Índia e deixa um morto
- Black Sabbath mostra guerras em clipe; assista
- Tema de Valdirene, de Amor a Vida, já foi hit em Portugal
- Game of Thrones é a 2ª série mais vista da HBO
- Rascunhos de Michelangelo são fotografados
- castrinho sofre tentativa de assalto e mulher é baleada de raspão
- Receita libera consultas ao 1º lote do IR 2013, o maior da história
- Tio e sobrinho morrem em pizzaria na Zona Norte de SP
- Câmeras registram assalto que deixou tio e sobrinho mortos em SP
- Piscina se mantém limpa no meio da inundação na Alemanha
- Eike vende fatia da OGX
- Emissões de CO2 batem novo recorde, diz agência de energia
- Petroleira conclui limpeza de óleo em três estados dos EUA
- Sisu já tem mais de 300 mil candidatos
- Marginal Tietê terá 12 km de faixa exclusiva para ônibus
- Associação de juízes contesta dados do Ipea sobre TRFs
- Coluna de Amelia Gonzalez: Sugestões de bons documentários para refletir
- Coluna de Sérgio Nogueira: Mais bem ou melhor? Menos ou menos?
- A um ano da Copa, câmera térmica reforçará segurança
- Veja 10 apps para surpreender seu companheiro no dia dos namorados
- Confira vagas de emprego oferecidas pelo SineBahia para terça-feira (11)
- Trabalhadores do transporte público não vão cumprir frota mínima em SC
- Curso de graduação da UFSC forma professores e líderes indígenas
- Camilo Martins é diplomado prefeito de Palhoça, na Grande Florianópolis
- Cliente é queimado na chapa por não pagar lanches, diz Polícia Civil
- Polícia prende suspeito de realizar assalto próximo à Segup, em Belém
- Dia dos namorados: Qual a temperatura do seu relacionamento?
- Ram revela versão especial de picape 1500
- Chinês é preso após inventar ter capturado ET

- Bancário dorme sobre teclado e transfere R\$628 milhões
- Netinho faz fisioterapia e chupa picolés
- MP denuncia policial por morte em show
- Preso suspeito de matar juíza em fórum
- Bolsonaro solta fogos e protesta contra hotel
- Grupo com colete da PF sequestra empresário
- Casal morre em acidente na BR-101, criança sobrevive
- Após 10 anos, obras em complexo são retomadas em GO
- Homens são presos com 1,2 tonelada de droga, diz Polícia
- Combate a fogo em imóvel interdita rua no Centro do Rio
- Enfermeira do RN viaja o mundo para ajudar crianças
- Ator é barrado em voo com 'sabre de luz'
- Agência de viagens reproduz praia em loja
- Soldado atira em colega em base no Texas, EUA
- Público tem até quinta para votar na semifinal da Exposamba
- Rihanna usa roupa curta e faz gestos ousados em show
- Criança arrependida devolve pedra por correio a parque
- Em estado grave, Nelson Mandela recebe visitas
- Músico se inspira em indígenas para compor

globo.com | notícias | esportes | entretenimento | vídeos

ASSINE JÁ | CENTRAL | E-MAIL | ENTRAR

G1 O PORTAL DE NOTÍCIAS DA GLOBO

Buscar

Editorias | Economia | Sua região | Na TV | Serviços | VC no G1 | Princípios editoriais

Exposamba | São João | Dia dos Namorados

Mais de 30 pessoas são detidas durante manifestação no Rio

Grupo protestava contra preço do ônibus e entrou em confronto com a polícia.

Liminar cancela reajuste da tarifa em Goiânia

DOCUMENTO
Emissão de passaporte voltará ao normal nesta terça, diz PF

ECONOMIA
BC faz 2 leilões no dia para conter dólar, mas moeda fecha em alta
Moeda americana fechou a R\$ 2,1479.
O GLOBO: agências de turismo reduzem cotação
Thais Herédia: escondendo a bagunça no armário

Índios ocupam a Funai em Brasília

G1 em los angeles »

PUBLICIDADE
MEGAVELOCIDADE COM WI-FI E ANTIVÍRUS GRÁTIS.
ASSINE AGORA

jornal nacional | sptv | rjtv

Custo da geração de energia será destacado na conta de luz

Veja mais vídeos do Jornal Nacional »

PUBLICIDADE
Salve Jorge
A partir de: R\$99,90

Figura 33. Homepage G1 em 10/06/2013 – tela 1.



Figura 34. Homepage G1 em 10/06/2013 – tela 2.

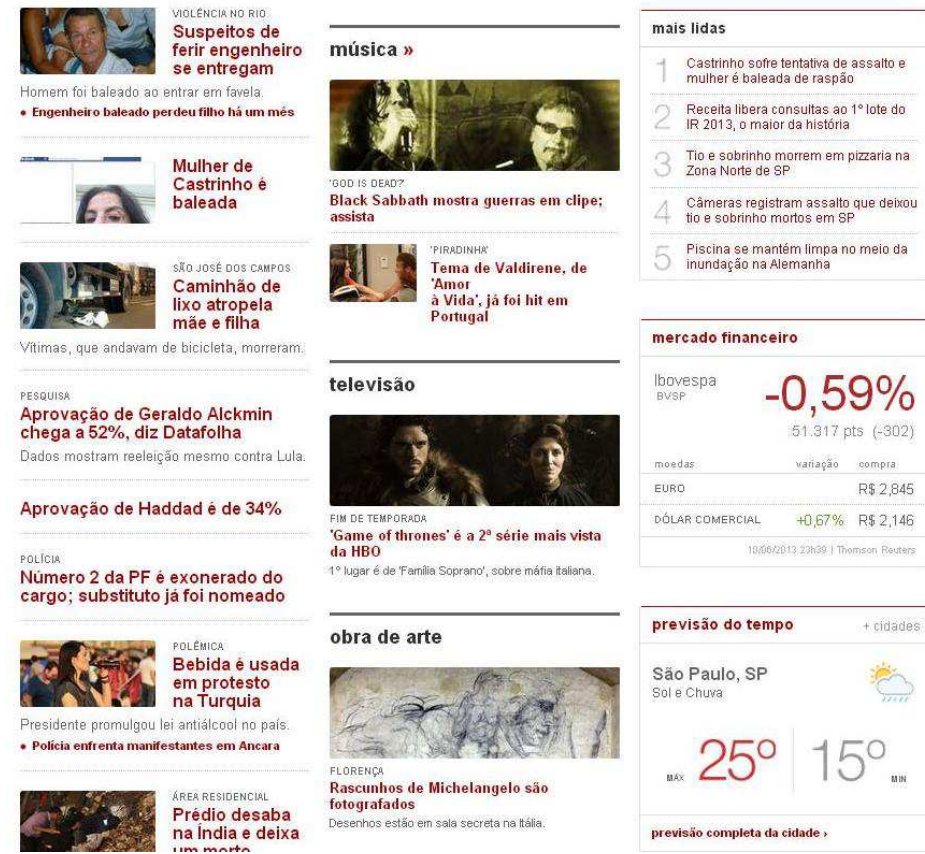


Figura 35. Homepage G1 em 10/06/2013 – tela 3.

ÁREA RESIDENCIAL
Prédio desaba na Índia e deixa um morto

Segundo a polícia, há vários desaparecidos.

NEGÓCIOS
Eike vende fatia da OGX

Participação caiu de 61,09% para 58,82%.

NATUREZA
Emissões de CO2 batem novo recorde, diz agência de energia

TRÊS ANOS DEPOIS
Petroleira conclui limpeza de óleo em três estados dos EUA

Vazamento gigantesco poluiu Golfo do México.

EDUCAÇÃO
Sisu já tem mais de 300 mil candidatos

Prazo para participar termina na sexta.

TRÂNSITO EM SP
Marginal Tietê terá 12 km de faixa exclusiva para ônibus

JUDICIÁRIO
Associação de juizes contesta dados do Ipea sobre TRFs

Congresso aprovou criação de 4 tribunais.

- Ipea diz que criar novos TRFs é caro e ineficiente

Rascunhos de Michelangelo são fotografados

Desenhos estão em sala secreta na Itália.

blogs

Amelia Gonzalez

NOVA ÉTICA SOCIAL
Sugestões de bons documentários para refletir

Sérgio Nogueira **DICAS DE PORTUGUÊS**
'Mais bem' ou 'melhor'? 'Menos' ou 'menas'?

a um ano da copa »

RIO GRANDE DO SUL
Câmera térmica aérea reforçará segurança

dia dos namorados »

Kamasutra ANIMATED

PRESENTES, RESTAURANTES, JOGOS...
Veja 10 apps para surpreender seu companheiro

últimas notícias

Figura 36. Homepage G1 em 10/06/2013 – tela 4.

10 DE JUNHO DE 2013

23h44 BAHIA
Confira vagas de emprego oferecidas pelo SineBahia para terça-feira (11)

23h42 SANTA CATARINA
Trabalhadores do transporte público não vão cumprir frota mínima

23h33 SANTA CATARINA
Curso de graduação da UFSC forma professores e líderes indígenas

23h17 SANTA CATARINA
Camilo Martins é diplomado prefeito de Palhoça, na Grande Florianópolis

23h05 RIBEIRÃO E FRANÇA
Cliente é queimado em chapa por não pagar lanches, diz Polícia Civil

23h04 PARÁ
Polícia prede suspeito de realizar assalto próximo à Segup, em Belém

veja mais notícias »

companheiro

'NAMORÔMETRO'
Qual a temperatura do seu relacionamento?

carro do superman

Ram revela versão especial de picape 1500

Modelo tem cor exclusiva e logomarca do super-herói.

planeta bizarro »

NO FREEZER
Chinês é preso após inventar ter capturado 'ET'

POR ENGANO
Bancário dorme sobre teclado e transfere R\$ 628

Figura 37. Homepage G1 em 10/06/2013 – tela 5.


<p>ba »</p>  <p>Netinho faz fisioterapia e chupa picolés</p> <p>Casal morre em acidente na BR-101, criança sobrevive</p>	<p>go »</p>  <p>MP denuncia policial por morte em show</p> <p>Após 10 anos, obras em complexo são retomadas</p>	<p>mt »</p>  <p>Preso suspeito de matar juíza em fórum</p> <p>Homens são presos com 1,2 tonelada de droga, diz Polícia</p>	<p>rj »</p>  <p>Bolsonaro solta fogos e protesta contra hotel</p> <p>Combate a fogo em imóvel interditada rua no Centro do Rio</p>
<p>rn »</p>  <p>Grupo com colete da PF sequestra empresário</p> <p>Enfermeira do RN viaja o mundo para ajudar crianças</p>			

Figura 38. Homepage G1 em 10/06/2013 – tela 6.

<p>pop & arte »</p>  <p>Ator é barrado em voo com 'sabre de luz'</p> <p>Rihanna usa roupa curta e faz gestos ousados em show</p>	<p>turismo »</p>  <p>Agência de viagens reproduz praia em loja</p> <p>Criança arrependida devolve pedra por correio a parque</p>	<p>mundo »</p>  <p>Soldado atira em colega em base no Texas, EUA</p> <p>Em estado grave, Nelson Mandela recebe visitas</p>	<p>exposamba »</p>  <p>Público tem até quinta para votar na semifinal</p> <p>Músico se inspira em indígenas para compor</p>
--	--	--	--

Figura 39. Homepage G1 em 10/06/2013 – tela 7.

7.5 LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária
APPS - Aplicativos
CE – Ceará
DR. - Doutor
EAD – Educação a distância
ENEM – Exame Nacional do Ensino Médio
EUA – Estados Unidos da América
FACOM – Faculdade de Comunicação
FEV - Fevereiro
FUNAI – Fundação Nacional do Índio
G1 – Portal de notícias da Globo
JAN – Janeiro
JN – Jornal Nacional
JUL - Julho
JUN - Junho
MAI - Maio
MOB – Marketing de Otimização para buscadores
NOV - Novembro
P. – Página
PAC – Programa de Aceleração do Crescimento
PPGCOM – Programa de Pós-Graduação em Comunicação
PROF. - Professor
PROPG – Pró-Reitoria de Pós-Graduação
PSC – Partido Social Cristão
PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira
R7 – Portal de Notícias da Record
RJ – Rio de Janeiro
SEO – Search Engine Optimization
SEM – Search Engine Marketing
SISU – Sistema de Seleção Unificada
SP – São Paulo
STF – Supremo Tribunal Federal
TAR – Teoria Ator-Rede
UFJF – Universidade Federal de Juiz de Fora
WEB – parte indexável da internet