

ANA CLARA TONISSI BEZERRA

**ANÁLISE DO JORNALISMO DIGITAL
NOS CONTEÚDOS DE JORNALISMO CULTURAL DO UOL**

2017

ANA CLARA TONISSI BEZERRA

**ANÁLISE DO JORNALISMO DIGITAL
NOS CONTEÚDOS DE JORNALISMO CULTURAL DO UOL**

Trabalho de curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. Flor Marlene Enriquez Lopes.

Brasília

2017

ANA CLARA TONISSI BEZERRA

**ANÁLISE DO JORNALISMO DIGITAL
NOS CONTEÚDOS DE JORNALISMO CULTURAL DO UOL**

Monografia apresenta como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília – UNICEUB.

Orientador: Prof. Flor Marlene Enriquez Lopes.

Brasília, 23 de novembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Flor Marlene Enriquez Lopes

Orientadora

Prof. Dra. Renata Innecco Bittencourt de Carvalho

Examinadora

Prof. MsC. Thiago Sabino Alves Pinto

Examinador

AGRADECIMENTOS

Não seria possível concluir essa etapa da minha vida sem agradecer a todos que estão ao meu redor. Em primeiro lugar, agradeço imensamente aos meus pais, Gilberto Maranhão e Mirella Tonissi, por estarem ao meu lado em cada batalha e obstáculo que enfrentei na minha caminhada ao longo desses quatro anos de curso. Não só dentro da faculdade, mas em todos os momentos da minha vida. Agradeço cada bronca e sermão que me foi dado, que hoje vejo como grande demonstração de amor e carinho. De todo meu coração, um agradecimento muito especial aos meus avós, Maria Aparecida e Mileno Tonissi. Para minha avó, uma atenção especial, por ser minha primeira professora, amiga e confidente das horas mais difíceis, obrigada por todo esse tempo ao meu lado. Ela que segurou minha mão para me ajudar a escrever as primeiras letras do alfabeto, hoje me vê dando os primeiros passos na vida adulta. Para minha irmã, Ana Cecília Tonissi, obrigada por apoiar todos os meus projetos e poder vê-la crescer ao meu lado, é um enorme prazer! Aprendo com você todos os dias. Agradeço a minha família, todos sem exceção, por me mostrarem o verdadeiro significado de união e amor. Sorte a minha ter vocês na minha vida.

Agradeço ao meu namorado e amigo, Ahmad El Eter, pelo amor, paciência, companheirismo e toda fé que ele depositou em mim, estando ao meu lado. Quando os dias estavam nublados, era o seu "vai ficar tudo bem, eu acredito em você" que fazia o tempo se abrir renovando minhas energias. Obrigada pelos cuidados e por todas as vezes que me estendeu o ombro, se fazendo casa para eu morar.

Aos meus grandes amigos da faculdade que estão se formando comigo, Anna Carolina Bastos, Bárbara Rezende, Letícia Chagas, Matheus Azevedo e Talita Lourenço, agradeço esse tempo que passamos juntos e que sentimos nossa amizade crescer mais e mais em nossos corações. Obrigada por toda parceria, auxílio e afeto. Foram eles que partilharam e estiveram do meu lado em todos os problemas, ansiedades, decepções e alegrias que eu encontrei ao longo do curso.

Durante minha jornada, fiz amigos para vida toda, desses que a gente guarda no coração a sete chaves. São esses, Fernando Oliveira, Matheus Diaz e Rodrigo Santos. Meu muito obrigado vai cheio de amor para esses meninos que fazem minha vida mais leve, dividem comigo os problemas do dia-a-dia e as alegrias das minhas vitórias. Obrigada por existirem e serem o que são para mim: meus melhores amigos.

Um obrigado muito especial a minha querida orientadora, professora e mestre, Flor Marlene. Com todo seu cuidado e delicadeza, cuidou de mim nesse período de aprendizagem. Obrigada pelos conselhos, pela paciência, dedicação e disposição para me ajudar a concluir esse projeto. Principalmente, agradeço pelo "sim" quando aceitou me orientar. É uma honra poder compartilhar essa etapa da minha vida com uma profissional competente e amiga como você é.

Para finalizar, agradeço a todos os professores presentes na banca, professora Renata e professor Thiago, agradeço pela disponibilidade e por aceitarem fazer parte da minha defesa do meu Trabalho de Conclusão de Curso. É um enorme prazer tê-los presentes nesse momento.

Para todos os citados acima: o mérito não é só meu, é nosso! Obrigada!

RESUMO

Esse trabalho trata sobre a trajetória do jornalismo, desde o jornalismo literário até o *web* jornalismo. Foi feita uma linha do tempo com os marcos mais importantes durante esse período. Tem como análise o jornalismo cultural publicado no UOL, a maior empresa do Brasil de conteúdos, produtos e serviços da internet, com mais de 7,4 bilhões de páginas vistas mensalmente, informações divulgadas pelo próprio site. Tomou-se como amostra de pesquisa duas matérias de cultura de cada mês, desde julho até setembro de 2017. As críticas foram feitas com base no que é notícia e entretenimento. Para complementar a análise das matérias, foi realizado um questionário para conhecer o perfil das pessoas que acessam UOL, conhecer os interesses do leitor, assuntos mais acessados da página e a forma que o leitor tem acesso ao site, através de dispositivo móvel ou computador. A metodologia utilizada no trabalho foi pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Por meio desse método, analisamos se o que está sendo publicado é realmente do interesse do público. Com a tecnologia, a forma de se veicular informação se modificou e as notícias são praticamente divulgadas instantaneamente, portanto, o conteúdo de cada matéria da amostra foi analisado.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural. Cultura. Web Jornalismo. Tecnologia. Entretenimento. Agenda Setting.

ABSTRACT

This essay is about the history of journalism, from literary journalism to web journalism. A timeline was made including the main marks during that period. It has analysed the cultural journalism published in UOL, the Brazilian largest company of internet contents, products and services, with more than 7.4 billions page views monthly, according to the own site. The proposed sample is composed by two culture articles per month, from July to September of the current year. The review was made based on the difference between news and entertainment. To complement the articles review, a questionnaire was carried out to know the profile of the people who access UOL, their interests, the site most accessed articles, and how the user access the portal, using a mobile device or computer. The methodology used was the one of bibliographical research and case study. By using this method, we analyse if what is being published really interests the public. With the advent of technology, the way of transmitting information has changed and the news are almost shared instantaneously. Thus, the content of each article of the sample was analysed.

Keywords: Cultural Journalism. Culture. Web Journalism. Technology. Entertainment. Agenda Setting

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
1.1 A HISTÓRIA DO JORNALISMO NO BRASIL	10
1.2 O NOVO JORNALISMO	12
1.3 JORNALISMO CULTURAL	14
1.4 Jornalismo Cultural Contemporâneo	16
2 METODOLOGIA	19
3 ANÁLISE	21
3.1 ANÁLISE DOS GRÁFICOS	21
3.2 ANÁLISES DAS MATÉRIAS DO UOL	25
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38

INTRODUÇÃO

O acelerado movimento da imprensa nos últimos anos fez com que o jornalismo sofresse alterações. A nova forma de se comunicar está relacionada com o jornalismo 3.0 e com o processo de convergência do meio em que vivemos. Este trabalho buscou entender como funciona o atual momento do jornalismo, no qual existe a participação do público, devido à interatividade que deixou o usuário mais próximo dos acontecimentos. A jornalista Suzana Barbosa em seu livro *Jornalismo Digital Terceira Geração* (2007), diz que, o desenvolvimento dos meios de comunicação social está intimamente relacionado com os avanços que ocorreram nos métodos de difusão. Com todo esse avanço tecnológico, os formatos das notícias também sofreram mudanças. Por exemplo, as notícias veiculadas nas plataformas impressas, utilizavam do modelo da pirâmide invertida. Ou seja, o texto ia do mais importante, para o menos importante. As principais informações precisam estar no lead, tudo que o leitor precisa saber fica na base da pirâmide. Ao longo da matéria seguem os dados secundários e por fim as informações com menos relevância, também conhecida como pé. Dessa forma, o editor poderia identificar o que pode sair ou não da matéria.

O modelo atual, utilizado nos webs jornais, é o da pirâmide deitada, onde o leitor pode seguir apenas um dos eixos da leitura ou navegar livremente dentro das notícias. Os hiperlinks são um exemplo de navegação durante a leitura de uma matéria. Esse trabalho teve como objetivo, ao analisar o web jornal do UOL, com foco no caderno de cultura, classificar as matérias como notícias ou entretenimento. Foi possível notar que com o passar dos anos tudo se modernizou. O jornalismo como principal meio de divulgação e influenciador deve se preocupar com o conteúdo produzido em massa, atento a mensagem que é transmitida para cada indivíduo.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 A HISTÓRIA DO JORNALISMO NO BRASIL

Alguns autores consideram que a prática do jornalismo se desenvolveu em 1450, período da imprensa de Guttenberg. O que se falava na época era sobre economia de mercado e leis de circulação. Basicamente se falava de comércio, exportações e importações e sobre política. Entretanto, o Brasil teve o seu primeiro jornal publicado em 1808, no dia 10 de setembro, com a fundação de Gazeta do Rio de Janeiro. Marcondes Filho (2000), em seu livro "Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos", refere-se ao jornalismo como sendo filho da Revolução Francesa, onde a luta pelos direitos humanos se torna símbolo da destituição da monarquia e de todo e qualquer sistema absolutista. "O aparecimento do jornalismo está associado também à "desconstrução" do poder instituído em torno da Igreja e da Universidade. O saber, o acesso aos documentos, o direito à pesquisa estiveram, até a invenção dos tipos móveis por Guttenberg, nas mãos da Igreja." (MARCONDES FILHO, 2000, p. 10). Então, começaram a aumentar o número de publicações e alcançar maior número de pessoas, com isso à base religiosa começa a arruinar. Dessa época, segundo Ciro Marcondes (2000) definiu como primeira fase do jornalismo, onde o jornal circulava como folheto e na forma de panfletos. E, a partir do século XVII, o jornalismo adquiriu um formato de diário.

A segunda fase do jornalismo, classificado assim por Marcondes (2000), é marcada já pela era capitalista, onde a tecnologia começa a dar os seus primeiros passos e na metade do século XIX inicia-se os processos de produção do jornal. Com a transformação do jornalismo, as empresas precisavam se ajustar aos passos que a tecnologia procedia, pois o que era um trabalho livre de pensar se transformou em uma máquina que precisava trabalhar muito para se auto sustentar. O jornalismo que antes era apenas informativo, agora se torna opinativo. Trouxe para os jornais o jornalismo literário e político, onde as notícias de economia ficavam com menos destaque. A tecnologia estava avançando ainda mais e atingindo diretamente o poder da mídia. A invenção do telégrafo, da prensa rotativa de Koning e a evolução dos meios de transportes ajudaram uma maior produção do jornal, com baixos custos. Com isso, as empresas começaram a "produzir jornal para massa".

"É a empresa de massa, objeto de uma troca singular mas não muito rara, nem muito estranha na história da imprensa: desaparece a liberdade e em contrapartida se obtém mais entretenimento" (MARCONDES FILHO, 2000, p. 14). É nessa segunda fase que as raízes do jornalismo começam a se fortalecer, a busca do "furo", as notícias se tornam mais factuais e a aparência da liberdade e independência do jornalismo.

Mário L. Erbolato (1978, p. 138), em seu livro "Técnicas de Codificação em Jornalismo", traz como exemplo o jornal *The New York Times* como o primeiro jornal a trazer notícias do interesse do povo, substituindo matérias de política por crônicas sobre assuntos como: os bêbados, os ladrões, as pessoas comuns que expunham os seus problemas na polícia, etc.

O primeiro jornal no Brasil foi o Correio Braziliense, que foi fundado em Londres em 1808, produzido e comercializado na Inglaterra, mas chegava no Brasil de forma clandestina. Tinha como objetivo principal vetar a censura que existia no país quando o assunto era política. Com o fim da censura o jornal passou a circular livremente pelo país, apesar de ser vendido por um alto valor, a população não tinha condições de comprar devido sua alta taxa de analfabetismo. Nessa segunda fase, o jornalismo assume uma postura mais literária e com assuntos mais cotidianos. Os jornais da época são Jornal do Comércio (1827), A Gazeta de Notícias (1874), o Estado de S. Paulo (1875) e o Jornal do Brasil (1891). Escritores como Machado de Assis, José Veríssimo e José de Alencar.

"Poder-se-ia afirmar que nesse período é caracterizado como literário por três aspectos: pelo fato de publicar nas páginas dos diários da época romances e folhetins, por apresentarem os diários um estilo de escrita que ainda não possuía objetividade e produção literária, brasileira ou não" (TRAVANCAS, 1997, p. 44).

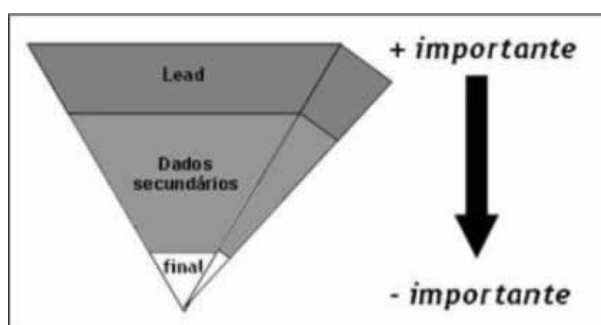
Mesmo com a população do Rio de Janeiro duplicando o preço dos jornais e eles continuarem lá em cima, a taxa de analfabetos crescia. Com isso, as vendas ficavam circulando apenas para a alta burguesia. Com o surgimento da publicidade, a imprensa se torna cada vez mais capitalista e os pequenos jornais se transformam em grandes máquinas de gráficas de se fazer jornal. Dar-se início à terceira fase do jornalismo.

1.2 O NOVO JORNALISMO

É impossível falar de jornalismo contemporâneo sem falar do desenvolvimento da internet. Chistofori (2006), cita que a internet surgiu em 1969, pela Arpanet, para que o serviço militar fosse avisado caso os Estados Unidos estivessem sendo atacados por outros países. Hoje é fundamental para a comunicação. Antigamente, o espaço geográfico era dividido por suas fronteiras territoriais. Mas hoje, com a internet, é possível conectar tudo e todos a uma mesma rede. Pode se afirmar que a globalização deu início após a Guerra Fria, e com a União Soviética saindo do poder, dava-se início ao processo de capitalismo. Para Christofori (2006, p. 52), “o mercado interno ficou muito saturado criando a possibilidade de empresas multinacionais buscarem novos mercados, principalmente nos países ex-socialistas.”

Segundo Canivalhas (2007, p. 25), ao se tratar de jornalismo de terceira geração, é necessário apontar as modificações na transição de construção da matéria. Tratando-se da construção da notícia, chegamos à pirâmide invertida e à pirâmide deitada. Para o autor, esse é um tema que tem gerado polêmica no meio profissional e acadêmico. O conflito está relacionado com a aparição do jornalismo na internet, "pois alguns dos pressupostos que levaram o jornalista a adotar técnica de redação deixam de fazer sentido devido as características da web" (CANIVALHAS, 2007, p. 25).

Figura 1

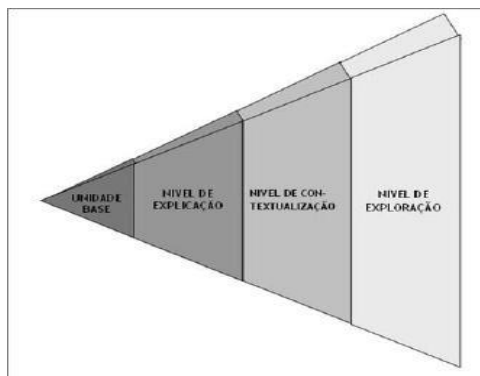


Fonte: Imagem retirada do livro Jornalismo Digital Terceira Geração (2007, p. 28)

Uma das principais novidades que o *web* jornalismo, através da pirâmide deitada como estrutura de notícia, oferece para o jornalista, é o espaço infinito, ou

seja, o jornalista pode escrever sem estar condicionado a possíveis cortes feitos pelos editores, com a finalidade da matéria se encaixar em um determinado espaço.

Figura 2



Fonte: Imagem retirada do livro *Jornalismo Digital Terceira Geração* (2007, p. 38)

Outro ponto significativo da pirâmide deitada é que o leitor é capaz de navegar, dentro da própria notícia, outras páginas de assuntos relacionados com o tema da matéria. Isso é possível através dos hiperlinks. Quanto à pirâmide invertida, o jornalista deve organizar a leitura na ordem dos fatos mais importantes para o de menos importância. O desenvolvimento do *web* jornalismo está muito ligado com os avanços que acontecem no mundo globalizado. Apesar de acreditar na extensão da internet, Canivalhas (2007), apresenta no livro “*Jornalismo Digital Terceira Geração*”, uma pesquisa da *Internet World Stats*, realizada em novembro de 2005, afirma que:

"Existem cerca de 972 milhões de utilizadores de Internet no mundo. Porém, a taxa de penetração é ainda muito baixa (15,2%) e, sobretudo, bastante desequilibrada. Enquanto América do Norte (68%) e Oceania (52,9%) apresentam taxas interessantes, outras regiões como a América Latina (13,3%), a Ásia (9,2%) e a África (2,7%) têm ainda taxas de penetração bastante reduzidas." (CANIVALHAS, 2007, p. 26)

É possível notar que o número de pessoas que fazem o uso da internet foi significativo e notório. Entretanto, na região da América Latina, Ásia e África são taxas onde é possível notar uma carência de penetração desse conteúdo. Com isso, Canivalhas (2007) afirma que é por isso que o texto continua a ser o elemento mais usado no jornalismo que se faz na web.

Chistofori (2006) descreve a nova realidade do jornalismo digital, nos seguintes termos:

“Os jornalistas acostumados com os famosos meios de comunicação de massa, em que a produção era em sentido único, de poucos para uma audiência múltipla, se deparam com outra realidade, que permite a qualquer pessoa se tornar fonte de informação, caracterizando a transmissão do sentido da mensagem de muitos para muitos. Além disso, o aumento da interação entre os indivíduos, a velocidade dos dados, a infinidade de conteúdos, a multiplicidade de mídias e a não limitação de espaços vem modificando a atuação do repórter, o formato da mensagem e a visão do leitor.” (CHISTOFORI, 2006, p 58).

O jornalista que utiliza de plataformas digitais, como vídeos, gráficos interativos, animações e imagens conseguem fazer com que o leitor sinta mais presente a notícia. No sentido que, o público acompanha com mais detalhes o que aconteceu. Entretanto, Ferrari (2004) faz uma análise sobre esse novo leitor digital, onde a informação é absorvida sem muito comprometimento. O leitor navega pelas notícias e manchetes, se dispersando facilmente pela enorme quantidade de assuntos variados.

1.3 JORNALISMO CULTURAL

O jornalismo cultural faz parte das editorias do jornal. Para entender melhor a trajetória dessa atividade jornalística, Piza (2003) mostrou em seu livro, *Jornalismo Cultural*, que foram dois ingleses, Richard Steele (1672- 1729) e Joseph Addison (1672-1719), no ano de 1711, que criaram uma revista diária chamada *The Spectator*. A finalidade dessa revista, para os criadores, era a seguinte: "tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e café" (2003, p. 11). A revista abordava de livros e óperas até política. Havia nela um modelo culto, porém sem formalidade. Os autores da revista se dirigiam a um público classificado como "homem moderno", aquele que se interessava pela moda, atualidades e que acompanhava as mudanças na política.

A revista queria mostrar que era possível adquirir conhecimento de uma forma divertida e diferente dos padrões da época. Piza (2003) relatou que o jornalismo cultural no Brasil, surgiu no final século XIX. O jornalismo cultural presente no Brasil

teve como protagonista Machado de Assis (1839-1908), que teve de início de carreira crítico do teatro e polemista literário.

O artigo *Jornalismo Cultural Brasileiro: aspectos e tendências de Francisco de Assis* (2008) explica que os cadernos culturais tinham, como prioridade de pauta, temas como artes e assuntos que eram denominados pela mídia como cultural.

"E tal editoria fora pensada não apenas para se destinar à informação, mas também para ser ocupada pela crítica acerca desses assuntos, como forma de enaltecer os sentidos que as manifestações artísticas culturais podem despertar no ser humano." (ASSIS, 2008, p. 184).

Para Francisco de Assis (2008), alguns estudiosos da época de 1970 consideravam esse momento um marco de mudanças para o jornalismo cultural. Foi nesse período que as redações passaram a separar um caderno, muitas vezes individuais, apenas para esses assuntos populares, de forma superficial. É possível destacar que foi a partir desse período que começou a banalização do jornalismo cultural.

"Essa, por assim dizer, 'popularização' do jornalismo cultural – que transformou os 'segundos cadernos' dos jornais diários e as revistas semanais e especializada em produtos prioritariamente pautados por agendamento – acabou por banalizar sua produção, desencadeando sérias discussões sobre sua legitimidade." (ASSIS, 2008, p. 184).

Assis (2008) faz citação de outro jornalista, José Geraldo Couto (1996), que associa esse marco com o presente momento de crise da imprensa brasileira: excesso de espaço destinado a roteiros de programação cultural, coberturas realizadas de modo superficial, com destaque a produtos de massa. (Couto, 1996, p. 129, apud Assis, 2008, p. 184).

A Doutora em Ciências da Comunicação pela USP, Márcia Eliane Rosa, em seu artigo *Jornalismo cultural para além do espetáculo* (2013), analisa que o jornalismo cultural de hoje, que encontramos nas grandes mídias, produzem em suas pautas narrativas superficiais, o que gera a diminuição do valor da crítica neste segmento. Entretanto, Rosa, acredita que o jornalismo cultural pode se superar, e resgatar essa relação de cultura e sociedade, onde é fundamental diferenciar o que

é cultura, arte e consumo. Para desenvolver seu artigo, a autora utilizou ideias de alguns autores como Debord (1997) e Adorno (1998). Guy Debord acredita na unificação da arte e a cultura.

Debord, também reconhece que a cultura é parte do movimento da sociedade e é nela que estaria a história e a crítica possível é também inseparável da arte. Para ele, quando uma se separa da outra é necessário um movimento de resgate porque a arte é a forma política e transformadora que o indivíduo tem para se manifestar-se socialmente (ROSA, 2013, p. 71; apud DEBORD, 1997).

Piza (2003) reforça a necessidade de reconquistar uma qualidade no jornalismo cultural que com o tempo se perdeu. O autor em seu livro cita alguns autores que o inspiraram para escrever seus textos, como Bernard Shaw, Millôr Fernandes, Ivan Lessa e outros. Piza (2003) conta em seu livro que esses autores o cativaram e que havia personalidade em cada frase, sempre com um olhar próprio e um estilo quente e direto. É exatamente isso que falta no jornalismo cultural brasileiro, jornalistas com conhecimento e propriedade no que se diz respeito a arte e cultura.

Para eles, vida cultural é orgânica, gerando uma disciplina de dentro para fora; não há temas ou autores sagrados; leitura e vivência devem se alimentar e se contestar mutuamente, sem verdade final; há um senso de aventura no conhecimento, que jamais é compartimentado e empolado, que só existe como abertura ao mundo. Justamente por serem fortes as suas posições, levam o leitor a reagir (PIZA, 2003, p. 116).

1.4 JORNALISMO CULTURAL CONTEMPORÂNEO

A definição da palavra cultura, segundo Jacques (2003, p. 63) é:

Reflexo e prefiguração, em cada momento histórico, das possibilidades de organização da vida cotidiana; complexo da estética, dos sentimentos e dos costumes, pelo qual uma coletividade reage sobre a vida que lhe é objetivamente dada por sua economia. (JACQUES, 2003, p. 63)

Laison André Fernandes (2014), graduado em filosofia pela UECE, analisou vários livros de um filósofo, Félix Guattari, que critica o jornalismo capitalista. O filósofo escreveu em seu livro *Micropolítica: Cartografias do desejo* (2010), diferentes conceitos de Cultura. Segundo Fernandes (2014, p. 2), “a palavra cultura teve vários sentidos no decorrer da história da humanidade, mas Guattari apresenta apenas três sentidos principais”:

Tipo de Cultura	Definição	Abordagem
Cultura-Valor	Cultura como posse de determinados conhecimentos e habilidades.	Entenda-se que ser culto é conhecer ou denominar determinados conhecimentos ou habilidades. Nesse caso a cultura não é uma propriedade de todos, havendo assim, cultas e incultas.
Cultura-alma coletiva	Civilização ou identidade cultural.	Diz respeito ao conjunto de hábitos de um povo, desse modo, todas as pessoas têm uma cultura, uma vez que todos pertencem a uma civilização.
Cultura-mercadoria	Cultura de massa.	Diz respeito ao consumo de músicas, filmes, livros, série e etc. Desse modo, todos os tipos de cultura podem passar por esse, uma vez que pessoas de todos os lugares, gostos e habilidades podem consumir a cultura de massa

Quadro 1: Definições de Cultura por Félix Guattari

É comum o jornalismo contemporâneo se misturar com o entretenimento, principalmente quando é possível notar que muitos espaços destinados ao jornalismo cultural são ocupados, em grande escala, pelo entretenimento. No caso do site UOL, não existe um caderno de jornalismo cultural, existe apenas entretenimento e estilo de vida, onde se mistura entretenimento, horóscopo, cultura e moda. Para compreender o que é entretenimento, Carvalho (2004) faz uma citação de Bucci (2006), onde ele analisa o valor do entretenimento.

Segundo Bucci (2006), o 'entretenimento' é entendido, até hoje, como aquilo que ocorre no tempo do lazer, nas horas vagas, no passatempo, no intervalo entre duas atividades ditas sérias. Para ele, foi a partir da segunda metade do século XX que o conceito 'entretenimento' deixou de se referir a um atributo de atrações especializadas em distrair a audiência e virou o nome de uma indústria diferenciada; 'mais do que uma indústria, um negócio global', afirma o autor. (CARVALHO, 2004, p. 20; apud BUCCI, 2006)

O entretenimento está ligado à diversão, agenda de shows e principalmente distração. Cultura é algo duradouro, atemporal e que pode estar em constante mudança, pois acompanha o ser humano, que está inserido em uma sociedade que vive em constantes modificações.

Rosa (2013), ao se falar de cultura, automaticamente se pensa em ir ao teatro, cinema, visitar uns museus ou comprar um CD, logo, essa é a relação que surge do comercial, arte e cultura.

Assim, de forma geral, percebe-se que as narrativas jornalísticas deste segmento acabam por diminuir o valor da crítica cultural, estimulando a superficialidade na abordagem das pautas e promovendo uma grande e suspeitosa linha de negociação entre as redações e as assessorias dos eventos culturais. (ROSA, 2014, p. 69)

Para Assis (2008), a imprensa integra um sistema de produção capitalista, cuja estrutura depende de recursos financeiros e as visões estão sempre voltadas para a conquista do mercado e para o lucro. O jornalismo cultural e o entretenimento dividem um espaço mercadológico de informações, onde a ética do profissional é colocada em jogo, pois a batalha de espaço entre o que vai agradar ao público e o que é a favor da ideologia do jornalismo cultural está presente todos os dias na vida

dos jornalistas. Cabe ao profissional decidir se faz daquele espaço um território crítico e propagandista, de acordo com Assis (2008).

2 METODOLOGIA

A base deste estudo foi uma pesquisa bibliográfica, que conta com as ideias da professora de jornalismo na ECA, PUC e Unifeo, Pollyana Ferrari (2004), com o livro *Jornalismo Digital* (2003), do teórico francês Pierre Lévy (2003), Suzana Barbosa, doutora em comunicação e cultura contemporânea pela Universidade Federal da Bahia UFBA, onde apresentou o livro *Jornalismo Digital Terceira Geração* (2007), e o jornalista Nelson Traquina, com o livro *Teoria do Jornalismo* (2004). Todos trazem uma visão do que é o jornalismo terceira geração ou *web* jornalismo ou ciberjornalismo ou jornalismo 3.0. Em uma visão de Pierre Lévy, no seu livro *As Tecnologias da Inteligência*, em 1992, mostra que pode existir um ponto de equilíbrio onde o ser-humano não necessariamente precisa se ver contra as máquinas, e sim como uma grande aliada para essa nova fase do jornalismo.

"Lévy propõe aqui o fim da pretensa oposição entre o homem e a máquina. Ataca também o mito da "técnica neutra", nem boa, nem má. Mostra como ela está sempre associada a um contexto social mais amplo, em parte determinando este contexto mas também sendo determinada por ele. Desta forma, a técnica torna-se apenas uma dimensão a mais, uma parte do conjunto do jogo coletivo, aquela na qual desenham-se as conexões físicas do mundo humano com o universo." (COSTA, 1992, p. 2)

A autora Pollyana Ferrari (2004) fez uma breve história de como vivenciou as mudanças do jornalismo, fala da criação de hiperlinks através de uma hipermídia. Nelson Traquina (2004) apresentou todas as teorias do jornalismo, como estruturar uma matéria e apresenta a cara do novo jornalismo. Todos esses livros e mais alguns artigos ajudaram a mostrar o desenvolvimento dos meios de comunicação. Conhecer todas as mudanças que o jornalismo sofreu desde os seus tempos mais antigos até os dias de hoje. O presente trabalho também trouxe questionamentos como: em relação ao conteúdo, com o *web* jornalismo, o leitor adquiriu mais conhecimento? Qual o perfil desse novo leitor?

Para ajudar a entender o perfil desse novo leitor, foi analisado, durante três meses, o site UOL. No caderno de entretenimento, onde foi feito um estudo de caso

para traçar tal perfil, foi necessário saber qual era o interesse desse leitor ao entrar no site, se ele estava mais interessado em saber da parte voltada para o entretenimento ou notícias de cultura, para compreender também se durante a leitura, o leitor faz uso de hiperlinks ou algum recurso midiático. Essa pesquisa foi online, através de uma plataforma do google, chamada de Google Forms. Ao terminar o questionário a plataforma gera um *link*, que é repassado para um da faixa etária 18 a 50 anos. De uma forma bem abrangente, sem restrições.

O presente trabalho analisou, através da teoria do agendamento, o portal UOL, com um estudo de temas que foram abordados no período de julho a setembro de 2017, foi utilizado o *web* jornal do Estadão no dia 14/09, como forma de comparar as manchetes e temas abordados nesse dia.

3 ANÁLISE

3.1 ANÁLISE DOS GRÁFICOS

Foi realizada uma pesquisa no mês de outubro de 2017, com a finalidade de conhecer o perfil das pessoas que usam o site UOL. Na pesquisa foi executado um questionário de sete perguntas, 44 pessoas, entre 18 a 50 anos, responderam ao questionário. O primeiro tópico que foi levado em consideração é que 59% acessa o UOL, metade visita o site todos os dias e a outra parcela apenas no fim de semana.

Você acessa o site UOL com que frequência?

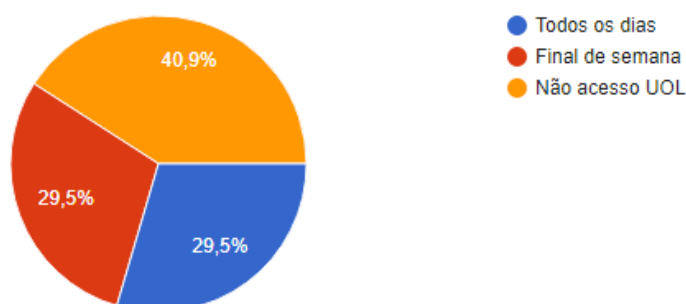


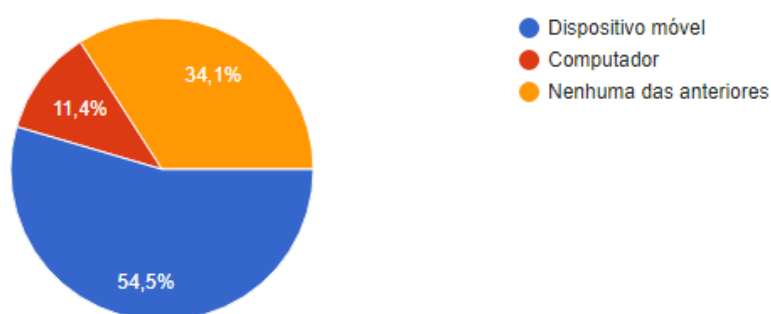
Gráfico 1: Representação da frequência das pessoas que acessam o site UOL.

A segunda pergunta tinha o interesse em saber como o leitor tinha acesso às informações, através de dispositivos móveis ou pelo computador. O resultado é que, 54,5% utilizam de dispositivos móveis para ter conhecimento das notícias no site UOL. O que mostra a presença da tecnologia na vida das pessoas cada vez mais acentuada e o crescente acesso na web jornalismo. Uma das principais características do "novo jornalismo" é a possibilidade de interação do jornalista com o leitor, a grande maioria dos veículos de divulgação *online* utiliza de espaços destinados ao público, para comentar, sugerir ideias ou criticar.

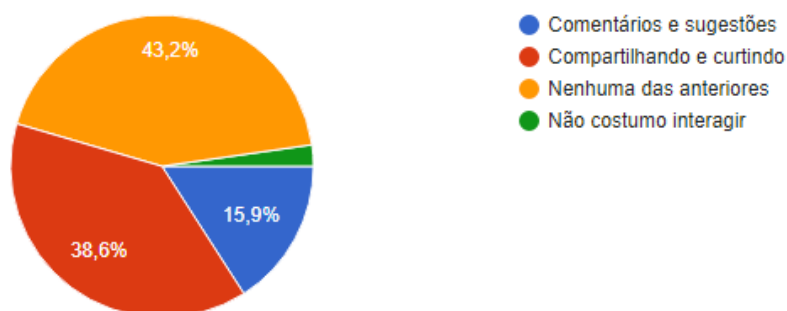
A terceira pergunta tem a intenção de descobrir como o leitor tem utilizado essa ferramenta. Apenas sete pessoas deixam comentários e sugestões. Enquanto 38% interagem compartilhando e curtindo. Ainda é número muito baixo de interação direta com o jornalista, o que mostra que o leitor ainda não aproveita totalmente

dessa ferramenta para se expressar e participar da notícia. Entretanto, é relativamente grande o número de pessoas que curte e compartilha, ou seja, há divulgação e interesse, o que é muito bom para o site UOL. Tanto pelo controle de qualidade apresentada nas matérias, quanto pela própria publicidade do site.

Você acessa o site através:



Você costuma interagir com as matérias de que forma?

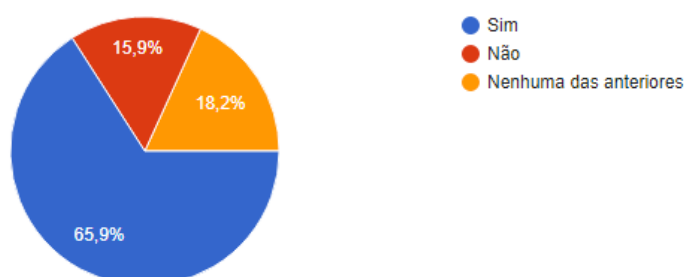


Gráficos 2 e 3: Representam, consecutivamente, a forma com que os leitores acessam o site UOL e de que forma interagem com o site.

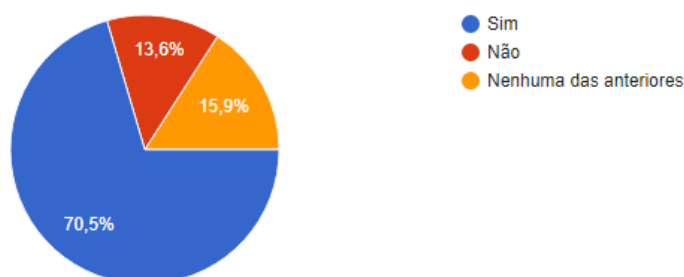
A quarta e quinta pergunta dizem respeito ao interesse que o leitor tem em navegar no site, através de links sugeridos pela própria matéria, vídeos e imagens inseridos no texto. Costumam acessar links sugeridos na matéria 65,9% e 70% abrem vídeos e imagens contidos no texto. Por meio desse questionário, fica nítido o

interesse do público em estar cada vez mais inserido no meio tecnológico, onde um vídeo ou uma imagem deixam os leitores mais próximos da notícia. Em relação aos links, o resultado comprova a liberdade que o leitor de uma web jornal tem em navegar, sobre diversos assuntos, dentro da mesma matéria. Alguns autores como, Pollyana Ferrari em seu livro *Jornalismo Digital* (2003), aponta que o fato da web jornalismo ter um espaço infinito para matéria e a possibilidade de hiperlinks (links sugeridos na própria matéria que levam o leitor a navegar em outros assuntos) na matéria atinge uma deficiência para absorver por completo o conteúdo da notícia. Esse fato acontece pelo motivo que ao navegar por outros assuntos o próprio leitor se distrai com outras leituras, analisa algumas manchetes, o horóscopo do dia e já fecha o site.

Você costuma abrir os links sugeridos pela notícia?



Você costuma abrir vídeos e imagens inseridas na matéria?



Gráficos 4 e 5: Representam, consecutivamente, o número de leitores que acessam links sugeridos na matéria e também vídeos e imagens.

Para finalizar o questionário, as duas últimas perguntas analisaram o interesse do público que acessa o site UOL. Ao serem questionados sobre qual notícias chamam mais atenção, 38,6% responderam que é entretenimento e 11,4% disse que é economia. Em relação aos assuntos preferidos o Horóscopo, com 54,5%, e a programação do cinema, com 47,7%, são os preferidos do público. Entretanto, ao juntar “Resumo de Novela” e assuntos relacionados a “Novela” a porcentagem se iguala com Horóscopo com,54,5%. Em seguida, críticas de cinema, fofocas sobre o mundo dos famosos e matérias sobre teatro e dicas culturais. O interesse do público demonstra e comprova a superficialidade que tanto se fala quando o assunto é entretenimento. Muito se mistura nas páginas do UOL, cultura, entretenimento e publicidade.

Ao entrar no UOL, qual o assunto que você busca?

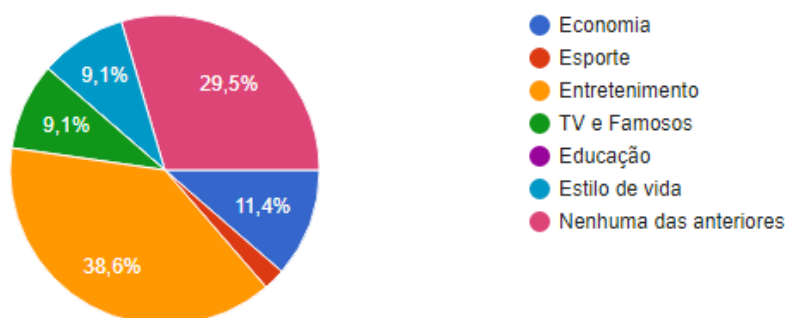


Gráfico 6: Representa o interesse em assuntos do site UOL.

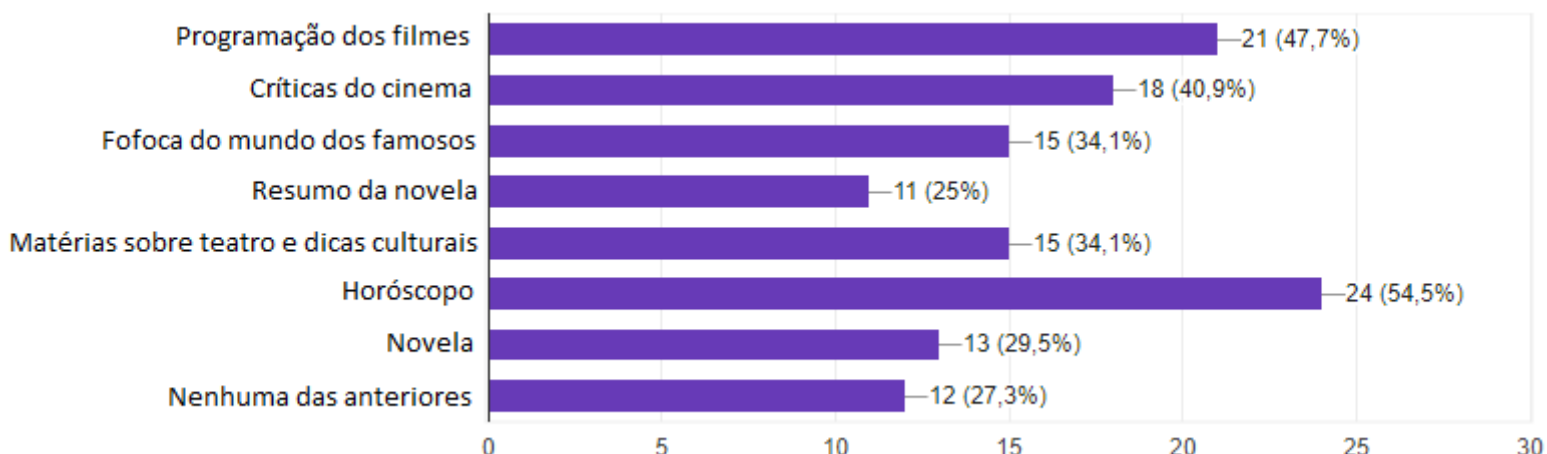


Gráfico 7: Representa a preferência nos temas encontrados no site UOL.

O espaço que cada assunto tem, hoje no jornalismo cultural, reflete no ser humano, que interfere na sociedade em que vivemos. A arte e a cultura geram formadores de opinião e esse assunto deve ser levado mais a sério. Não se deve tirar o espaço do verdadeiro jornalismo cultural, para colocar apenas divertimento. Há espaço para os dois. Conforme cita Assis (2008), com citações de Vargas (2004) e Vale (2007), se referindo à postura do jornalista em relação ao entretenimento e aos espaços destinados ao jornalismo cultural:

Se o jornalista não estiver suficientemente preparado para atuar na editoria de cultura, seu trabalho se resumirá naquilo que se denomina “fã-clubismo” de textos. Isto é, por não ter bagagem necessária para debater os temas por ele abordados, certamente irá se render à bajulação. Ademais, também não terá criatividade para elaborar/sugerir pautas interessantes e se prenderá ao calendário de eventos ou de datas comemorativas, repetindo exaustivamente o que já foi feito no ano anterior, no antecedente e assim por diante. (ASSIS, 2008; VALE, 2007; VARGAS, 2004)

O novo jornalismo oferece diversas ferramentas como, *links*, vídeos, gráficos e outros recursos que podem aproximar o leitor da notícia e que são grandes aliados para fazer um jornalismo com um conteúdo de qualidade.

3.2 ANÁLISES DAS MATÉRIAS DO UOL

Foram analisadas duas matérias por mês, a partir de julho, agosto e setembro de 2017. Todas referentes à web site UOL. Nesse site, o caderno de cultura tem o nome de entretenimento. No dia 06/07, dez matérias foram publicadas, 40% das notícias se encaixam no tópico TV e Famosos. Algumas manchetes desse dia falam de temas como: “Miley Cyrus dá primeiro beijo em noivo”, “Ex-atriz pornô dá a volta por cima na TV aberta”, “Michel Teló e mulher grávida fazem ensaio fotográfico” e “Vocalista do Muse conta que já foi abduzido por alienígenas”. Nesse mesmo dia, 40% foram dedicados a assuntos e resumos de novelas: “Se o papel não for maravilhoso, faço ele se tornar”, “A culpa é sempre do autor, diz Calmon”, “Vitor estupra Alice e tenta matá-la em um motel”. O restante trouxe informações de cinemas e séries, como: “Game Of Thrones terá amostra mundial” e “Batman deve ser o personagem de uma trilogia”.



entretenimento



Sucesso em Os Dias Eram Assim ...

"Se o papel não for maravilhoso, faço ele se tornar"

Susana Vieira diz que teve "dificuldade" quando leu sinopse sobre Cora

Sobre fracasso de novelas ...

"A culpa é sempre do autor", diz Calmon



Desde 2010, escritor não conseguiu mais emplacar na Globo

Em seu programa ...

Amiga de famosos, Fernanda Souza diz "fugir de polêmicas"



No Dia do Beijo ...

Miley Cyrus mostra seu primeiro beijo com o noivo

Ainda este ano ...

Game of Thrones terá mostra mundial, diz HBO



Turnê deve começar na Europa até novembro



SMART NOVEMBER

dafiti

3 TÊNIS POR
R\$ 189*

COMPRA AGORA ▶



Da pornografia para a TV aberta

Ex-atriz pornô, Vivi Fernandez vê pegadinhas como volta por cima



Junto com Melinda ...

Na reta final da gravidez, Thais e Teló fazem ensaio 📷



Os Dias Eram Assim ...

Vitor estupra Alice e tenta matá-la em um motel



Não viaja só nas letras ...

Vocalista do Muse diz que já foi abduzido por aliens (ou algo assim)



Com Ben Affleck ...

The Batman deve ser o primeiro de uma trilogia, diz diretor

Clube UOL ...

Cliente UOL tem até 40% de desconto no aluguel de carros

Escolha sua novela



A Força do Querer



Carinha de Anjo



Ezel



Malhação



Novo Mundo



Os Dias Eram Assim



O Rico e Lázaro



Pega Pega

No dia 20/07, seis foram destinados a TV e Famosos, como por exemplo, “Luiza Possi está namorando o diretor do Show dos Famosos”, “Cegonha está tendo trabalho: os papais de primeira viagem de 2017”, “Quem deve assumir o lugar de Evaristo Costa?”, “Cidade Alerta deixa de ser nacional na Record”, “Calendário Pirelli faz nova edição com celebridades negras” e “Como jornalista ganhou um Putlizer com livro de surf”. Novelas, duas matérias: “Análise: Por que uma trama secundária e batida rendeu recorde” e Resumo da novela semanal. Cinemas e Séries foram apenas três matérias, como: “Will Smith brinca com racismo, defende a Netflix e divulga seu primeiro filme em parceria com o serviço de streaming”, “Shazam será o próximo herói da DC no cinema” e “Atores de Teen Wolf prometem cena de sexo



entretenimento



Na Comic-Con

Will Smith brinca com racismo e volta a defender a Netflix

Ator divulga Bright, seu primeiro filme em parceria com o serviço de streaming



Alice no País das Maravilhas
Calendário Pirelli faz nova edição só com celebridades negras

Emissora terá nova grade

Cidade Alerta deixa de ser nacional na Record



Telejornal policial perdeu prestígio e ainda terá redução em sua duração

Em 2019

Shazam será o próximo herói da DC nos cinemas



Intérprete do protagonista ainda não foi confirmado pelo estúdio

Cegonha está tendo trabalho

Não é só o Gregório: veja os papais famosos de 1ª viagem de 2017

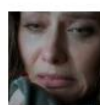


Quer tirar ano sabático

Quem deve assumir o lugar de Evaristo Costa no Jornal Hoje?



Dupla se conheceu na atração
Luiza Possi e diretor do Show dos Famosos estão namorando



A Força do Querer
Análise: Por que uma trama secundária e batida rendeu recorde

- ↳ Ivana ganha 'barba' e fica agressiva
- ↳ 'Elvira está chegando', diz Betty Faria

Clube UOL

FotoRegistro: cliente UOL compra pacote de 150 fotos por R\$ 43,50!



Jornada dupla
Como jornalista ganhou um Putlizer com livro sobre surf

Mais Comic-Con

Atores de Teen Wolf prometem cena de sexo surpreendente

- ↳ Trailer mostra começo da caça aos lobos
- ↳ Painel de Teen Wolf tem nostalgia; veja

Escolha sua novela



A Força do Querer



Carinha de Anjo



Malhação



Novo Mundo



Os Dias Eram Assim



O Rico e Lázaro



Pega Pega

surpreendente”.

Em agosto, dia 10, novamente o número maior de matérias foi no tópico TV e Famosos, de 11 matérias, 45,45% abordou assuntos como: “Desde os 9 na TV, Marina teve medo de ser esquecida”, “Nikki Reed e Ian Somerhalder são pais”, “Desempregado mais feliz do Brasil! Evaristo Tira onda”, “5 artistas que fizeram pornô e seguiram carreira” e “Reese Witherspoon aparece com figurino de filme após 16 anos”. No que diz respeito a matérias de cinemas e séries, as manchetes ficaram com: “Livro especial de Friends será lançado em 2019”, “11 mudanças de atores em Game Of Thrones que ninguém notaria” e “10 personagens LGBT dos desenhos animados”. O restante ficou dividido em assuntos de novela: “Para se livrar da prisão Vitor, pagará fortuna a delegacia” e música: “Mundo da música está cheio de pedestais criativos para microfone.”



entretenimento



Após sucesso como atriz mirim

Desde os 9 na TV, Marina teve medo de ser esquecida

Atriz tem dois trabalhos agendados para 2018 e prepara seu primeiro livro



Sem explicação para os fãs

11 mudanças de atores em GoT que acharam que ninguém notaria



Legalmente Loira

Reese Witherspoon aparece com figurino de filme após 16 anos

Primeira filha

Nikki Reed e Ian Somerhalder são pais



A neném nasceu em julho, mas parto só foi anunciado agora

Comemoração 25 anos

Livro especial de Friends será lançado em 2019



Obra explora a história e o impacto da série na cultura pop



Venceram preconceito

5 artistas que fizeram pornô e seguiram carreira



Representatividade

Veja 10 personagens LGBT dos desenhos animados



Nova fase
Desempregado mais feliz do Brasil! Evaristo tira onda



Os Dias Eram Assim
Para se livrar da prisão, Vitor pagará fortuna a delegacia



De lenços a chifre de rena e caveiras
Mundo da música está cheio de pedestais criativos para microfone

Clube UOL

Na Netshoes, cliente UOL tem 15% off no site + personalização

Escolha sua novela



A Força do Querer



Belaventura



Carinha de Anjo



Malhação



Novo Mundo



O Rico e Lázaro



Os Dias Eram Assim



Pega Pega

Dia 24/08, ganhou destaque com, 58,33%, as matérias destinadas a TV e Famosos. Manchetes com esse tema são: “Em 5 anos, Porta dos Fundos virou saída para o sucesso”, “Famosos tão parecidos que poderiam ser irmãos”, “O que os famosos perguntaram a Laura Muller”, “O reality da Fazenda está cheio de polêmicas”, “Anitta aparece de maiô cavado nos bastidores de clipe”, “Marina Ruy Barbosa esbanja elegância em SP”, “Em série, Loreto faz gigolô dos anos 50 e perde tanquinho”. Apenas duas matérias de novela, mais o resumo da semana: “Grávida, Rimena transa com Gustavo e assume namoro” e “Ivan sofre ataque em banheiro e entra em pânico”. No dia esteve presente uma notícia de crítica do cinema, o tema foi: “James Cameron diz que Mulher Maravilha é um retrocesso”.



entretenimento



13 milhões de seguidores

Em 5 anos, Porta dos Fundos virou saída para sucesso

Desde 2012, canal passou por grandes mudanças de elenco - e até separações

Sasha e Gentil? Simaria e Kim?

Famosos tão parecidos que poderiam ser irmãos



Veja as estrelas que parecem ter sido separadas no nascimento

A Força do Querer

Ivan sofre ataque em banheiro e entra em pânico



Já com barba e cabelo curto, ele será hostilizado em um shopping

Eugênio descobre gravidez de Irene



"Vibrador vicia"?

O que os famosos já perguntaram a Laura Muller



Os Dias Eram Assim

Grávida, Rimena transa com Gustavo e assume namoro

SMART NOVEMBER

dafiti

3 BLUSAS OU CAMISAS POR R\$ 99*

COMPRE AGORA ▶



Reality estará cheio de polêmica

A Fazenda terá pivô da 1ª expulsão do BBB; veja lista de participantes



Vai Malandra

Anitta aparece de maiô cavado em bastidores de clipe



Com transparência

Em SP, Marina Ruy Barbosa esbanja elegância



"Não tinha whey protein"

Em série, Loreto faz gigolô dos anos 50 e perde tanquinho



Diretor de Avatar e Titanic

James Cameron diz que Mulher-Maravilha é um retrocesso

Clube UOL

Na Giuliana Flores, cliente UOL compra buquê com 70% off

Escolha sua novela



A Força do



Belaventura



Carinha de



Malhação



Novo Mundo



O Rico e



Os Dias Eram



Pega Pega

O dia 14/09 possui 30% do seu conteúdo com o que se diz respeito a novelas, como os resumos semanais das novelas e notícias como: “Faça o teste e descubra qual seu personagem em A Força do Querer” e “Domitila tenta matar Leopoldina e leva tiro de Pedro”. Quando o assunto é TV e Famosos, 60% falam sobre: “Lady Gaga cancela show no Rock In Rio”, “Festival vai reembolsar desistentes da 6ª”, “Anitta sim, Maroon 5 não, pedem fãs”, “Entenda a doença que afeta a cantora”, “Já viu esses rostos? A Fazenda – Nova Chance tem 16 participantes; saiba quem é quem”, Beto Barbosa diz que traiu ex famoso com ele”, “Jennifer Lawrence fará pausa de dois anos na carreira”, “Fernanda Souza fala como conseguiu programa de TV”. Cinemas e Séries ficou com apenas 10% destinados a esse tema: “Narcos é série de melhor audiência”. Nesse mesmo dia foi analisada a página do Estadão e foi possível notar a semelhança dos assuntos que foram publicados em ambos os sites.



entretenimento



'Preciso cuidar do meu corpo'

Lady Gaga cancela show no RiR; Maroon 5 substitui

- Festival vai reembolsar desistentes de 6ª
- 'Anitta sim, Maroon 5 não', pedem fãs
- Entenda a doença que afeta a cantora



Já viu estes rostos antes?

A Fazenda - Nova Chance tem 16 participantes; saiba quem é quem



"Cara de pau"

Fernanda Souza fala como conseguiu programa de TV

Ganhou de OITNB

Narcos é a série de melhor audiência do ano na Netflix



Terceira temporada foi vista por 27,2 milhões de pessoas na 1ª semana

Elevou ameaça

Empresa notifica Simba por falta de pagamento



Empresa alemã foi contratada para medir audiência das emissoras



A Força do Querer

Faça o teste e descubra: Qual personagem seria sua mãe?

- 4 cenas que foram recorde de audiência
- Mãe de Ruyzinho homenageia Isis
- Bibi sofre com dor de cotovelo por Caio



"Não gosta de mim até hoje"

Beto Barbosa diz que Gretchen traiu ex famoso com ele



Novo Mundo

Domitila tenta matar Leopoldina e leva tiro de dom Pedro



Após X-Men

Jennifer Lawrence fará pausa de dois anos na carreira

Clube UOL

Cliente UOL compra Kindle com R\$ 80 de desconto na Amazon

Escolha sua novela



A Força do Querer



Belaventura



Carinha de Anjo



Malhação



Novo Mundo



O Rico e Lázaro



Os Dias Eram Assim



Pega Pega



Um Caminho Para o Destino



As 30 melhores séries de todos os tempos segundo a Rolling Stone

- As piores traduções de título de filmes no Brasil
- Frases com a essência de Gabriel García Márquez
- Os nudes dos atrevidos anos 1920

Lady Gaga cancela sua vinda ao Rock in Rio 2017

Cantora está com forte dores, o que a impossibilita a fazer shows; Maroon 5 fará dois dias seguidos



- Fãs pedem Anitta no lugar de Lady Gaga: veja os memes
- Lady Gaga vinha dando pistas de que sua saúde não ia bem
- Rock in Rio 2017: Visita à Cidade do Rock
- Cidade do Rock ganha espaço para games e youtubers
- Rock in Rio 2017: O que pode e o que não pode levar
- INFOGRÁFICO: Rock in Rio

Imagens 1 e 2: Retiradas do web jornal do Estadão no dia 14/09.

É possível notar a afinidade nas pautas desse dia. Primeiro, o assunto do cancelamento do show da Lady Gaga e o fato de ambas discutirem sobre série da Netflix. O que afirma a teoria do agendamento, onde o interesse do público interfere diretamente no que a mídia irá noticiar.

entretê + rock in rio

Beth Goulart deixa novela por ser mais nova que sua 'filha'
 Atriz é 3 anos mais nova que Mônica Torres; Lucinha Lins fará a personagem

Público precisou ser resgatado
 Montanha-russa do Rock in Rio tem pane e deixa pessoas presas

Silvana confessa a Dantas que roubou o marido
 Advogado salvará a amiga, por quem nutre uma paixão desde jovem

Cult dá aula em show, e o vocal, 'bronca' na plateia
 Ian Astbury se irritou com apatia do público: 'Não parece Brasil para mim'

Nita Strauss
 Guitarrista de Alice Cooper hipnotiza com solo no Rock in Rio

Leão de Ouro em Veneza
 A Forma da Água, de Guillermo del Toro, abrirá o Festival do Rio

A Fazenda 9
 'Sou o rei do edredom, né?', brinca Yuri após carícias com Monick

Alter Bridge não tem sombra do Creed

Imãs Winchester vão voltar
 Décimo terceiro ano de Supernatural ganha data de estreia no Brasil

Mãe de gêmeos
 Fernanda Lima nega rumores de gravidez: 'Especulação'

Record libera Ticiane, Marone e Mion para o Teleton no SBT

Clube UOL
 Cliente UOL tem 10% de desconto no site Nature Center

dafiti
 Mochila Malas Cruzeiro Infantil
 66-83-7664
 POR: R\$ 65,15
 ↓ 15% OFF
 CONFIRA AGORA

Escolha sua novela

- A Força do Querer
- Belaventura
- Carinha de Anjo
- Malhão
- Novo Mundo
- O Rico e Lázaro
- Os Dias Eram Assim
- Pega Pega
- Um Caminho Para o Destino

A última amostra de matérias foi no dia 21/09, conteve o resumo semanal das novelas e uma matéria de novela: “Silvana confessa a Dantas que roubou”. No tópico de TV e Famosos, 41,66% foram destinados a esse tema, onde abordaram assuntos como: “Beth Goulart deixa novela por ser mais nova que sua ‘filha’”, “Sou o rei do edredom, né’ brinca Yuri após carícias com Munick”, “Fernanda Lima nega rumores de gravidez: ‘especulação’”, “Record libera Ticiane, Marone e Mion para o Teleton no SBT” e “10 famosos com parentesco, mas que talvez você não saiba”.

Para Cinemas e Séries apenas duas matérias: “Décimo terceiro ano de Supernatural ganha data de estreia no Brasil” e “ A Forma da Água, de Guilherme del Toro, abrirá o festival do Rio”. A matéria de destaque do dia teve como manchete “Público precisou ser resgatado da Montanha-Russa no Rock In Rio”.

Primeiramente, as análises das matérias foram feitas com os assuntos mais relevantes. Foi escolhido classificar o conteúdo das matérias em: “Novelas”, “TV e Famosos”, “Cinemas e Séries”, “Música” e “Críticas do Cinema”. Todas as matérias são encontradas no caderno de entretenimento e foram assim divididas para facilitar a visualização de como o jornalismo cultural, propriamente dito, está fraco e superficial. Foi possível concluir que, a grande maioria das notícias não trazem relevância no dia-a-dia dos leitores e as críticas são rasas. O questionário aplicado no tópico anterior confirma a presente análise, os leitores estão interessados no que é diversão, festa e horóscopo. Então fica o questionamento, quem alimenta quem? O jornalista produz apenas o que o público quer ler ou o jornalista produz o que mais chama a atenção do leitor, com a intenção do consumo? A transição que estamos passando no jornalismo em si, no espaço UOL, encontra-se desvalorizado. Com isso, falta espaço para se falar de cultura e arte.

Francisco de Assis (2008) fez citações de Dávila (1996), Piza (2003) e Rodrigues (2001). Em seu artigo, Assis (2008) resume bem a situação atual do jornalismo cultural:

Quanto à superficialidade do conteúdo textual, esta pode ser explicada a partir de algumas pistas já encontradas por profissionais e pesquisadores. Seus principais apontamentos dizem respeito à rotina dos cadernos diários que acabam por não se aprofundar nos assuntos estampados em suas páginas e muitas vezes sequer o contextualizam: ao que tudo indica, o superficial é resultado de pautas elaboradas com base em “achismos”, sem opinião fundamentada, e que valorizam as celebridades e os relatos de eventos; é reflexo do pouco espaço físico para que o jornalista reflita em cima de sua abordagem (haja vista a redução do número de linhas utilizadas para cada texto); é, ainda e sobretudo, a falta de preparo dos jovens profissionais. (ASSIS, 2008, p. 185).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao apresentar a trajetória do jornalismo, foram feitas duas comparações: jornalismo tradicional x jornalismo digital e jornalismo cultural x jornalismo cultural contemporâneo. A intenção do presente trabalho foi apontar que todas as mudanças realizadas, desde então, afetam a relação tanto de quem produz a matéria, quanto quem irá ler, no espaço específico do *site* UOL. Uma parcela de jornalistas, atualmente, está preocupada com a instantaneidade com que a notícia vai ser divulgada. O que gera textos superficiais, com um maior número de pautas voltadas ao entretenimento, que acompanham a agenda de eventos e mundo dos famosos. Por outro lado, o público se interessa por esse modelo de material. Os resultados apresentados nas análises de pesquisa e matéria têm como objetivo compreender o perfil desse leitor que acompanha o site UOL. E foi concluída que os assuntos mais acessados foram: Horóscopo e Programação de Filmes.

Ao perguntar qual caderno jornalístico tem mais procura, entretenimento é o de maior visualização com 38,6%. O leitor que acessa as notícias através de dispositivos móveis é superior a 50%, ou seja, o leitor está mais digitalizado, mas ao mesmo tempo, apesar de poder acompanhar notícias atualizadas 24 horas por dia, esse leitor não absorve mais conteúdo. Pelo contrário, ele acaba se perdendo nesse mundo de informações digitais, manchetes, links, propagandas e vídeos dentro da própria matéria. Entre as teorias da comunicação o trabalho utilizou da Teoria do Agendamento. Segundo Maxwell McCombs, a teoria do agendamento fala sobre o que é colocado pela mídia para o debate do público. Nessa teoria é analisado o quanto importante é o assunto destacado pela mídia.

O trabalho do jornalista, que exerce sua profissão nesse ambiente tecnológico, exige um conhecimento amplificado, estado de prontidão e um vasto banco de dados. Através das análises do UOL, falta de espaço destinado a falar do jornalismo cultural, esse que jornalismo descrito no livro de Piza (2003) onde conta que em sua época as matérias culturais empolgavam o leitor, as narrativas haviam um olhar próprio e uma personalidade em cada frase. As amostras de análise das

matérias foram feitas no período de julho até setembro, duas notícias por mês. Foi comprovado que 100% do espaço foi destinado ao entretenimento. Infelizmente essa é a cara do jornalismo cultural atualmente. É possível melhorar a qualidade jornalística na área da cultura, o jornalismo digital oferece diversas ferramentas para impulsionar os conteúdos, como por exemplo, recursos multimídias, vídeos, gráficos, hiperlinks e outra gama de plataformas que poderia ajudar o jornalismo cultural. Para Rosa (2013, p. 70), o jornalismo cultural precisa buscar refletir a realidade vivenciada pela sociedade captando ângulos do seu cotidiano, fundamentalmente, sabendo diferenciar cultura, arte e consumo.

O período de análise dos dados das matérias do UOL não é suficiente para concluir que não haja matérias enraizadas do jornalismo cultural tradicional. Sugiro que outra pesquisa posterior seja feita, analisando um período maior de notícia, onde será estudado o conteúdo das matérias e comparado com outros veículos de grande circulação. É interessante também, apontar quais plataformas digitais está sendo utilizadas nos espaços on-line e como esses recursos influenciam no interesse do leitor.

O jornalismo não pode virar um veículo exclusivamente mercadológico, onde o foco é produzir algo que chame a atenção do leitor e ele a consuma. Ter entretenimento nos jornais não é um ponto negativo, tem o seu valor falar de diversão e distração. Esses elementos compõem o jornalismo, o que está em questão é o excesso em uma esfera e ausência de outra. Há de ver espaço para se falar de divertimento, cultura e arte. O jornalismo está em permanente processo de construções, novas eras digitais ainda estão por vir. O jornalista deve saber unir a seu favor o espaço virtual, instantaneidade e recursos tecnológicos para fazer um jornalismo, de qualquer área, ser de qualidade.

REFERÊNCIAS

- ASSIS, Francisco. **Jornalismo Cultural Brasileiro: aspectos e tendências.** Disponível em: <http://www2.pucpr.br/real/index.php/comunicação?dd99=ddf&dd1=2633>. Acesso em 18 de agosto, de 2017.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital Terceira Geração.** In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada.** 2007
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada.** 2007
- CHISTOFORI, Elaine Cunha. **O Jornalismo do Futuro: processo de comunicação no jornalismo digital.** 1ª semestre de 2006. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/ECChistofori.pdf>. Acesso em 12 de setembro, de 2017.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo.** 4ªed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1978
- FERNANDES, Lailson André. **II ENCONTRO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, MEMÓRIA, CULTURAS E ORALIDADE.** Disponível em: http://www.uece.br/eventos/2encontrointernacional/anais/trabalhos_completos/138-13322-10112014-154245.pdf. Acesso, 28 de agosto, de 2017.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** 2º ed. São Paulo: Contexto, 2004. 120 p.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** 13º ed. Rio de Janeiro: Editoria 34, 1993. 208 p.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **A Saga dos cães perdidos.** São Paulo, Hacker, 2000
- NEVEU, Erik. **Sociologie du Journalisme.** Paris, 2001. Ed. La Découverte
- PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural.** Editora Contexto, 2003.
- ROSA, Márcia Eliane. **Jornalismo cultural para além do espetáculo.** Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/07-Marcia-Eliane.pdf>. Acesso em 26 de agosto, de 2017.
- TRAVANCAS, Isabel. **Literatura e imprensa: os suplementos literários os anos 90.** In *Comunicare*, número 21, p, 42-54. Rio de Janeiro: UERJ, 1997.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2004.