



## **A memória jornalística construída a partir da plataforma digital on-line *Acervo O Globo*: das estratégias de armazenamento aos modelos de monetização**

**Vinícius Rodrigues de Brito<sup>1</sup>.**

Universidade Federal do Piauí (UFPI).

**Resumo:** A presente pesquisa estuda a memória enquanto característica do Webjornalismo e os impactos do seu processo de digitalização. Desse modo, este artigo enfoca a plataforma digital *Acervo O Globo* com o objetivo de caracterizar a veiculação de conteúdos memorialísticos na página e verificar, a partir desta ferramenta, a emergência do processo de monetização do acesso on-line à memória jornalística. Para tanto, utiliza-se do Estudo de Caso (YIN, 2015) e da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2010) enquanto procedimentos metodológicos. A análise do observável permite a conclusão de que o *Acervo O Globo* ainda não se vale de todas as potencialidades da digitalização da memória, ao mesmo passo em que o mesmo se insere em uma lógica que visa a manutenção de hegemonias político-simbólicas.

**Palavras-chave:** Memória; Webjornalismo; Cibercultura; Convergência; Modelo de Negócio.

### **1. Introdução**

O historiador francês Jacques Le Goff, em seu livro “História e Memória” (1992), denomina os jornalistas, em conjunto com antropólogos, historiadores e sociólogos, como profissionais científicos da memória. Logo, ao ter seus porta-vozes designados a esta função social, o jornalismo pode ser entendido como um local de memória,

---

<sup>1</sup> Mestrando vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI), sob orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Juliana Fernandes Teixeira. Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM- UFPI) e do Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Inovação e Igualdade (JOII-UFPI). Bolsista Capes. E-mail: viniciusw3@gmail.com

responsável não somente por salvaguardá-la, mas também por legitimá-la e visibilizá-la. Desse modo, ao longo tempo, a representação de memórias se constituiu como um elemento presente e colaborador à produção jornalística. Da mesma forma, o jornalismo pôde se apresentar como engrenagem fundamental ao acionamento das mesmas.

A presente lógica pode ser reforçada por Palacios (2014), ao passo em que o autor define jornalismo como:

[...] espaço vivo de produção da atualidade, lugar de agendamento imediato, e igualmente lugar de testemunhos, produtor de repositórios de registros sistemáticos do cotidiano, para posterior apropriação e (re)construção histórica (PALACIOS, 2014, p. 90).

A conceituação proposta por Palacios, no que lhe concerne, vai de encontro à ideia de perecibilidade das notícias, na qual a relevância das mesmas é reduzida ao período de sua veiculação, ou, de modo genérico, ao momento em que estas se constituem enquanto novidades. Nessa perspectiva, Canavilhas (2004, p. 7) afirma que “feita história, a notícia ganha novas propriedades e passa a constituir uma unidade de memória”.

Como parte desse processo, os avanços tecnológicos e a progressiva inserção do jornalismo em espaços on-line dinamizam a disposição da memória jornalística. Esse movimento se deve ao fato de que a internet não dispõe de delimitações espaciais e, por isso, se concebe como um horizonte ilimitado para a produção, distribuição e armazenamento de informações (PALACIOS, 2003, 2010, 2014).

Desenhada esta realidade, Fidalgo (2003) aponta que uma das principais mudanças proporcionadas pela internet é a confluência do jornalismo com bancos de dados digitais, pois além da possibilidade de reunir dados nos mais diversos formatos, torna-se viável o acesso múltiplo e remoto dos mesmos.

Assim, a digitalização da memória jornalística, através da criação de plataformas virtuais de bancos de dados, tem se mostrado um fenômeno de ocorrência em escala global. Ainda na primeira década do século XXI, redações de jornais reconhecidos mundialmente, como *The New York Times*, *Le Monde*, *The Guardian* e *El País*, passaram a disponibilizar seu acervo memorialístico na internet. No que se refere ao Brasil, as iniciativas nesse sentido se iniciam nos anos 2010, encabeçadas por veículos de predominância nacional e regional, como os jornais *O Globo*, *Folha de São Paulo*, *O Esta-*

*do de São Paulo e Diário de Pernambuco*. Todavia, quando se observa as iniciativas brasileiras, assinala-se a existência de casos nos quais a atualização destes conteúdos foi descontinuada. É somente entre os jornais de maior circulação nacional que a manutenção destes acervos digitalizados se mantém.

Por conseguinte, este movimento de mudança aponta readequações nas estruturas das redações. Conforme elucida Mielniczuk (2004), quando os consumidores de notícias, valendo-se da virtualização de bancos de dados, conseguem acesso aos arquivos dos jornais, encerra-se uma lógica de utilização memorial limitada aos profissionais do veículo de mídia detentor dos conteúdos. Em termos mais gerais, quando se debruça sobre a evolução do jornalismo em meios digitais, Franciscato (2016) afirma que “[...] as tecnologias digitais aumentam uma possibilidade de penetrabilidade do leitor/usuário na organização jornalística” (p.119-120).

Vale destacar que tais iniciativas não se resumem à oportunidade de acesso a estes materiais jornalísticos pelo público, mas, em algumas circunstâncias, também se aplicam como uma alternativa de rentabilidade para os veículos. O argumento se constitui pela razão de que alguns jornais permitem a navegação por seus arquivos digitais de forma gratuita, enquanto outros somente permitem esta ação mediante assinatura.

A seu turno, o pagamento pela navegação em plataformas de bancos de dados de jornais pode indicar a emergência de um processo de monetização sobre o acesso à memória jornalística. Por sua parte, esta nova fonte de recursos financeiros demonstra que, sob a ótica da convergência midiática nos meios de comunicação, encaminha-se um processo que intenta a “máxima divulgação e aproveitamento dos materiais e conteúdos gerados pela empresa, com o objetivo de otimizar custos” (URRETA LARRONDO, 2016, p. 98).

Nesse sentido, Palacios (2010) evidencia que o fenômeno de acionamento da memória em espaços digitais, além de impactar a produção de conteúdos e narrativas jornalísticas, influencia diretamente uma estrutura de negócios que visa a fidelização de audiências consolidadas, a demanda por novos públicos, bem como o incremento na lucratividade das empresas jornalísticas envolvidas.

Diante disso, o presente trabalho se propõe a analisar a plataforma digital *Acervo O Globo*, banco de dados memorial do jornal *O Globo*, com o objetivo de caracterizar a

disposição dos conteúdos presentes na página. Ao mesmo passo, a pesquisa intenta verificar como esta ferramenta é utilizada enquanto possibilidade de monetização e instrumento de controle de público.

Como aporte metodológico, o estudo ancora-se no Estudo de Caso, como descrito por Yin (2015), mas também se utiliza do modelo de Análise de Conteúdo proposto por Bardin (2010). Logo, esta análise será composta a partir da coleta de dados e as descrições qualitativas e quantitativas derivadas dos mesmos. O emprego das estratégias mencionadas tem como propósito a interpretação aprofundada do fenômeno de digitalização da memória a partir do observável de pesquisa.

## **2. Memória no Webjornalismo: uma prática convergente e transformadora**

No decorrer das últimas décadas, o mundo pôde presenciar uma dinâmica de desenvolvimento que alterou, em diversos níveis, a organização social. Este fenômeno, de acordo com Castells (2005, p. 17), “é um processo multidimensional, mas está associado à emergência de um novo paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação”. O autor destaca que, apesar de se tratar de um transcurso de ocorrência desigual em diversos pontos do planeta, as tecnologias impactam a vida das pessoas ao passo em que estas utilizam os novos recursos de acordo com suas necessidades e interesses.

Inserida neste contexto, manifesta-se o que Jenkins (2008) intitula como cultura da convergência, um modelo no qual “[...] as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (p. 27). O autor, ainda assim, salienta que a convergência não acontece em razão de aparelhos ou instrumentos tecnológicos, mas sim, ocorre a partir das individualidades e trocas sociais dos seres humanos, estes imersos no fluxo midiático.

Nessa acepção, quando se verifica o curso da atividade jornalística e a escalada do progresso tecnológico, torna-se possível o entendimento de que estes os processos estão intrincados ao cotidiano dos indivíduos. Esse fator de penetrabilidade em comum, como efeito, ocasiona a confluência entre ambos os sistemas. Logo, diante da inevitável

corrente de integração tecnológica e a crescente difusão da internet em escala global, as práticas jornalísticas acabam tomando proximidade e se agregando a cenários on-line.

A partir deste recurso de inserção na web, estrutura-se o denominado webjornalismo, ou ciberjornalismo. A presente designação, entretanto, se enquadra a despeito de sua fase anterior, que representa o primeiro contato do jornalismo com ambientes on-line e baseava-se na mera transposição de conteúdos do formato físico para o digital (CANAVILHAS, 2006).

O webjornalismo por sua vez, compreende-se como uma realidade na qual os conteúdos jornalísticos são elaborados em consonância com as possibilidades informacionais oferecidas pela estrutura on-line. Conseqüentemente, a variedade e disponibilidade de formatos nesse meio viabilizam as circunstâncias nas quais “as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado de forma a que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura” (CANAVILHAS, 2006, p. 114).

Tamanhos incrementos na perspectiva criativa de notícias significam a introdução de uma nova linguagem. Canavilhas (2006) explica que este ponto, a princípio, suscitou a necessidade de que os leitores desenvolvessem a capacidade de decodificar novas narrativas e estéticas. Já no que lhes dizem respeito, as inovações estruturais iniciadas e demandadas pelo webjornalismo são resultado da interação entre características típicas deste formato. Os estudos de Palacios (2003) e Pavlik (2014), em agrupamento, enumeram sete traços técnico-estéticos próprios do jornalismo em ambientes on-line na atualidade, que são: hipertextualidade, multimídia, interatividade, instantaneidade, personalização, ubiquidade e memória.

É importante frisar que este trabalho não tem pretensão de explicar as particularidades de cada uma das características mencionadas, mas sim, estabelecer enfoque à característica da memória, tendo em vista que a mesma se firma como ponto essencial para o entendimento da análise empenhada mais adiante.

De toda forma, ao se debruçar sobre os pormenores destas características, Palacios (2003) relata que elas não exprimem a completa superação de formatos que antecedem o digital, mas que se qualificam enquanto potencializações, ou continuidades dos mesmos. Ou seja, estas características não são exclusivas do webjornalismo, pois já

marcavam presença em outros meios, como jornal impresso, rádio, TV, dentre outros; o que acontece agora é a maior oportunidade de diálogo entre todas elas no espaço virtual. Desse modo, quando o descrito estado de seguimento é perscrutado dentro do paradigma da convergência, relaciona-se o entendimento de Jenkins (2008) ao assumir que “novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (p. 31).

Contudo, a memória no fluxo do webjornalismo exibe uma marca dúbia, pois ao passo em que, assim como as demais características deste formato, se constitui como continuidade de processos anteriores, ela se mostra na qualidade de ruptura a padrões, ou descontinuidade. Nesse quesito, Palacios (2003) aborda que, diante das otimizações derivadas das tecnologias da informação, a memória se difere por favorecer o surgimento de novas usabilidades e ressignificações em seu acionamento. Posto isso, o autor considera que o webjornalismo detém “a primeira forma de memória múltipla, instantânea e cumulativa” (2003, p. 21).

Outra importante ressignificação da memória na web reside na ausência de uma cronologia sequencial, tendo em vista que, com a evocação da memória sobre informações antigas, o passado pode se integrar ao presente de maneira orgânica. Como advoga Canavilhas:

[...] a web, mais do que nenhum outro meio, comprime o tempo. Não o tempo que mede o espaço entre a emissão e a recepção da mensagem, tal como acontece em qualquer media, mas o tempo memória, o espaço existente entre o momento do acontecimento e o momento da pesquisa (CANAVILHAS, 2004, p. 4).

Por conseguinte, o conceito de tempo memória pode demonstrar que o webjornalismo viabiliza a investigação histórica, principalmente quando o recurso da memória é virtualizado a partir de plataformas de bancos de dados.

A esta altura, é essencial enfatizar que a memória virtualizada não reflete caráter insociável, e sim, explicita-se na qualidade instrumento dialógico, podendo coligar-se a outras características inerentes ao webjornalismo. Barbosa (2018), a seu turno, pontua que o casamento entre bancos de dados memorialísticos com outras qualidades estimuladas pela internet, como a multimídia, hipertextualidade e instantaneidade, vai acarretar a produção de materiais mais estimulantes.

Logo, o incremento, derivado da união de recursos, sobre a produção presume a conquista de público e, conseqüentemente, lucro para as empresas jornalísticas, ambos potenciais da memória jornalística já mencionados anteriormente neste trabalho. Nesse parâmetro, fica evidente a função dos consumidores de notícias como força motriz no bom desempenho não apenas da virtualização da memória ou da produção jornalística na web, mas de toda a estrutura mercadológica na qual as instituições jornalísticas se edificam.

Sob a lógica da Economia Política da Comunicação (EPC), que estuda os elementos sociais e como estes são incorporados como estratégias mercadológicas (MOSCO, 2016), a virtualização e disponibilização do acesso à memória pode se afigurar como um dos investimentos de empresas jornalísticas quanto a readequação de seus conteúdos em vista o suprimento de novas demandas de mercado e conservação de um conceito (já estabelecido) perante o público.

A própria ideia de conceito, ou padrão de percepção pública, em muito se entrelaça com a concepção de hegemonia, descrita como “[...] aquilo que será incorporado e dado como natural, senso comum, modo naturalizado de pensar sobre o mundo” (MOSCO, 2016, p. 58).

Nesse aspecto, o fenômeno de digitalização, como assevera Bolaño (2010), aumenta a concentração de meios hegemônicos ao não promover efetivamente a democratização da mídia, fator este que se apresenta ao mesmo momento em que acontece a contestação de mercados consolidados. E assim, o encadeamento da digitalização acaba por criar um forte estado de concorrência, o que acaba por emergenciar a manutenção de um estado hegemônico, tendo em vista que é esta condição que garante a prioridade de meios jornalísticos tradicionais dentro do mercado (MOSCO, 2016).

Diante do exposto, descreve-se a tangibilidade da memória, enquanto elemento constituinte do webjornalismo, no lugar de uma prática dotada de ressignificações e forte capacidade de promover mudanças, tanto em modelos produtivos quanto em estruturas de mercado. Da mesma forma, percebe-se que as potencialidades de seu acionamento podem ser utilizadas, em diversas escalas, a benefício de veículos midiáticos.

### **3. Acervo *O Globo***

Lançado em 2013, o *Acervo O Globo* é a plataforma que disponibiliza, em formato digital, todas as matérias e páginas do jornal *O Globo* desde 29 de julho de 1925, data da primeira edição do jornal. Além dos arquivos digitais referentes às edições físicas, o arquivo on-line provê a veiculação conteúdos textuais e visuais, como matérias jornalísticas e ensaios fotográficos, sobre temas e acontecimentos atuais que fazem referência a fatos passados. Assim, a plataforma possibilita por meio do hipertexto, a integração entre conteúdos novos e velhos. A figura 1 apresenta a interface da plataforma.

**Figura 1** - Página inicial do Acervo *o Globo*



Fonte: Captura de tela produzida pelo autor

Logo a princípio, a página apresenta dois campos de pesquisa: o primeiro viabiliza a busca a partir palavras-chave ou termos que indiquem os materiais cuja memória deseja-se acionar, o segundo permite a pesquisa através da data na qual a edição procurada foi originalmente veiculada. É importante destacar que existem outros dois espaços



dedicado à busca de conteúdos na parte central da página, à direita. Ambos têm caráter lúdico, pois o primeiro possibilita que o usuário visualize a capa do jornal *O Globo* na edição correspondente à data de seu nascimento, enquanto que o segundo se dedica exclusivamente à reunião de materiais relacionados a conquistas de clubes de futebol do estado do Rio de Janeiro.

A página inicial também dispõe de conteúdos jornalísticos em destaque para o leitor, estes são notabilizados em decorrência de três justificativas: a atualidade da publicação no formato on-line, o impacto dos acontecimentos noticiados e, por último, a popularidade do material dentro da plataforma no que diz respeito a seus respectivos montantes em acessos. Salienta-se, porém, que as três justificativas observadas não estão associadas umas às outras, ou seja, há independência entre as seções de destaque. Todavia, todos os conteúdos vinculados aos destaques da página estão inseridos em seções temáticas do Acervo, estas, por sua vez, classificam a natureza de todos os conteúdos integrantes do banco de dados e estão dispostas no topo da página. A tabela 1 apresenta e descreve cada uma das sete seções.

**Tabela 1** - Editorias temáticas do Acervo O Globo

<b>Seção</b>	<b>Funcionalidade</b>
Em Destaque	Apresenta notícias do tempo presente que se relacionam com conteúdos de outra época. Portanto, esta seção presume a reunião e contextualização de coberturas atuais com matérias, páginas ou fotografias digitalizadas no Acervo.
Fatos Históricos	Divide-se em sete editorias: Rio, País, Mundo, Cultura, Economia, Ciência e Esporte. Tem o objetivo de reunir acontecimentos marcantes no Brasil e no mundo e, assim, apresenta-lo sob ótica ampla, contextualizando-os a partir de conteúdos recentes e antigos.
Rio de Histórias	Digna-se a colunas e materiais relacionados ao estado do Rio de Janeiro. A seção é dividida por décadas, cada uma delas representa e uma editoria. Cada editoria sob tutela de um colunista do

	jornal <i>O Globo</i> .
Fotogalerias	Esta seção reúne galerias temáticas com fotografias veiculadas no jornal impresso ao longo de toda sua existência. O critério de seleção para a digitalização destas fotografias se resume àquelas presentes na cobertura de grandes acontecimentos.
Frases	Reúne declarações de grandes personalidades em entrevistas concedidas ao jornal <i>O Globo</i> .
Charges e Humor	Congrega textos, cartuns e desenhos de autoria identificada a reconhecidos caricaturistas, chargistas e colunistas de humor que publicaram seus trabalhos nas páginas do <i>O Globo</i> .
Propaganda	Agrupa anúncios publicitários divulgados nas páginas do jornal <i>O Globo</i> . É compartimentada em sete editorias: lazer e cultura, veículos, alimentos e bebidas, moda, espaço urbano, vida doméstica, institucional.

Fonte: Tabela produzida pelo autor, de acordo com informações da plataforma

Estas observações iniciais objetivam a caracterização geral do observável de pesquisa. Já no que se refere especificamente ao âmbito metodológico, conforme declarado no tópico introdutório, a análise se baseia primariamente no Estudo de Caso em caráter único, o que possibilita a perspectiva holística dos fenômenos sociais por meio do enfoque em um “caso” específico (YIN, 2015). Todavia, a presente pesquisa também faz uso da Análise de Conteúdo exploratória, no viés proposto por Bardin (2010), como ferramenta metodológica, de forma que este método possa potencializar descrições e inferências sobre os dados coletados.

Desse modo, a análise do observável desta pesquisa aconteceu a partir de observações pontuais realizadas em diferentes momentos ao longo do primeiro semestre do ano de 2020. Seguindo conjecturas iniciais, a investigação aguçou interpretações acerca da rotatividade de conteúdos e atualização das seções, assim como do emprego de táticas de interação entre formatos e meios.

Como resultado, o estudo tem suas descrições apresentadas com base em quatro categorias que puderam ser identificadas e configuradas durante a coleta e avaliação dos dados. Estas, por sua vez, encontram-se elucidadas nas subseções abaixo.

### 3.1 Primeira categoria de análise: atualização dos conteúdos

A nível explicativo, é primordial pontuar que, na grande maioria dos materiais observados se insere uma estrutura comum: uma matéria jornalística, publicada em algum momento após o lançamento do Acervo, vinculada a outros produtos digitalizados, como notícias, charges, fotografias. A publicação recente, a seu curso, tem função de contextualizar acontecimentos ou períodos da história, por isso, contam edições posteriores à sua publicação original, de modo a oferecer atualizações e englobar mais matérias memorialísticas sobre o assunto com o passar do tempo. A figura 2 exemplifica o formato, ao demonstrar as respectivas datas de publicação e edição, bem como a conjugação da memória do jornal.

Figura 2 - Estrutura das matérias



Fonte: Captura de tela produzida pelo autor

Logo, para se estabelecer um foco quanto à atualização dos materiais, ou publicação de novos conteúdos, é importante delimitar como esse processo acontece de acordo com as seções propostas pelo Acervo. A tabela 2 ilustra a situação de cada seção nesse sentido.

**Tabela 2** - Atualização por editorias

<b>Seção</b>	<b>Data da última atualização</b>
Em Destaque	12/11/2019
Fatos Históricos	06/04/2020
Rio de Histórias	20/04/2018
Fotogalerias	Datas de publicação não divulgadas
Frases	Datas de publicação não divulgadas
Charges e Humor	30/04/2018
Propaganda	06/07/2018

Fonte: Tabela produzida pelo autor

Vale lembrar que estes dados se referem ao momento no qual a análise foi finalizada, no início do mês de julho do ano de 2020, e as datas relativas às últimas atualizações despontaram da observação desse quesito em todas editorias presentes dentro das seções. As seções Fotogalerias e Frases apenas dispõem das datas nas quais os conteúdos foram originalmente publicados no jornal *O Globo*, mas não há delimitação temporal acerca da data de acionamento da memória sobre os mesmos.

Diante disso, esta categoria demonstra que a atualização não acontece de forma homogênea dentro da presente plataforma, visto que este processo não aconteceu de modo paralelo em todas as seções e editorias previstas. Igualmente, possibilita a conclusão de que, quando a atualização acontece, não existe um regime de periodicidade envolvido na disposição dos materiais.

### **3.2 Segunda categoria de análise: monetização sobre o acesso à memória**

Quando se implica a alternativa de lucro sobre a disponibilização da memória do jornal *O Globo*, percebe-se que seu Acervo se afigura com base em dois distintos *modus operandi*. A plataforma permite o acesso gratuito às edições digitalizadas do jornal de um modo geral, com a visualização de todas as páginas. Entretanto, quando se intenta uma busca mais refinada, definida por meio de temáticas, acontecimentos ou datas específicas, demanda-se a assinatura do jornal como prerrogativa de acesso (Figura 3).

**Figura 3** – Painel de acesso pago ao Acervo O Globo



Fonte: Captura de tela produzida pelo autor

Outro fator perceptível reside no fato de que, durante o início da primeira navegação dentro do site, o usuário tem alcance a todos os matérias sem limitações. Porém, o painel de acesso de acesso pago surge após o percurso por um número indefinido de páginas dentro da plataforma. Tal formato, que permite uma espécie de “amostra gratuita” antes da cobrança, revela um modelo de negócios que visa despertar o interesse dos leitores para que os mesmos se sintam compelidos a pagar pelo acesso posteriormente.

Não obstante, a presente categoria acaba por indicar que a monetização sobre a Acervo *O Globo* não se resume à assinatura para o efetivo alcance a todos os conteúdos. Essa percepção é alcançada ao constatar que o jornal disponibiliza a possibilidade de compra de matérias ou páginas digitalizadas por parte dos leitores. O fator em questão aponta a realidade na qual a memória jornalística também pode transmutar-se como um produto de consumo direto.

### **3.3 Terceira categoria de análise: interatividade da plataforma**

A interatividade, dentro do jornalismo on-line, se configura como uma característica importante, dado o fato de que os leitores interagem cotidianamente com as notícias. Este aspecto, no entanto, não é identificado de forma expressiva na plataforma.

Desse modo, observa-se a ausência de campos de comentários ou outras alternativas nas quais os leitores possam se expressar. Mesmo a possibilidade de replicação dos materiais em sites de redes sociais se mostra limitada, visto que somente matérias já

construídas no ambiente digital podem ter seus *hyperlinks* compartilhados em redes sociais, como o *Facebook* e *Twitter*. Esta funcionalidade, contudo, não se estende para os materiais digitalizados.

O *Acervo O Globo* também não possui perfis em sites de redes sociais e, assim, não há estratégias de divulgação de conteúdos nesses espaços.

Esta categoria aponta que, apesar do fenômeno de bancos de dados memorialísticos se tratar de algo razoavelmente recente e de grande demanda tecnológica, percebe-se que o jornal *O Globo* não integra efetivamente seu arquivo às plataformas de redes sociais ou outras formas de aproximação com o público.

### 3.4 Quarta categoria de análise: integração da plataforma com outros veículos midiáticos

Como ferramenta pertencente e relacionada ao jornal *O Globo*, o *Acervo* alinha a sua produção de forma que haja alternativas de conciliação de conteúdos entre os dois meios. Na realidade, esta união é engendrada como tática primordial e, portanto, não representa uma surpresa ou novidade para a presente análise.

Contudo, percebe-se um processo de auto referencialidade que não se limita ao jornal em questão, mas sim, que estende ligações a outros veículos integrantes do grupo *O Globo*, como uma emissora de TV, gravadoras, revistas, dentre outros. A figura 4 exemplifica um destes casos, geralmente observados nas atualizações ao final de matérias.

**Figura 4** - Exemplo de referencialidade à TV Globo



O exemplo exposto acima retrata um estado de referencialidade que transpassa a conjugação jornalística, entre o *Acervo* e o jornal *O Globo*, ao utilizar o contexto memorialístico de uma notícia para mencionar um produto de entretenimento de outro veículo de comunicação.

Nesse sentido, dadas as informações levantadas dentro desta categoria, considera-se viável a afirmação de que a plataforma jornalística estudada faz uso da hipertextualidade como forma de empenhar um estado de convergência empresarial. Este processo, a seu turno, visa o aproveitamento máximo de formatos e conteúdos pertencentes a um mesmo conglomerado midiático, priorizando seus produtos dentro do meio empresarial.

#### **4. Considerações finais**

A criação de plataformas virtuais de memória por parte de empresas jornalísticas é uma das evidências acerca do impacto da digitalização dentro das redações. Por esse aspecto, Larrondo Ureta (2016) destaca que a exigência por readequações encaminhada pelo desenvolvimento tecnológico proporcionou o surgimento de uma mentalidade multi-suporte e multiplataforma por parte dos veículos de mídia. Como consequência deste fenômeno, emerge a necessidade em disponibilizar os produtos jornalísticos para o maior número possível de dispositivos

Diante desse cenário, a memória jornalística no contexto da web passa por ressignificações que não se restringem somente a novas formas de acionamento, mas sim, estendem-se a diferentes usabilidades e expectativas dentro de uma estrutura mercadológica.

Por esse viés, supera-se a ideia de que a progressiva virtualização da memória seja apenas um mecanismo de manutenção do *status quo* do jornalismo enquanto um espaço memorial. Este fator, entretanto, comunica a pretensão das empresas jornalísticas em se utilizarem do agrupamento de seus acervos em plataformas digitais on-line como artifício de preservação de suas reputações no meio midiático, ainda mais quando

a perpetuação de um conceito imputa retornos no sentido financeiro e no alcance de público.

Assim, a virtualização da memória distancia-se da ideia de democratização da informação, visto que demanda a implementação de investimentos financeiros, o que acaba por limitar sua continuidade a veículos poderosos e, geralmente, tradicionais.

Pontuando o observável de pesquisa, percebe-se que o Acervo *O Globo*, em alguns aspectos, é perscrutado apenas como uma ferramenta agregadora ao jornal ao qual se vincula. Esse estado de interdependência, quando se assinala o fato de que esta não foi a primeira iniciativa de memória jornalística digital no Brasil, permite a inferência sobre um modelo de negócios que não visa, primariamente, uma hegemonia econômica, mas sim, a continuação de uma hegemonia político-simbólica.

No mais, é imprescindível reiterar que, embora tenha realizado um trabalho de grande escala ao promover a digitalização de nove décadas em edições diárias, o jornal *O Globo*, na situação em que não incrementa atualizações periódicas no seu arquivo digital e não o representa em sites de redes sociais, ainda não explora todas as potencialidades de seu acervo.

## Referências

BARBOSA, Suzana.. Bancos de dados: Agentes para um webjornalismo inteligente?. In: BARBOSA, Suzana; MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. (Org.). **GJOL: 20 anos de percurso Textos Fundadores e Metodológicos do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line**. 1ed.Salvador: EDUFBA, 2018, v. 1, p. 207-224.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

BOLAÑO, C. R. S.. Jornalismo online: reflexões a partir da economia política da comunicação. In: SEL, Susana. (Org.). **La Comunicación Mediatizada: Hegemonías, Alternatividades, Sobe-ranías**. 00ed.Buenos Aires: Editora Clacso, 2010, v. 00, p. 71-82.

CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covi-lhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. **A Internet como Memória**, in: BOCC – Biblioteca On- line de Ciências da Comunicação, UBI. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>. Acesso em: 20, jul. 2020.





CANAVILHAS, João. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. In: **Comunicação e Sociedade**, vol. 9-10, 2006, pp. 113-119.

CASTELLS, M.; CARDOSO, G. DEBATE: **A Sociedade em rede** - Do conhecimento à ação política. 2005, Centro Cultura de Belém. Disponível em: [http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a\\_sociedade\\_em\\_rede\\_-\\_do\\_conhecimento\\_a\\_acao\\_politica.pdf](http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf). Acesso em: 25/07/2020.

FIDALGO, António. Sintaxe e semântica das notícias on-line. Para um jornalismo assente em base de dados. In: FIDALGO, António; SERRA, Paulo (Orgs.). **Informação e Comunicação Online**. Jornalismo Online. Volume 1. Covilhã: Universidade da Beira Interior/Portugal, 2003

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Tecnologia, inovação e capital social nas organizações jornalísticas. In: DOURADO, Jacqueline Lima; LOPES, Denise Maria Moura da Silva; MARQUES, Renan da Silva (ORG). **Economia Política do Jornalismo: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional**. Teresina: EDUFPI, 2016. p. 117-147.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.

MIELNICZUK, L.. **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. In: XXVII - INTERCOM, 2004, Porto Alegre, 2004.

MOSCO, Vincent. Economia Política do Jornalismo. In: DOURADO, Jacqueline Lima; LOPES, Denise Maria Moura da Silva; MARQUES, Renan da Silva (ORG). **Economia Política do Jornalismo: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional**. Teresina: EDUFPI, 2016. p. 43-67.

PALACIOS, Marcos. **Convergência e Memória: Jornalismo, Contexto e História**. Matrizes (USP. Impresso), v. 4, p. 37-50, 2010.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória**. In: Elias Machado; Marcos Palacios. (Org.). **Modelos de jornalismo digital**. 1ed. Salvador: Editora Calhandra/Edições GJol Disponível em: [https://www.academia.edu/11670505/Ruptura\\_Continuidade](https://www.academia.edu/11670505/Ruptura_Continuidade), 2003, v. , p. 13-36

PAVLIK, John. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

URETA LARRONDO, Ainara. Convergência e transformação estrutural dos meios de comunicação na Europa: oportunidades e riscos diante da crise do modelo de negócios tradicional. In: DOURADO, Jacqueline Lima; LOPES, Denise Maria Moura da Silva; MARQUES, Renan da



Silva (ORG). **Economia Política do Jornalismo**: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional. Teresina: EDUFPI, 2016. p. 93-116.

YIN, R.K. (2015) **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução de Daniel Grassi. 5ed. Porto Alegre (RS): Bookman. 290 p.