

MONIQUE SOARES DA FONSECA

Muito além do papel de um jornal.



A participação do leitor no jornal O Globo impresso e online.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Monique Soares da Fonseca

Muito além do papel de um jornal:
a participação do leitor no jornal O Globo impresso e online.

Juiz de Fora
Julho de 2010

Monique Soares da Fonseca

Muito além do papel de um jornal:
a participação do leitor no jornal O Globo impresso e online.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito para obtenção de grau de
Bacharel em Comunicação Social na
Faculdade de Comunicação Social da UFJF.

Orientadora: Profa. Ms. Letícia Barbosa Torres Americano

Juiz de Fora
Julho de 2010

Monique Soares da Fonseca

Muito além do papel de um jornal:
a participação do leitor no jornal O Globo impresso e online.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientadora: Profa. Ms. Letícia Barbosa Torres Americano

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado
em 09/07/2010 pela banca composta pelos seguintes membros:

Profa. Ms. Letícia Barbosa Torres Americano (UFJF) – Orientadora

Prof. Ms. Álvaro Eduardo Trigueiro Americano (UFJF) – Convidado

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) – Convidado

Conceito obtido: _____

Juiz de Fora
Julho de 2010

DEDICATÓRIA

À avó Maria.
(*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Aos *meus pais*, pelo apoio incondicional. A família é o nosso alicerce mais forte e meus pais sempre me mostram isso com muita sinceridade e alegria que só eles têm.

Ao *meu irmão* que me motiva com o orgulho que ele tem do que eu busco para mim.

Ao *Jeferson*, pelas palavras certas nas horas certas, pela cumplicidade, pela compreensão. Seu amor enriquece minha vida a cada dia.

À *avó Catharina*, que sempre reza por mim, me ouve e me orienta.

Ao *avô Adail*, pelo apoio, companhia e pelo carinho.

À Carolina Ferrari, pelo companheirismo e parceria nessa trajetória. Cada conversa é um aprendizado. A cada dia descobrimos mais afinidades e traços de um modelo de amizade.

À Giselle Clara, você e sua família praticamente me “adotaram”. A Gi, minha amiga-irmã, é um exemplo que sempre seguirei, tanto de pessoa como de profissional.

Às pessoas maravilhosas do Espanhol as quais pude me aproximar e conhecer, que faziam aquelas aulas noturnas se tornarem mais empolgantes.

A todos do Yázigi que me ajudaram a realizar o sonho de ter um novo idioma. Desde alunos, professores, orientadores, secretárias e diretores. Todos muito hospitaleiros e que sempre demonstraram carinho por mim.

Aos profissionais da S.O.S. que contribuíram para minha carreira profissional.

Às comunidades e associações que visitei para as entrevistas requisitadas nos mergulhões e treinamento profissional. Linhares, Santa Efigênia e Poço Rico. Existem pessoas iluminadas que vivem para ajudar os outros. Caráter sem tamanho.

Agradeço também aos jornalistas da Diretoria de Comunicação, Carolina, Raul, Flávia, Ricardo e especialmente à Oseir que me ensinou muito e soube ser chefe como poucos sabem. Claro, aos amigos que fiz por lá que tornavam o trabalho muito mais leve e prazeroso.

À professora Letícia, pela parceria, ensinamentos, sugestões e correções. Obrigada pelos incentivos, críticas e pela paciência que um trabalho como este requer.

Ao professor Álvaro que me ajudou a ser sensata com as minhas decisões ao fim da faculdade e a ser profissional com o Mergulhão de Rádio. Nunca esquecerei das palavras à minha turma no último dia de aula desta disciplina.

Ao professor Paulo Roberto, exemplo de conhecimento e de pessoa, não é por menos que é admirado por todos na faculdade. Sou grata pela ajuda na busca sobre um tema e incentivo nos estudos. Foi uma honra poder contar com você neste trabalho.

EPÍGRAFE

*“Se você der às pessoas ferramentas,
(e elas usarem) sua habilidade natural e sua
curiosidade, elas desenvolverão coisas de
modo que irão te surpreender muito além do
que você pode esperar”.*

Bill Gates

RESUMO

O presente trabalho discute a participação do leitor no processo de construção da notícia tomando como objeto de análise O Globo nas versões impresso e online. A invenção da prensa gráfica condicionou o desenvolvimento do Jornalismo, prática que sofreu e sofre até hoje constantes mudanças em virtude do surgimento das novas tecnologias de comunicação. A notícia como produto, ganhou diferentes formas e ambientes de publicação. A fotografia, o rádio e a TV são exemplos das transformações sofridas por esta prática. Os meios de comunicação ambicionavam cada vez mais ultrapassar as barreiras do espaço e do tempo até chegarem ao receptor. No entanto, surge uma nova tecnologia que consegue alcançar estes objetivos, além de afetar o receptor como nunca antes acontecera. O leitor da notícia ganhou, com a Internet, a possibilidade de interagir com a produção e ajudar a construir o jornal. O leitor torna-se usuário dos serviços oferecidos pelo portal de notícias que luta pela difícil fidelização inerente ao ambiente virtual. Portanto, através do webjornalismo participativo, o internauta ganhou um novo espaço para se expressar e ajudando a construir sua própria fonte de informação. O objetivo deste trabalho é conhecer as possibilidades de participação oferecidas pelo jornal O Globo na versão impressa e online. Também pretende questionar se os tradicionais modelos de comunicação são capazes de atender a estrutura descentralizada das redes de informação, onde todos podem atuar como emissores e receptores da notícia, simultaneamente.

Palavras-chave: Jornalismo Online. Leitor. Webjornalismo Participativo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 JORNALISMO: HISTÓRIA E TEORIAS	12
2.1 A EVOLUÇÃO DO JORNALISMO	12
2.2 NOVOS MEIOS E CONSOLIDAÇÃO DA IMPRENSA DE MASSA	16
2.3 TEORIAS E NOVAS TENDÊNCIAS	19
3 JORNALISMO ONLINE	24
3.1 CONTEXTO HISTÓRICO PARA UM NOVO GÊNERO	24
3.2 AS NOTÍCIAS CHEGAM À INTERNET	26
3.3 UMA ANALOGIA ENTRE IMPRESSO E ONLINE	29
4 SURGE UM NOVO LEITOR	32
4.1 O LEITOR SEGUE OUTROS CAMINHOS	32
4.2 HIPERTEXTUALIDADE COMO FERRAMENTA	33

4.3 A LEITURA PARTICIPATIVA	35
5 O GLOBO: MUITO ALÉM DO PAPEL DE UM JORNAL	40
5.1 O GLOBO NO PAPEL	44
5.2 O GLOBO NA INTERNET	45
5.3 A PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NO GLOBO IMPRESSO	46
5.4 A PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NO GLOBO ONLINE	48
5.4.1 O poder nas mãos do internauta: Comente, Corrija e E-mails	49
5.4.2 Eu-Repórter: O webjornalismo colaborativo	51
5.4.3 Dois Gritando: um espaço para debates e sugestões	52
6 CONCLUSÃO	55
7 REFERÊNCIAS	59
8 APÊNDICES	65
9 ANEXO	69

1 INTRODUÇÃO

O que motivou a elaborar este trabalho foi pensar no novo papel do jornalista e do leitor. A Internet é o resultado da evolução que os meios de comunicação vieram sofrendo. Desde a invenção de Gutenberg, que possibilitou que a alfabetização chegasse a muitos por meio da circulação dos livros, que a humanidade não é mais a mesma. As notícias começaram a ser esboçadas e o Jornalismo traçava seu primeiro perfil. Desde que a esta atividade começou a se configurar, as mudanças não pararam de acontecer. O comércio viu na informação veiculada pelos jornais uma maneira de acelerar o progresso. As notícias logo passaram a ser vistas como fonte de lucro e a publicação ganhava periodicidade constante.

A necessidade da informação atualizada motivou o desenvolvimento de novas tecnologias que lutavam para vencer as barreiras do espaço e do tempo. O telégrafo, o telefone, a fotografia, o rádio e a tv foram criadas a partir desde contexto tentando cativar o receptor da mensagem veiculada.

A evolução do Jornalismo é concomitante ao desenvolvimento de estudos e teorias que buscam explicar todo este processo. Por isso, o primeiro capítulo deste trabalho irá apresentar algumas teorias que nos embasaram e justificaram esta prática e a história do jornalismo, a fim de mostrar esta prática tem se modificado em decorrência do surgimento das novas tecnologias. Cada novo meio de comunicação se adaptou a realidade em que estava inserido, acumulando as características das outras já criadas.

Partindo deste pressuposto, foi criada uma nova tecnologia que iria de uma vez por todas vencer as barreiras almeçadas pelos outros e aproximar o receptor do processo de produção. Com a Internet, emissor e receptor passaram a não ter mais delimitações, já que as redes por onde as notícias são veiculadas tem como característica principal a comunicação descentralizada, onde todos são fontes e todos recebem as mensagens.

Desta forma, as notícias ganharam um novo espaço de veiculação dando origem a um novo gênero: o Jornalismo Online. As notícias migraram para a Internet e o leitor passou a ter em suas mãos as ferramentas que este ambiente virtual lhe proporcionava. Com isso, no terceiro capítulo, serão feitas comparações entre impresso e online desde o processo de produção de notícias até a valorização do leitor, que passa a ser visto como usuário da gama de serviços oferecidos pelos portais de informação.

A Internet também trouxe uma possibilidade maior de interação entre jornalista e leitor. Este se viu na possibilidade de, num mesmo assunto, escolher o que quer ler, na ordem desejada. A leitura não-linear, proveniente do meio digital proporcionou autonomia ao usuário configurando na chamada leitura participativa que será analisada no quarto capítulo, dedicado exclusivamente ao leitor.

Este tipo de leitura progrediu para o webjornalismo participativo, no qual o leitor passa a colaborar com o conteúdo publicado no site. Este tipo de jornalismo viu na colaboração uma maneira de fidelizar o usuário de internet que tão facilmente pode partir para a concorrência através de um clique do mouse. Com isso, o webjornalismo participativo passou a ser utilizado pelos maiores portais de notícias do Brasil e do Mundo.

Com a chegada da Internet, muitos jornais impressos criaram também uma versão online que trazia novos e tradicionais conteúdos. O espaço destinado à participação do leitor cresceu e em consequência disto, o jornal O Globo foi escolhido como objeto de análise do presente trabalho, como é mostrado no capítulo cinco.

Será analisado como o Globo Online procura aproveitar o espaço ilimitado de publicação e oferecer diferentes possibilidades do leitor interagir com seu conteúdo e se expressar, seja por meio de comentários, sugestões, críticas ou até com o envio de notícias, artigos, charges e demais produtos.

Para isso, faremos uma análise do jornal O Globo impresso e online a fim de contrapor seus conteúdos e comparar seus conteúdos. Num período que se confere entre os dias 5 e 18 de maio de 2010, foram colhidas algumas matérias produzidas pelos dois suportes, matérias produzidas por leitores e internautas, além de comentários e sugestões dos próprios leitores.

O Jornalismo na Internet trouxe à tona discussões sobre o preparo que os profissionais devem ter para lidar com esta nova realidade produtiva. As redações não são mais meios centralizados, detentores exclusivos de informação. Hoje, todos podem ser fontes e todos conseguem divulgar o que produzem. Hoje, o leitor, mais do que nunca, é o foco principal no processo de produção de notícias, tanto como público-alvo como autor das informações que são veiculadas.

2 JORNALISMO: HISTÓRIA E TEORIAS

Desde suas origens, o jornalismo gradativamente cresce e ganha novos espaços de veiculação. Cada ambiente gera uma série de conceitos que procuram explicar as conseqüentes transformações na maneira de produzir uma notícia. Para entender como o jornalismo chegou ao perfil atual é necessário fazer uma breve análise sobre sua história, atrelando sua cronologia às teorias que aos poucos foram surgindo.

Assim, a imprensa escrita, falada e ouvida sempre foram discutidas e analisadas em diversos estudos sobre os meios de comunicação até a chegada da Internet. O jornalismo evoluiu e ganhou nova moradia que reúne as características das outras mídias criando uma nova configuração de espaço multimidiático e interativo que modifica até mesmo aquele que recebe a notícia.

A questão é se os tradicionais modelos comunicacionais que ligam emissor, receptor e mensagem conseguem atender à estrutura descentralizada que vigora principalmente com a chegada da Internet. A sociedade em rede influencia o modo de fazer jornalístico de forma profunda, o que nos leva a refletir sobre o que realmente se passa até que a informação chegue aos receptores e se eles continuam se comportando da mesma forma desde o tempo que começaram a usufruir da invenção de Gutenberg.

2.1 A EVOLUÇÃO DO JORNALISMO

A história do jornalismo tem como precedente o desenvolvimento de uma técnica que ficou marcada como uma das maiores invenções da humanidade. Em meados do século XV, na cidade de Mainz, Alemanha, Johann Gutenberg criou a prensa gráfica. Seu primeiro projeto foi fazer cópias da Bíblia.

Segundo De Fleur e Ball-Rokeach (1993), antes de Gutenberg, os livros eram reproduzidos, principalmente por monges copistas, à mão e ficavam restritos a uma minoria. Por isso, os autores descrevem a impressão como uma invenção “fantástica e fabulosa”, já que colocava um fim no monopólio de ler e escrever inerente aos religiosos, elites políticas, eruditos e escribas. Eles ainda relatam que a impressão foi se difundindo por diversos países e os tipos móveis possibilitaram a produção de milhares de livros, publicados em todas as línguas européias. Asa Briggs e Peter Burke contam que a Bíblia também foi traduzida em várias línguas e acrescentam que:

Para os homens da Igreja, o problema básico era que os impressos permitiam aos leitores que ocupavam uma posição baixa na hierarquia social e cultural estudar os textos religiosos por conta própria, em vez de confiar no que as autoridades falavam. (BRIGGS E BURKE, 2006, p.26).

Para DeFleur e Ball-Rokeach (1993), a publicação da Bíblia em diversas línguas abriu caminho para a crítica da população e contestação à estrutura religiosa e social vigente, o que acabou levando ao Protestantismo ou Reforma Protestante. Um movimento social do século XVI que objetivava reformar a Igreja Católica e acabou resultando na criação de novas igrejas. Asa Briggs e Peter Burke pontuam que este foi “o primeiro e principal conflito ideológico no qual a matéria impressa teve papel preponderante”, (2006, p.81). Para entender tal afirmação, os autores acrescentam que:

O envolvimento do povo na Reforma foi tanto causa como consequência da participação da mídia. A invenção da impressão gráfica solapou o que foi descrito, com certo exagero, como monopólio de informação da igreja medieval, e algumas tinham consciência disso na época (BRIGGS E BURKE, 2006, p.82).

O século XV marcou o início da Era Moderna e o início do Mercantilismo, um período em que práticas e teorias econômicas começaram a ser desenvolvidas anunciando as bases para a criação do capitalismo ao longo deste período. Segundo Felipe Pena, “os acontecimentos históricos são o pano de fundo que condicionam o aparecimento da imprensa” (2005, p.36). O comércio estava a pleno vapor e os livros foram vistos como fonte de renda, já que eles circulavam em grande número e de maneira intensa. De acordo com Asa Briggs e

Peter Burke (2006), nesta época as notícias também passaram a serem vistas como mercadoria. Inserido no contexto de comercialização, o trajeto onde as informações fluíam coincidia com o do comércio. Por isso, Felipe Pena chega a definir a impressão como “uma verdadeira revolução da história do jornalismo”, já que “na onda da emergente indústria do livro, surge uma nova, que cresce entre os restos de papel e as folhas soltas que dão origem a pequenas publicações periódicas” (2005, p.28).

No século XVI, logo depois da chegada da impressão, jornais com periodicidade irregular começavam a surgir. Conforme DeFleur e Ball-Rokeach (1993), o governo de Veneza imprimia uma pequena folha com notícias que podia ser comprada com uma “gazeta” - uma pequena moeda -. Em seguida, surgiram na Inglaterra os precursores do jornal naquela região: os corantos. Seu conteúdo se limitava às notícias sobre o estrangeiro.

Asa Briggs e Peter Burke (2006) destacam que em meados do século XVII, a publicidade impressa se desenvolvia e os anúncios passavam a tomar conta dos jornais. Assim, ela ajudou a financiar as publicações. Eles ainda detalham que existiram três principais centros do comércio de livros: Veneza no século XVI, Amsterdã, no XVII e Londres no século XVII. Na Inglaterra, centro urbano-industrial, as publicações encontraram um contexto que favorecia uma ampla distribuição. O país detinha a maior frota marítima da época e comandava a Revolução Industrial. Logo no início do século XVIII, a chegada regular de notícias levou ao surgimento do jornal diário. Assim, elas passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas.

O segredo da periodicidade estava no lucro. Fleur e Ball-Rokeach (1993) contam que o início do século XIX ficou marcado pelo avanço da tecnologia de impressão. “Impressoras rotativas com clichês fundidos em um estereótipo metálico, imprimiam de 10.000 a 20.000 folhas por hora.” (1993, p.70). Asa Briggs e Peter Burke (2006) complementam destacando que a rotativa foi instalada em 1814, na sede do jornal The Times,

em Londres, e que com mão-de-obra bem reduzida. “O jornal agora podia ser impresso mais tarde e trazer notícias mais recentes” (2006, p.117). Isso foi essencial para a ampliação da periodicidade e circulação dos jornais.

Para Habermas (1984), as próprias notícias se tornaram mercadorias. As notícias publicadas em jornais impressos eram vistas como facilitadoras do comércio, ganharam grande tiragem e, com isso, aumentaram o lucro. Com o aumento da disponibilidade dos jornais, o material noticioso passou a ter caráter público. Consequentemente, no final do século XIX os jornais começavam a esboçar uma nova função.

(...) em sociedades com governos centrais fortes, uma imprensa não regulamentada tendia a crescer muito devagar. Onde a autoridade central era fraca, a imprensa tendia a desenvolver-se sob menos controle e a progredir mais rapidamente. De maneira geral, quanto mais uma forma de governo dependa de fato de uma opinião pública favorável, tanto mais provável é ela apoiar uma imprensa livre. (DEFLEUR E BALL-ROKEACH, 1993, p. 65).

Os autores apontam que neste contexto surgia a opinião pública. O excesso de regulamentação dos governos não permitia o crescimento da imprensa. A liberdade de expressão nos jornais começava a ser defendida e o veículo tornou-se um espaço de debate público onde se discutia política. Habermas (1984) afirma que o século XVIII correspondeu ao período da argumentação racional e crítica presente dentro de uma esfera pública burguesa liberal. “A própria crítica se apresenta sob a forma de ‘opinião pública’, ‘öffentliche Meinung’, expressão cunhada na segunda metade do século XVIII conforme a expressão ‘opinion publique’” (HABERMAS, 1984, p.41). Com isso, os jornais se tornaram um espaço para esta nova classe emergente questionar as formas de governo absolutistas.

Para se entender o ambiente em que as mudanças aconteciam, basta pensar que a invenção da prensa gráfica ocorreu no início da Era Moderna, período em que começava a se esboçar um capitalismo em consequência da intensificação do comércio. Por isso, para De Fleur e Ball-Rokeach (1993) a cronologia mostra uma “Idade das Trevas”, conforme nomeiam os próprios autores, dando lugar ao Renascimento permitindo o surgimento da

classe burguesa que construía uma nova forma de comércio chamada de mercantilismo. Este passaria a depender de uma futura disponibilidade de vários tipos de veículos de comunicação para garantir a prosperidade do mercado de produção e de consumo. As novas tecnologias chegariam para atender o crescente fluxo comercial que cada vez mais dependeria das informações veiculadas por diferentes meios.

2.2 NOVOS MEIOS E CONSOLIDAÇÃO DA IMPRENSA DE MASSA

No fim do século XIX, uma nova tecnologia chegaria para incrementar o jornalismo vigente: a fotografia. “A nova tecnologia fotográfica começou a ser aplicada para documentação, exposição e denúncia de injustiças sociais, uma área que havia sido previamente dominada apenas por ilustradores e alguns pintores” (BAPTISTA, 2001, p. 13).

A chegada da fotografia deu origem ao fotojornalismo que, segundo Baptista (2001) teve dois marcos importantes desde sua invenção. O primeiro foi a possibilidade de se publicar desenhos feitos a partir de fotos na imprensa, o que conferia à ilustração o status de verdade, já que a imagem fotográfica lhe serviu de base. O segundo marco foi a viabilização técnica de se reproduzir fielmente as fotografias na imprensa, o que ocorreu na virada do século XIX. A fotografia contribuiu para o conceito de objetividade no jornalismo já que os fatos deixaram de ser apenas contados em forma de texto. As imagens tinham a função de expressão da realidade que conferiam veracidade e credibilidade à informação.

Outros conceitos surgem com a chegada dos novos meios de comunicação ao longo do século XX. De Fleur e Ball-Rokeach (1993) explicam que os jornais diminuíram sua circulação após 1910. A década de 1920 ficou marcada pelo rádio. A Primeira Guerra Mundial levou à necessidade de se aperfeiçoar os sistemas de rádio transmissão. Logo o

veículo foi reconhecido como uma nova fonte de lucro ao ser usado como um meio de comunicação de massa.

Neste período, o rádio mostrou grandes vantagens em relação ao jornal. Como apontam De Fleur e Ball-Rokeach (1993, p.140) “o veículo irradiado desafiou seriamente o jornal como fonte para se saber das últimas novidades”. Seu caráter instantâneo, por exemplo, era aproveitado por Roosevelt, presidente dos Estados Unidos, que usava o rádio para conversar com os cidadãos. Ele “pretendia fazer com que os ouvintes sentissem que estava presente junto com eles em seus lares” (BRIGGS E BURKE, 2006, p.218). A velocidade com que as notícias chegavam aos ouvintes, especialmente durante a Grande Depressão, em 1929 e à Segunda Guerra fez com que os aparelhos ganhasse grande popularidade. Desta forma, De Fleur e Ball-Rokeach (1993, p.123) detalham que as décadas de 1930 e 1940 representaram a era de ouro do rádio. Tal sucesso perdurou até que o rádio enfrentasse a concorrência de uma nova tecnologia iminente.

Surge, portanto, a televisão nos anos 1940. Na época, era sinônimo de status. Só pessoas mais abastadas conseguiam comprar o aparelho. No entanto, rapidamente o veículo foi se popularizando. Em 1960, segundo De Fleur e Ball-Rokeach, 87% das casas dos Estados Unidos já tinham pelo menos um televisor. Isso porque muitos conseguiam ajuda financeira até mesmo do governo norte-americano para a aquisição dos aparelhos.

Asa Briggs e Peter Burke (2006) explicam que a disseminação da televisão gerou muitas críticas. Algumas são consideradas pelos autores como ultrapassadas, outras, ainda persistem. “Para muitos críticos, a televisão permaneceu uma agência de redução, tornando triviais as notícias e os assuntos dos programas; no entanto, para outros, era uma força negativa que distorcia as notícias e seus conteúdos” (2006, p. 244).

Enfim, a era da televisão conferiu um novo formato à comunicação visual e estimulou a criação de novas teorias e estudos acadêmicos. Com a TV, surge a ideia de

linguagem redundante, simples e objetiva. Felipe Pena faz uma analogia entre a televisão e o jornal impresso: “ao contrário do leitor de jornal que recebe um cardápio de notícias para escolher as de seu interesse, o telespectador recebe a refeição pronta, escolhida pelo maître/jornalista” (2005, p.85).

Outra questão levantada pelo autor é a da velocidade, que estimulou os telespectadores ao gosto pelo tempo real. Além disso, ele conta que alguns críticos citam a velocidade como sinônimo de superficialidade. O telespectador absorve grande conteúdo de informação, mas nenhuma é aprofundada já que a TV impõe uma rapidez na veiculação das notícias.

Segundo Marcondes Filho (2002, p. 33-34), “a concorrência com a televisão exigiu que o jornalismo impresso se especializasse nas formas opinativas e interpretativas, deixando a abordagem puramente informativa a cargo do jornalismo de televisão”. Assim, o impresso conseguiu sobreviver por um certo tempo ao imperialismo da tv.

No entanto, De Fleur e Ball-Rokeach (1993) detalham que após a década de 1970, houve um declínio nas assinaturas de jornais diários devido às novas mídias que foram aos poucos conquistando seu espaço entre o público. A chegada de cada veículo sempre esteve inserida num conjunto de “circunstâncias sociais, econômicas políticas que modelaram seu padrão específico de adoção na sociedade” (DEFLEUR E BALL-ROKEACH, 1993, p.140). O que ocorre é que, cada meio teve que encontrar o seu nicho entre os demais já existentes. Este é o paradigma acumulativo, no qual os meios não se anulam, mas sim coexistem e se adaptam um ao outro.

Seguindo com os avanços tecnológicos do século XX, De Fleur e Ball-Rokeach (1993) contam que em 1946 foi construído o primeiro computador eletrônico. Sua comercialização, porém, só se intensificou no final da década de 1970.

Tal como a pessoa média do século XIX teve de desenvolver a habilidade de leitura a fim de utilizar o jornal, as pessoas hoje têm de se tornar ‘alfabetizadas em

computador' antes de os veículos baseados em computador poderem emergir e ter sucesso". (DEFLEUR E BALL-ROKEACH, p. 350, 1993)

Logo, outra revolução estaria por vir: a chegada da Internet. A rede mundial de computadores desafiaria conceitos preexistentes em relação ao fluxo de informação. O professor Manuel Castells chega a comparar a chegada da rede mundial com o período de difusão da prensa gráfica em seu livro "A Galáxia da Internet".

2.3 TEORIAS E NOVAS TENDÊNCIAS

Durante a década de 1830, o jornal começava a atravessar as barreiras que o restringiam basicamente à classe média burguesa e passava a atingir as camadas populares. Surgia a ideia de um jornal barato que pudesse ser vendido, não por meio de assinaturas anuais, mas através de exemplares avulsos. Assim, o primeiro veículo de massa nasceu na cidade de Nova York sob a forma do jornal de tostão. A segunda metade do século XIX "foi para a sociedade norte-americana um período de rápida transformação, conflito e transição" (DEFLEUR E BALL-ROKEACH, 1993, p.71). A população aumentava em virtude da imigração e da migração rural-urbana.

Os jornais circulavam intensamente e a competitividade entre as publicações juntamente à busca pelo lucro levou ao uso de artifícios que atraíssem os leitores para comprar a notícia. Assim os jornais fizeram uso do sensacionalismo. Segundo DeFleur e Ball-Rokeach, neste contexto surgia o jornalismo amarelo, como eram apelidadas as publicações sensacionalistas que visavam à venda e ao aumento dos lucros. Este gênero foi alvo de críticas dos intelectuais. A imprensa passou a ter medo de perder a confiança do público devido ao conteúdo com informações exageradas. Por isso, começava-se a pensar no conceito de objetividade que, porém só foi realmente aprofundado no início do século XX.

Junto com o jornalismo amarelo surgiu o que Nelson Traquina (1993) cita como Novo Jornalismo ou jornalismo informativo, aquele que separa os fatos das opiniões. Este novo conceito abriu precedentes para a criação da primeira metodologia do jornalismo: a Teoria do Espelho. Segundo Felipe Pena (2005), esta teoria defendia que a imprensa é o espelho do real, reflete o cotidiano, definindo o jornalista como mediador desinteressado, observador, que não apresenta opiniões pessoais. É a teoria mais antiga e, de acordo com Vizeu (2003), está relacionada com o desenvolvimento da indústria do jornal nos séculos XIX e XX.

Pena (2005) afirma que na mesma época foi criada a Teoria do Newsmaking, que de certa forma já contestava a Teoria do Espelho ao defender que “a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la”. A Newsmaking admite que as notícias informam e têm referência na realidade, mas elas interferem diretamente sobre a realidade durante o seu processo de produção. A Teoria apresenta três fatores que influenciam no processo de construção da notícia: a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e os processos produtivos. A notícia é submetida a um planejamento produtivo como acontece numa rotina industrial. Para Felipe Pena (2005), isso impossibilita qualquer intenção manipuladora por parte do jornalista por conta das imposições da produção jornalística já que “as normas ocupacionais teriam maior importância do que as preferências pessoais na seleção e filtragem das notícias” (PENA, 2005, p. 129-130).

Em 1950, segundo Felipe Pena (2005), uma outra perspectiva teórica tratava da subjetividade: o Gatekeeper. Esta privilegia a ação pessoal do jornalista e postula que ele tem o poder de atuar como selecionador, decidindo se deixa passar a informação ou se a bloqueia. A teoria defende que as decisões do gatekeeper são subjetivas e arbitrárias e que dependem da carga de experiências próprias do jornalista que assume esta função.

Diante de uma nova maneira de definir como funciona o trabalho jornalístico, é elaborada a Teoria Organizacional. Ela defende que o processo de produção da notícia depende dos meios utilizados pela organização. Além disso, o fator econômico é o que mais o condiciona. Segundo um estudo realizado por Warren Breed (1993), em 1955, o controle social nas redações exerce influência decisiva na escolha do jornalista. Wolf (1985) explicita as idéias de Breed ao dizer que a linha editorial e política dos jornais “é apreendida <<por osmose>> e é imposta, sobretudo, através do processo de selecção dos jornalistas no interior da redacção” (1985, p.163-164). Por isso, a idéia do Gatekeeper acabou sendo considerada ultrapassada.

Felipe Pena (2005) abre espaço para outra discussão. Para ele, a interação entre os jornalistas também interfere na produção das notícias. Em consequência desta constatação, ele trata da Teoria Gnóstica do jornalismo e explica que a gnose é um conhecimento secreto e sua forma de transmiti-lo ajuda a construir a identidade do grupo. Pelo fato de haver uma identidade entre os jornalistas, as notícias têm uma estrutura de valores que são compartilhados por eles. Isso ajuda na formação do senso comum nas redações.

No início da década de 1970, surgia a Teoria do Agendamento ou agenda setting. Mauro Wolf (1985) esclarece que, segundo esta teoria, os meios de comunicação agendam nossas conversas, ou seja, pautam os nossos assuntos. Os leitores passam a aceitar como mais importantes os fatos veiculados pelos meios de comunicação. De acordo com Marcondes Filho (2002) nesta década houve grande investimento em novas tecnologias por parte dos militares devido ao período da Guerra Fria. O autor chega a intitular esta fase como a “Era da Comunicação” que foi enriquecida com grande avanço nos estudos do jornalismo. Esta década, portanto, representa a consolidação da comunicação de massa, na qual vários veículos de informação disputam espaço na preferência do público.

Retomando a Teoria do Agendamento, Felipe Pena (2005) enfatiza que com ela, muda-se o objetivo dos estudos. Ao invés de analisar o papel da mídia na mudança de opiniões, passa-se a analisar como que a mídia influencia na maneira em que as pessoas irão apreender as informações. Não só saber o que as pessoas conversam, mas como elas conversam, ou seja, o conteúdo e o modo como ele é veiculado, e desta forma, segundo Mauro Wolf (1985) tentar explicar como é que a nova informação, ao ser recebida, se transforma.

Em sua obra, Felipe Pena (2005) também afirma que a Teoria Instrumentalista ou Teoria de Ação Política objetiva verificar a existência ou não de distorções nos textos noticiosos. Para ela, as notícias servem objetivamente para determinados interesses políticos. Foi desenvolvida durante a década de 1960, período marcado por grandes revoluções políticas em todo o cenário mundial como, por exemplo, a construção do Muro de Berlim e a Revolução Cultural na China.

Um dos maiores desafios do jornalista, segundo Felipe Pena, é “tentar enxergar os fatos por diferentes pontos de vista” (2005 p.150). A Teoria Etnográfica mostra a importância da realização do trabalho de campo para que o pesquisador não só conheça profundamente a cultura que está explorando como passe a fazer parte dela. O antropólogo e sociólogo Edgar Morin inaugura esta corrente no início da década de 1960 com sua obra "Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo". Nesta teoria, também conhecida como Culturoológica, “a sua característica fundamental é o estudo da cultura de massa, distinguindo os seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação entre o consumidor e o objecto de consumo” (WOLF, 1985, p.89). Este conceito refuta a Teoria do Espelho e, para Felipe Pena (2005), está atrelada à Teoria do Newsmaking porque a partir do momento em que o jornalista passa a ter uma visão distanciada sobre sua profissão, perceberá que as notícias não são reflexo da realidade e sim, frutos da sua própria interpretação.

A Teoria dos Definidores Primários, apresentada por Stuart Hall (1978 apud PENA, 2005, p.153) no final da década de 1970, aproxima-se da Teoria Instrumentalista. Por ela, a possibilidade de manipulação de notícias não depende dos jornalistas, mas do poder de fontes privilegiadas que podem ser chamadas de fontes institucionalizadas ou primárias, conforme explica Felipe Pena (2005). São elas que têm o poder de direcionar o rumo que a notícia irá tomar. Além disso, quando o jornalista as usa, se isenta da construção da notícia, favorecendo a objetividade. O ato de privilegiar estas fontes estimula a reprodução da ideologia dominante, ou seja, as pessoas tendem a esconder opiniões contrárias às ideologias majoritárias formando a chamada Espiral do Silêncio. Para Felipe Pena, “a maioria silenciosa não se expressa e não é ouvida pela mídia, o que leva à conclusão de que o conceito de opinião pública está distorcido” (2005, p.156.).

A evolução do jornalismo nos direciona à realidade de que cada veículo busca se adaptar ao outro e, por consequência podendo até mesmo originar novos gêneros jornalísticos. Desta forma, o advento da Internet possibilitou a origem do jornalismo on-line, que “veio para revolucionar as relações profissionais e as próprias rotinas produtivas” (Pena, F. 2005, p.176). A Internet mudaria o modo de fazer jornalismo. O jornalismo on-line trouxe novos conceitos, novas teorias e constitui um marco na história da mídia.

3 JORNALISMO ONLINE

O ambiente virtual além de trazer ferramentas inerentes a outros meios, inovou com suas particularidades. Neste capítulo, será tratado como a Internet surgiu e como seu desdobramento resultou num novo gênero jornalístico. As notícias, que antes pertenciam ao impresso, rádio e tv ganham um novo espaço e, conseqüentemente um novo formato. As ferramentas do jornalismo on-line conferem maior poder ao leitor que agora usufrui da interatividade possibilitada pelo ambiente virtual levando às redações à repensarem e reconstruírem a metodologia de produção de notícias.

Este novo fazer jornalístico demanda explicações sobre seu conceito e peculiaridades. Além disso, para entender o impacto que o Jornalismo Online gerou na profissão jornalística, é necessário fazer uma análise comparativa das duas vertentes e perceber as diferenças que o novo gênero apresenta em relação ao modo tradicional do impresso.

3.1 CONTEXTO HISTÓRICO PARA UM NOVO GÊNERO

Quando a Internet foi criada, não se imaginava a dimensão que tomaria. Ela revolucionou não só a maneira de se comunicar, como a estrutura da sociedade e a economia. Inicialmente, segundo Peter Burke e Asa Briggs (2006), o novo meio se inseria num período de aceleração da tecnologia da informação aproximando as pessoas independentemente da distância física que as separavam. Logo foi vista pelos empreendedores como forma de obtenção de lucro, “um meio de ampliar oportunidades” (BURKE e BRIGGS, 2006, p.302).

A origem da Internet está no período da Guerra Fria.

Ela foi inicialmente estabelecida em 1968-1969, com o indispensável apoio financeiro do governo norte-americano por meio da Arpa, Administração dos Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos. (BURKE e BRIGGS, 2006, p.300)

Através da Arpa, o governo norte-americano criou a Arpanet - uma rede limitada, que compartilhava informações com universidades e outros institutos.

A partir de 1979, a rede começou uma nova fase, a de ampliação, já que passou a atrair interesses comerciais. O intuito de disseminar novas oportunidades levou o inglês Tim Berners-Lee a criar a *World Wide Web* (WWW), em 1989. Pollyana Ferrari (2006, p.16-17), relata que em 1992, o designer e pesquisador Jean François Groff convidou Lee para um projeto que implantaria inovações de design, arquitetura e protocolos. A rede mundial começava a ganhar a forma que tem hoje.

“As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação” (CASTELLS, 2003, p.7). A Internet encontrou um ambiente propício a sua proliferação com recursos que viriam a atender a nova realidade, sem fronteiras no fluxo de informação, sem hierarquias e de forma globalizada.

Segundo Franciscato, deve-se “considerar que este novo suporte, mesmo estando baseado em uma mudança tecnológica, está relacionado à presença de forças econômicas, culturais e políticas de regulação de uso” (2004, p.18-19). Pode-se dizer que a chegada da rede mundial de computadores afetou diretamente a história da humanidade que se via inserida numa nova forma de se comunicar, “sem proprietários, aberta e livre” (BURKE e BRIGGS, 2006, p.302).

Segundo Ferrari, a nova tecnologia chegou para ficar e, “como fonte de informação, a Internet precisa levar em conta a existência de outras mídias” (2006, p.21-22). É a ideia de que o surgimento de uma nova tecnologia não implica na refutação às tecnologias

já existentes. “Ao se introduzirem novas mídias, as mais antigas não são abandonadas, mas ambas coexistem e interagem” (BURKE e BRIGGS, 2006, p. 15).

A situação que pode ser observada resulta da evolução dos meios de comunicação. Nenhum meio perde sua importância com a chegada do outro. O que ocorre é uma constante adaptação dos antigos em relação àqueles que surgem, para que não se tornem obsoletos e continuem atendendo à sociedade.

No século XX, a televisão precedeu o computador, do mesmo modo que a impressão gráfica antecedeu o motor a vapor, o rádio antecedeu a televisão e as estradas de ferro e os navios a vapor precederam os automóveis e aviões. (BURKE e BRIGGS, 2006, p.112).

A Internet abriu a possibilidade de abrigar o conteúdo dos jornais como forma de adaptação da notícia a um meio acelerado e instantâneo. Desta forma, este ambiente seria ideal para a veiculação das notícias. A rede passou então a ser a nova rodovia onde trafegavam informações e produtos que pudessem gerar lucro.

3.2 AS NOTÍCIAS CHEGAM À INTERNET

Para entender a chegada das notícias à rede mundial e as mudanças que isso acarretou no jornalismo, é necessário relembrar algumas invenções que tentavam ultrapassar as barreiras da distância e do tempo.

(...) as transformações nos sistemas de transporte e comunicações nos séculos XVIII e XIX possibilitaram uma experiência crescente de superar distâncias cada vez maiores a intervalos de tempo menores. A invenção de veículos e embarcações cada vez mais rápidos e a abertura de estradas tornaram possível uma maior velocidade e regularidade no transporte de pessoas e produtos, enquanto inovações técnicas como o telégrafo e o telefone fizeram com que sinais e, posteriormente, a voz humana pudessem ser transmitidos instantaneamente a longas distâncias. (FRANCISCATO, 2004, p.17-18)

Nascia assim, o culto ao presente e à simultaneidade. Para Stephen Kern (1983 apud FRANCISCATO, 2004, p.22), “a velocidade e a aceleração foram duas fascinações

sociais na passagem dos séculos XIX e XX”. A estrutura tecnológica desenvolvida nestes dois séculos – telégrafo, telefone, rádio e TV – apresentou uma possibilidade de superação da distância e, mais do que isso, a idéia de instantaneidade. Ainda segundo o autor, no que se refere à transmissão de conteúdos, as redes tornaram a experiência da instantaneidade algo comum, injetado no cotidiano social.

O jornalismo se viu então atraído por estes conceitos de tempo real e instantâneo. Além da possibilidade de produção contínua de notícias, já que as redes permitem maior velocidade no trajeto percorrido pelas informações.

Com isso, surge um novo modo de fazer jornalismo, um novo gênero: o jornalismo online ou webjornalismo ou jornalismo digital que consiste em todos os noticiários, sites e produtos que nasceram diretamente na Web. Trata-se da “disponibilização de informações jornalísticas em ambiente virtual, o ciberespaço, organizadas de forma hipertextual com potencial multimidiático e interativo” (PENA, 2005, P.176).

O significado de ciberespaço é explicado por Lucia Santaella :

(...) será considerado como todo e qualquer espaço informacional multidimensional que, depende da interação do usuário, permite a este o acesso, a manipulação, a transformação e o intercâmbio de seus fluxos codificados de informação. Assim sendo, o ciberespaço é o espaço que se abre quando o usuário conecta-se com a rede. (SANTAELLA, 2007, p.45)

A rede mundial passou a sediar a circulação de notícias.

“O primeiro site jornalístico brasileiro foi o do Jornal do Brasil, criado em maio de 1995, seguido pela versão eletrônica do jornal O Globo. Nesta mesma época, a Agência Estado, agência de notícias do Grupo Estado, também colocou na Internet sua página” (FERRARI, 2005, p.25).

A partir do início do ano 2000, é dada a largada para a corrida da informação, em que as atualizações são feitas a cada minuto e o leitor passa a colaborar das mais diversas formas. Neste universo dinâmico e ciberespacial, é potencializado o espaço para o internauta se expressar.

O usuário tem à sua disposição uma nova ferramenta para explorar, com espaços ilimitados e possibilidade interativa. As notícias não mais seriam lidas da maneira

convencional e tudo deveria ser adaptado a esta nova realidade. Para Elias Machado (2003), a expansão do processo de produção, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos nas redes indicavam o surgimento de um novo tipo de jornalismo formatado para o ciberespaço. Por isso, pode-se concluir que a Internet mudaria a estrutura das redações e a maneira de produzir notícia.

Os autores Alex Primo e Marcelo Träsel (2006) relatam que o webjornalismo implica na criação de conceitos atualizados, como por exemplo, o Gatewatching que, para eles, é característico deste novo gênero jornalístico e se opõe ao conhecido Gatekeeper. Os autores afirmam que no ambiente virtual “não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas” (2006, p.8). Além disso, complementam dizendo que o selecionador de notícias – Gatekeeper – dá lugar ao vigia – Gatewatching – já que “devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la” (2006, p.8).

O Jornalismo Digital, como nova modalidade jornalística, levou a criação de técnicas próprias de apuração. Por isso, autores como Elisabete Barbosa (2001), Eduardo Franciscato (2004), Alex Primo e Marcelo Träsel (2006) concluem que o jornalismo na internet passou por três fases.

A primeira consiste na utilização de conteúdo produzido pelo jornal impresso, rádio e TV pela Internet, mantendo os processos de produção tradicionais e a periodicidade de publicação dos veículos que originaram a informação.

Já a segunda corresponde à produção de conteúdo com características de online e com serviços exclusivos para serem usados na Internet, como por exemplo, o hipertexto, que será abordado com mais profundidade no próximo capítulo. É nesta fase que surgem os sites jornalísticos e a periodicidade da publicação passa a ser contínua, com diversas atualizações ao longo do dia.

Na última fase começaram a ser realizados projetos editoriais específicos e a hipertextualidade passou a ser aprofundada. Foram criadas as salas de bate-papo ou chats, fóruns e começou a ser usado o correio eletrônico. É neste momento que o internauta passou a ter a oportunidade de expor e discutir opinião.

3.3 UMA ANALOGIA ENTRE IMPRESSO E ONLINE

Com as novas ferramentas que eram gradativamente criadas, muita coisa mudou. Dentre as principais alterações está a relação jornalista/leitor, jornalista/fonte, estrutura das redações, método de produção das notícias, enfim, o jornalismo não seria mais o mesmo com a chegada da Internet.

Pollyana Ferrari (2006) conta que uma prática muito adotada nas redações brasileiras é o acúmulo de funções da redação do impresso, que passou a criar também um conteúdo exclusivo para Internet. No entanto, de acordo com Elias Machado, trabalhar no ciberespaço e utilizar a rede implica na utilização de novas ferramentas e, conseqüentemente, num treinamento do profissional do jornalismo para lidar com esta nova realidade.

O futuro dos projetos jornalísticos empreendidos no suporte digital, até o momento muito atrelados aos modelos dos meios clássicos, depende da adoção de técnicas de pesquisa e apuração adequadas ao jornalismo praticado nas redes telemáticas. (MACHADO, 2003,p.1)

Para o autor, há uma especificidade na apuração feita no ambiente do ciberespaço, por isso devem ser criadas técnicas próprias. Machado ainda defende que as origens do Jornalismo Digital estão no Precision Journalism ou Jornalismo de Precisão, conceito criado na década de 1970 que definia “um modelo de aplicação da tecnologia destinado a equipes especializadas para a elaboração de reportagens” (2003, p. 2).

O autor evidencia também que há dois tipos de uso das redes. O primeiro seria a aplicação do conceito de Jornalismo Assistido por Computador, em que as redes são usadas

como ferramenta para complementar o conteúdo já apurado pelos métodos tradicionais. O segundo tipo de uso seria em todas as etapas da produção da notícia que estariam circunscritas às fronteiras do ciberespaço.

Outra questão a ser destacada na realidade atual é a da convergência de mídias. Na Internet, as notícias devem ser elaboradas por meio de texto, áudio, fotos, vídeos e hipertexto. “Os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos” (FERRARI, 2006, p.39).

Ao comparar as rotinas de produção das diferentes mídias pode ser observado que impresso, televisão e Internet, exigem habilidades diferentes dos jornalistas específicas para cada meio.

Os repórteres de mídias impressas, por exemplo, privilegiam a informação: os de TV buscam cenas emocionantes, sons e imagens para serem transmitidos junto com o texto da notícia. Já os jornalistas on-line precisam sempre pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados. Isto é, procurar palavras para certas imagens, recursos de áudio e vídeo para frases, dados que poderão virar recursos interativos e assim por diante. (FERRARI, 2006, p.48)

Outro aspecto que marca a diferença entre o impresso e o online diz respeito à continuidade do fluxo de notícias. A necessidade de atualização do conteúdo nos sites jornalísticos provocou a criação de estratégias para que sempre se trabalhe com a novidade. O principal artifício aplicado é a fragmentação da notícia. Um mesmo fato, ao ser desdobrado, garante a novidade, já que apresenta aspectos novos do mesmo evento.

Por isso, Elisabete Barbosa (2001) já antecipava que a Internet modificaria muitas das práticas atuais nas redações. Nela, a informação pode ser apresentada de forma não-linear, por meio de links. A linearidade é característica dos impressos, além do rádio e da TV e, segundo Barbosa, faz com que o leitor, ouvinte ou telespectador siga uma ordem direta ao longo da absorção da mensagem.

Elias Machado chega a afirmar que nos meios convencionais, as redações são centralizadas, devido ao uso apenas de fontes oficiais. Já no ciberespaço a estrutura é descentralizada porque as fontes de informação são múltiplas.

Enquanto o sistema de cobertura setORIZADA dos meios convencionais, alicerçado numa estrutura de redação centralizada dividida em editorias reforça o vício do recurso às fontes oficiais, uma redação descentralizada que opera dentro de um projeto de afinidades temáticas estimula a diversificação das fontes. (MACHADO, 2002, p.8-9).

Na Internet, os usuários também atuam como fontes devido à facilidade de colher informações através das redes. Porém, ainda segundo o autor, isso exige uma responsabilidade dos internautas com as informações veiculadas para garantir a confiabilidade do que foi produzido.

A rede mundial de computadores é um novo ambiente de trabalho dos jornalistas. Suas peculiaridades expressam a necessidade de um novo modo de fazer jornalismo. Novos conceitos, novas regras e novas condutas. O profissional deve acompanhar as mudanças que vem acontecendo porque o leitor já mudou. Agora, ele é usuário.

4 SURGE UM NOVO LEITOR

Uma das principais características que o Jornalismo Online propicia é a interatividade. O leitor de Internet tem mais chance de atuar no conteúdo que o leitor de impresso. Esta possibilidade exigiu novos estudos e uma revisão das teorias tradicionais da comunicação. Se a leitura agora é mais participativa, se o receptor da mensagem passou a ser visto como usuário e se os caminhos da leitura não são mais os mesmos, é preciso entender o que aconteceu. Assim, saber como tudo foi conduzido para a situação que observamos recentemente.

4.1 O LEITOR SEGUE OUTROS CAMINHOS

Para chegar ao perfil de leitor que temos hoje, devem ser consideradas as mudanças que ocorreram nos processos de leitura até a atualidade. Para Lucia Santaella (2007), há três tipos de leitores e cada um com seu modelo cognitivo.

O primeiro é o leitor contemplativo, da era do livro impresso, que observa a imagem expositiva e fixa. Este surge no período do Renascimento e perdura até meados do século XIX. O segundo é o leitor do mundo em movimento, dos tempos de Revolução Industrial. Este nasce com a explosão do jornal, com o universo da fotografia e do cinema e que mantém suas características com o apogeu da televisão. Está inserido no mundo das imagens e mensagens visuais, se tornando um “leitor apressado de linguagens efêmeras, híbridas, misturadas” (2007, p.29). O terceiro tipo é o leitor do mundo virtual, que imerge nas diferentes possibilidades de leitura, já que a cada clique do mouse ou a “cada novo nó e nexo pode conter uma outra grande rede numa outra dimensão” (2007, p. 33). Ou seja, novo caminho pode ser traçado conforme o “clique” do mouse.

A estrutura descentralizada das redes de informação contidas no ciberespaço propiciam um novo modo de leitura. A partir do momento em que seu fluxo se abre para diversos caminhos, o ato de ler abandona a tradicional linearidade fornecida pelas outras mídias. “Os modelos lineares que separam pólos antagônicos (emissor e receptor) tampouco contribuem para o estudo dos intensos debates que emergem em fóruns ou mesmo nas janelas de comentários de blogs” (PRIMO, 2008, p.9).

Estes ambientes de fóruns, chats e blogs alteram o fluxo unidirecional da informação. “A tão conhecida fórmula emissor mensagem meio receptor acaba sendo atualizada no seguinte modelo: webdesigner site Internet usuário” (PRIMO, 2008, p.11) em que o usuário, no mundo da informática, é “aquele que faz uso de seus programas e equipamentos” (PRIMO, 2008, p. 11).

Pollyana Ferrari (2006) estabelece uma comparação ao dizer que “o leitor impresso não realiza nenhuma tarefa para chegar até o final da reportagem, enquanto o leitor online precisa clicar e escolher o que quer ler” (2006, p. 51). Esta autonomia confere um novo status para o usuário de Internet.

A descentralização das redes trouxe esta nova função para o receptor no ciberespaço. Ele agora tem o poder de interferir na notícia durante sua leitura. O usuário consegue traçar novos caminhos ou complementar a informação lida. Isso só é viabilizado por meio de algumas ferramentas que agora ele tem em mãos.

4.2 HIPERTEXTUALIDADE COMO FERRAMENTA

O ciberespaço é um ambiente que possui uma linguagem própria, chamada de hipermídia. Esta “mescla textos, imagens fixas e animadas, vídeos, sons, ruídos em um todo complexo” (SANTAELLA, 2007, p.48). Por isso a Internet é considerada um ambiente de

integração das mídias, nela estão contidos “todos os métodos de transmissão de informações baseadas em computadores, incluindo texto, imagens, vídeo, animação e som” (FERRARI, 2006, p.99).

Este ambiente de integração é viabilizado através dos hipertextos. Santaella explica que a hipermídia “permite a organização reticular dos fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais” (2007, p.48). Por isso, pode-se dizer que são os hipertextos que condicionam a não-linearidade inerente às redes.

Um bloco de diferentes informações interconectadas é um hipertexto, que, ao utilizar nós ou elos associativos (os chamados links), consegue moldar a rede hipertextual, permitindo que o leitor decida e avance sua leitura de modo que quiser, sem ser obrigado a seguir em ordem linear. (FERRARI, 2006, p.42)

Arquivos de reportagens já produzidas previamente são armazenados em blocos, os hipertextos. Estes permitem que o leitor defina sua própria trajetória de leitura. Conferindo assim, um diferencial em relação aos livros, ao jornal impresso, ao rádio e à televisão. Através de alguns cliques no mouse, o internauta escolhe qual notícia quer aprofundar, pode pular até o final da reportagem e depois voltar, sem prejudicar sua compreensão. O leitor de hipertextos dispõe de mais controle sobre o quê e quando ler, em comparação com o contexto do impresso.

O receptor de uma hipermídia ou usuário, como costuma ser chamado, coloca em ação mecanismos, ou melhor, habilidades de leitura muito distintas daquelas empregadas pelo leitor de um texto impresso como o livro. Por outro lado, são habilidades também distintas daquelas empregadas pelo receptor de imagens ou espectador de cinema, televisão. (SANTAELLA, 2007, p.11)

Portanto, um usuário acessa um portal, quer sentir-se único e interagir. “Essas mudanças (...) delineiam um novo padrão de informação e entretenimento de massa. É uma combinação da mídia antiga e da nova, que se complementam e ao mesmo tempo competem entre si” (FERRARI, 2006, p.38).

Pollyana Ferrari (2006, p.72) explicita que a nova mídia contém traços das outras preexistentes e reitera:

A grade de atualização das primeiras páginas dos portais assemelha-se muito às grades de programação da TV aberta. Na verdade, nos portais ocorre efetivamente o primeiro crossmedia entre o formato texto, que segue os padrões e estilos da mídia impressa, e as ofertas de vídeos, áudios e animações, que vêm da linguagem televisiva, seja no oferecimento das notícias ao longo do dia seja no formato, muito parecido com o show da TV.

Este novo suporte ao oferecer diversos caminhos de leitura, busca atingir o indivíduo e não o público em geral. Quando o leitor de Internet define seu próprio fluxo de recepção da informação, ele personaliza o conteúdo.

Ferrari defende que a mídia impressa “tem como objetivo falar com uma grande quantidade de pessoas” (2006, p.53), já a digital “consegue atingir o indivíduo digital – um único ser com suas preferências editoriais e vontades consumistas” (2006, p.53).

Esta valorização do indivíduo provém do caráter interativo da Internet. A hipertextualidade permite ao leitor interagir diretamente com a mídia participando do conteúdo informativo, seja no modo de ler, seja na possibilidade de interferir na mensagem que lhe foi transmitida.

4.3 A LEITURA PARTICIPATIVA

O jornalismo na Internet permite uma aproximação entre quem escreve e quem lê a notícia. Isso trouxe à tona um conceito que já existe há alguns anos, mas agora tem sido muito aplicado quando o assunto é comunicação mediada por computador: a Interatividade. Neste contexto, ele ganha outro tipo de interpretação.

No entanto, o conceito não pertence ou se aplica somente à mídia digital. Santaella (2007) define interatividade como “um processo pelo qual duas ou mais coisas produzem um efeito uma sobre a outra ao trabalharem juntas” (2007, p.154). Já Primo e Träsel (2006) defendem que “parte-se do princípio que tanto a leitura de um jornal impresso

quanto à audiência de um telejornal são processos interativos. Não se pode dizer que não haja interação, mesmo que não exista uma conversação entre produtores e público” (2006, p.9).

Segundo Lucia Santaella, a noção de interação já foi utilizada pela física, psicologia e sociologia. Na comunicação, “já estava presente em Bertold Brecht, no início dos anos 1930, quando, ao falar sobre o potencial do sistema radiofônico, este se referia à inserção democrática dos meios de comunicação com a participação direta dos cidadãos” (2007, p. 152). A autora complementa dizendo que “nos anos 1970, Hans M. Enzensberger (1979) pregava a superação dos meios de comunicação unidirecionais (rádio, jornal e televisão) em favor de um sistema de trocas, de conversação e feedback” (2007, p.152).

No entanto, Santaella destaca que a partir dos anos 1980, a palavra interatividade ficou banalizada ganhando vários sentidos, de acordo com a área em que era aplicada. Podemos constatar então que tal conceito é muito amplo e, por isso, precisa ser adequado ao que se estuda, no nosso caso o jornalismo on-line.

Santaella (2007) associa à ideia de interatividade o “feedback imediato” que este meio de comunicação pode obter a partir de seus usuários. Seria uma espécie de diálogo entre o jornalista e o internauta. A partir desta ação é que o conceito de interatividade começou a ser aplicado no jornalismo online. Com isso, é importante definirmos o isto significa. Primo (2008) detalha que a interatividade mútua corresponde não a uma expressão individual e sim a um processo de negociação entre os interagentes. É “durante os intercâmbios que os participantes da interação vão dando forma ao relacionamento” (2008, p.118). Diferentemente da interação reativa em que “um formato prévio guia as alterações possíveis” (2008, p.118).

Elisabete Barbosa afirma que a interatividade é uma das grandes vantagens do jornalismo online. Isso porque “o novo meio veio potenciar o contacto entre os jornais e jornalistas e os seus públicos” (2001, p.2). A autora complementa dizendo que “o contacto

com os jornalistas contribuirá para a fidelização do público, o objectivo máximo de qualquer empresa de comunicação social” (2001, p.6).

No caso do jornalismo online, a interatividade ganha uma nova interpretação e, segundo Felipe Pena (2005), se divide em dois tipos: interatividade reativa e interatividade mútua.

A interação reativa ocorre “nos noticiários online fechados à intervenção, o internauta não pode transformar o conteúdo, deixar suas marcas. É um processo interativo, mas cujas trocas encontram-se pré-determinadas no par ação-reação” (PRIMO E TRÄSEL, 2006, p.9). Um exemplo seriam as enquetes feitas nos sites, nas quais o público participa deixando sua opinião.

Já na interação mútua, “o relacionamento desenvolvido entre os interagentes têm um impacto recursivo sobre a interação, seus participantes e produtos” (PRIMO E TRÄSEL, 2006, p.9). Isso porque há uma “ampla e irrestrita redação e edição por parte de qualquer pessoa com acesso à rede” (2006, p.9). É o que ocorre em portais de notícia que permitem ou até dependem daqueles que colaboram na construção do seu conteúdo.

Não só os envolvidos interagem como qualquer pessoa que queira participar da discussão sobre um fato noticiado. “Os leitores já não são apenas espectadores, mas também participantes no processo de formação de notícias, o que poderá reforçar a capacidade de intervenção de alguns cidadãos” (BARBOSA, 2001, p.6). Quando o internauta comenta uma notícia, a participação se viabiliza e enriquece o conteúdo do site já que ela é complementada com a opinião do leitor valorizando desta forma, o que foi noticiado.

Enquanto no jornalismo convencional, muitas vezes, a notícia consiste na própria declaração, o jornalismo nas redes possibilita que a declaração seja um dos elementos que reforça a credibilidade da notícia, quando permite aos envolvidos o direito de expressar comentários sobre o caso. (MACHADO, 2002, p.8)

O que tem ocorrido no jornalismo online é um aumento no nível de interação e, conseqüente participação do leitor na construção das notícias. Primo e Träsel (2006) citam a

expressão “webjornalismo participativo” como uma vertente do jornalismo online. Nele, “o interagente é integrado ao processo de produção da notícia como nunca antes. Alguns sites noticiosos, inclusive, podem depender totalmente da intervenção dos internautas” (PRIMO E TRÄSEL, 2006 p10). Os autores complementam, ao definir webjornalismo participativo como “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (2006, p.10).

Desta forma, o usuário não somente atua como receptor, mas assume também a função de produtor de conteúdo. A tendência é de que cada vez mais o cidadão comum, usuário de Internet tenha acesso aos fatos e queira divulgá-los na rede mundial. Hoje é fácil encontrar alguém com uma câmera fotográfica na mão ou um aparelho celular que consiga gravar áudio e vídeo com qualidade em diversas situações.

O programa Entre Aspas, do canal Globo News, exibido no dia 8 de abril de 2010, apresentado pela jornalista Mônica Waldvogel, mostrou que as enchentes que ocorreram no Rio de Janeiro no início do mesmo mês, motivaram uma participação recordista dos leitores. Estes, com seus celulares e câmeras digitais, conseguiram flagrar momentos que muitos repórteres não presenciaram, colaborando com o conteúdo informativo do portal G1. O programa contou com a presença do professor da Universidade Federal de Pernambuco, Sílvio Meira, do professor de Comunicação da Universidade de São Paulo, Sérgio Bairon, e do editor da página principal do portal de notícias G1, da Rede Globo, David Butter.

O editor do portal afirmou que o veículo “nunca tinha tido uma experiência de tanto impulso externo chegando ao mesmo tempo, de diferentes tipos”. Ele ainda afirmou que o site colocou no ar mais de trezentos conteúdos produzidos pelos internautas.

Para Sérgio Bairon (2010), a chegada de tecnologias como celulares, câmeras digitais e sites de relacionamento, abriu precedentes para um processo de aprendizado das

peessoas para a manipulação destes itens e publicação na web. Como se fosse um treinamento até chegar ao que se pode ver hoje. Para o professor, há uma preocupação de registrar e narrar o fato que será veiculado pela internet. David Butter (2010) afirma que muito do que é enviado pelos internautas possuem qualidade suficiente para serem totalmente publicáveis.

Sérgio Bairon (2010) destaca a Teoria da Espuma, criada pelo filósofo alemão Peter Sloterdijk, que tenta entender o mundo partindo da metáfora de uma bolha que começa sozinha e se junta a outras bolhas, em um movimento espumoso. Mas a espuma que forma é rala, fácil de desmanchar no ar, como a comunicação interativa que também é efêmera. Sílvio Meira completa que o fluxo de informações na internet é intenso e fluido, o que faz com que muitos acontecimentos ainda recentes, sejam esquecidos como, por exemplo, as enchentes de São Paulo e o terremoto no Haiti.

Portanto, o que ocorre é uma junção da fluidez temporária das notícias com a habilidade conferida aos internautas de participar a todo instante. Os portais de notícias têm atendido a esta demanda e aberto este espaço.

Neste trabalho, será analisado o portal do jornal **O Globo**, que traz uma gama de possibilidades para que o usuário se manifeste. O impresso, que até pouco tempo só permitia a participação através de cartas, ampliou o espaço destinado às produções dos leitores em uma clara influência do ambiente virtual. Já a versão online, tem buscado se aprimorar a cada dia com inovações que motivam o internauta a expor seu ponto de vista, comentar, sugerir, criticar, corrigir e publicar conteúdo de produção própria.

5 O GLOBO: MUITO ALÉM DO PAPEL DE UM JORNAL

O jornal **O Globo** foi escolhido como foco de análise devido ao seu histórico, tradição e evolução em sua estrutura. Serão contrapostos os conteúdos do jornal **O Globo** impresso e online, num período que se confere entre os dias 5 e 18 de maio de 2010. Foram colhidas quatro matérias publicadas na edição do dia 5 de maio do impresso, quatorze publicadas na versão online. Também foram analisadas cinco matérias produzidas pelos internautas e publicadas no **Globo Online**. Para completar o objetivo do presente trabalho, foram transcritos quatro comentários enviados pelos leitores do impresso e publicados nas edições dos dias 5 e 15 de maio de 2010 e três comentários enviados por internautas e publicados no **Globo Online** e publicados nos dias 15 e 18 de maio do mesmo ano.

O impresso e o site são publicados pela Infoglobo Comunicação e Participações S.A.. O jornal surgiu em 1925, no Rio de Janeiro e está entre os três jornais de maior circulação no país (SOBRE A INFOGLOBO, 2009).

Em 1996, **O Globo** ganhou sua versão online que inicialmente trazia a idéia de atender os leitores com informações em tempo real. Ao completar dez anos, o site buscou renovações, sempre no intuito de acompanhar as novas tendências e constantes demandas que tangenciam a era da Internet. Entre as mudanças, “renovou o seu site mudando o seu layout, investindo em mais multimídia, jornalismo participativo e com a criação de uma editoria dedicada exclusivamente à publicação de material enviado pelos leitores“ (SOBRE A INFOGLOBO, 2009).

Em sequência das inovações, em 2009 a marca **O Globo** lançou a campanha “O Globo: Muito além do papel de um jornal” para reiterar o conceito de veículo multiplataforma, destacando seus novos suportes e ambientes de publicação. Foram publicadas matérias no **Globo Online** e um vídeo de divulgação (VEJA O FILME..., 2008)

que detalham o objetivo deste slogan. O novo conceito “posiciona a marca como sinônimo de informação confiável, independentemente do meio onde é veiculada” (SOBRE A INFOGLOBO, 2009). O site também afirma que “a novidade reforçou a postura inovadora do jornal, que vem se mantendo pioneiro no lançamento de publicações em dispositivos digitais” (SOBRE A INFOGLOBO, 2009).

Um exemplo disso é que **O Globo** atualmente está disponível na chamada versão *Kindle*, um aparelho para leitura dos *e-books*, os livros digitais.

Com a mesma credibilidade e público alvo qualificado do jornal O Globo, merece destaque também o desempenho do site do Globo. Além de apresentar a versão digital do jornal O Globo, o site oferece aos seus leitores informação em tempo real dos fatos mais importantes do dia, no Brasil e no mundo. (SOBRE A INFOGLOBO, 2009)

Fica claro então que a marca procurou levar para o site a credibilidade já conquistada pelo jornal impresso. Também, buscou manter seu público do impresso, porém na constante busca de conquistar novos leitores, como os internautas que procuram por notícias em tempo real.

A tendência da marca **O Globo** é de ter uma equipe única, trabalhando tanto para o impresso, quanto para o site, o que resultaria em um trabalho integrado. Apesar disso ainda não ocorrer, de certa forma já pode ser verificado na leitura dos dois produtos. No primeiro, podem ser encontradas pequenas tarjas que convidam o leitor à navegação no site. Esta ferramenta funciona como um complemento do conteúdo encontrado no impresso, já que na Internet o espaço à publicação é ilimitado. Ao final de algumas matérias, onde há um pequeno quadro escrito “O Globo Na Internet” que indica o que pode ser encontrado no site para complementar a matéria lida. Outro indício de conexão entre os dois produtos é que ao longo do jornal, são exibidas propagandas do site e, atualmente, o leitor pode encontrar trechos de uma sessão oriunda do **Globo Online**: a Eu-repórter.

Por exemplo, numa matéria sobre as metas da prefeitura do Rio de Janeiro até 2012, são destacadas apenas algumas delas, porém, no final o leitor encontra “O Globo na

Internet. Confira todas as 46 metas da prefeitura.o globo.com.br/rio” (DAFLON, 2010, p.15). É um aproveitamento de um espaço que o impresso não disponibiliza. Ainda sobre o complemento à notícia, na seção Opinião, vários especialistas comentam determinados assuntos. Porém, no fim consta “O Globo na Internet. Opinião. Leia mais artigos. o globo.com.br/opiniao” (DAFLON, 2010, p.15).

Em uma das edições de **O Globo** impresso, há uma matéria com o título “Autoretrato do artista desolado” que critica um dos álbuns do cantor, pianista e compositor Rufus Wainwright. Logo no fim, uma pequena tarja anuncia “O Globo na Internet. Áudio. Ouça “The Dream”, com Rufus Wainwright. oglobo.com.br/cultura” (DUARTE, 2010, p.1). Uma complementação em áudio que enriquece a crítica feita, permitindo que o leitor tenha também um ponto de vista próprio e se situe melhor sobre o que foi descrito. Sobretudo, o ambiente virtual permite a utilização de outros sentidos como a percepção sonora agregada a um texto escrita.

Outro exemplo é a reportagem sobre o nadador César Cielo que fala sobre seu desempenho em uma competição. Ao terminar a leitura há um quadro escrito “oglobo.com.br/esportes. Fotogaleria. Veja imagens marcantes da carreira de César Cielo” (KNOPLCH, 2010, p.7). Neste caso, as imagens poderão atuar inteirando o leitor sobre a importância do nadador no esporte brasileiro.

Portanto, o leitor poderá encontrar na versão online, em sua maioria, a matéria na íntegra, ou seu desdobramento, mais artigos, arquivos em áudio, informações complementares, galeria de imagens e até mesmo vídeos. Tudo referente às matérias lidas no impresso.

No ambiente digital, o leitor também é conduzido ao jornal. Isso pode ser feito por meio de anúncios sobre novidades ou conteúdos exclusivos da versão impressa. No meio da página principal do Globo na Internet, há um quadro que apresenta o título “Leia hoje no

Globo”, com a imagem do jornal impresso ao lado, indicando algumas seções que o leitor poderá encontrar naquele dia da semana que ele acessou o portal. Na editoria Viagem (BOA VIAGEM, 2010), por exemplo, o internauta pode encontrar no canto esquerdo o anúncio “Edição da Semana. Para assinantes. Leia o caderno Boa Viagem”, acompanhado de uma ilustração do impresso.

Na notícia publicada no Globo Online sobre as Unidades de Polícia Pacificadora das favelas do Rio de Janeiro (PROGRAMA..., 2010), o leitor é convidado a ler a reportagem que saiu na versão impressa no mesmo dia, complementando algumas informações que foram apenas citadas no site.

Outro exemplo é a notícia sobre a Pesquisa da corrida eleitoral do Instituto Vox Populi sobre as eleições (VOX..., 2010). O Online anuncia que na edição do dia seguinte o leitor poderia ler a reportagem na íntegra, porém na versão impressa.

Então, da mesma forma que o Online convida à leitura do impresso, este atrai o leitor à visitar o Online e usufruir das possibilidades diferentes de receber a notícia. Cada veículo produz a informação dentro de suas limitações. O Online por algumas vezes não publica o a matéria na íntegra já que ele tem a urgência da atualização constante e da notícia em tempo real. Por isso, fica o convite para a leitura do impresso, que por sua vez tenta aprofundar a nota publicada no site.

O repórter da editoria de interatividade do **Globo Online**, César Baima, conta que uma mesma equipe produz matérias para diversos suportes. A integração no processo produtivo de notícias é a tendência desta empresa. Inclusive, na edição do dia 5 de maio de 2010, o jornal exibiu no quadro *Por Dentro do Globo* (2010), uma matéria sobre o NewsGate, a nova ferramenta que possibilitará a produção simultânea de conteúdo para todas as versões do jornal **O Globo**: impresso, site, celular e redes sociais. Segundo o jornal, esta ferramenta será empregada no primeiro semestre de 2011 e “vai garantir agilidade às rotinas de trabalho

da Redação”. Além disso, “O NewsGate vai unificar a produção de todo o conteúdo do **Globo**, que atualmente depende de vários sistemas diferentes para o impresso e a Internet.” (POR DENTRO DO GLOBO, 2010).

Isso reitera a questão de que há uma ponte que liga um produto ao outro, tanto durante a produção da notícia, como na leitura. Convidar o leitor do impresso a navegar no site e recomendar ao internauta a aquisição do jornal para ler uma determinada matéria mostra a consistência desta integração.

5.1 O GLOBO NO PAPEL

O jornal possui atualmente quase um milhão e meio de leitores, com tiragem de 237.766 exemplares nos dias úteis e 327.502 exemplares aos domingos (DETALHES..., 2009a). De segunda a sábado, o jornal pode ser adquirido na banca por R\$2 e aos domingos, por R\$4.

O Globo impresso é um jornal diário, no qual determinadas seções são específicas de alguns dias da semana. Sua divisão compreende: cadernos semanais e editorias diárias, que dividem o conteúdo do jornal de acordo com o assunto e público-alvo, além dos Jornais de Bairro, que trazem notícias direcionadas a uma comunidade específica.

O Segundo Caderno e o Caderno de Esportes estão presentes todos os dias. O primeiro traz informações culturais e o segundo busca trazer novidades do mundo esportivo. A Revista Digital está presente somente nas edições das segundas-feiras e trata de assuntos ligados à informática. Já o caderno Megazine aparece nas terças-feiras e é destinado ao público jovem. Às quartas-feiras, o caderno Carro Etc. trata do mundo automobilístico e às quintas o Boa Viagem dá dicas de viagem e turismo. O Caderno Rio Show sai às sextas-feiras para trazer roteiros culturais de lazer para o final de semana. Aos sábados, o jornal traz as

seções Prosa & Verso, com novidades da literatura, o Caderno ELA, com as últimas tendências da moda e a seção Globinho, com entretenimento para o público infantil. Exclusivamente aos domingos, o jornal apresenta as seções Boa Chance, que informa sobre o mercado de trabalho, a Revista da TV, com a programação dos canais de TV e entrevistas com artistas, o Morar Bem, com dicas sobre o mercado imobiliário e a Revista O GLOBO, com informações sobre diversas áreas, atendendo a um público variado. Estas são as seções que são exclusivas de determinados dias da semana.

No entanto, há as Editorias Diárias que trazem informação e colunas escritas por especialistas nas respectivas áreas. As editorias são: Ciência, Economia, Esporte, O Mundo, O País, Opinião e Rio.

O Globo impresso também traz os seguintes jornais de bairro: Baixada, Barra, Guia do Centro, Ilha, Niterói, Serra, Tijuca, Zona Norte, Zona Oeste e Zona Sul. Cada um deles traz notícias locais e são publicados em dias da semana específicos.

5.2 O GLOBO NA INTERNET

Atualmente, segundo a Infoglobo (DETALHES..., 2009b), o site possui mais de 2,5 milhões de usuários cadastrados e recebe, em média, 350 mil visitantes únicos por dia. No topo da página principal do site podem ser encontradas as seções Capa, Cidades, Ciência, Colunistas, Cultura, Economia, Educação, Esportes, Eu-Repórter, Guias e Serviços, Meu Globo, Multimídia, Mundo, Opinião, País, Plantão, Rio, Rio Show, Saúde, Tecnologia, Viagem.

Algumas destas seções são subdivididas. Tanto elas como algumas subdivisões podem coincidir com as editorias e cadernos do impresso. Por exemplo, os cadernos Boa

Chance e Morar Bem são um dos que também aparecem na versão online. Assim como diversas seções criadas no impresso ganharam espaço na internet.

O espaço virtual permite outras possibilidades de publicação. Com isso, o online apresenta diversos blogs nos quais jornalistas, escritores e especialistas em diversas áreas podem escrever sobre assuntos específicos dando opinião e abrindo espaço às opiniões dos leitores.

Assim, quando o jornal **O Globo** passou a ser também publicado na Internet, foi aberta uma maior possibilidade de participação do leitor. Não só com a idéia dos blogs, como em diversos outros setores do site, como será aprofundado a seguir. Já no impresso, o leitor é limitado a se expressar somente através de cartas e e-mails. A interatividade como característica do ciberespaço trouxe o leitor para a construção do jornal e o aproximou mais da notícia e daqueles que a produzem, foi esta característica que motivou o presente trabalho.

5.3 A PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NO GLOBO IMPRESSO

A participação do leitor no jornal **O Globo** começou através do envio de cartas à redação para serem publicadas na seção *Cartas dos Leitores*. As cartas traziam críticas aos acontecimentos e até mesmo às notícias veiculadas pelo **O Globo**, além de sugestões e comentários dos leitores. Hoje, o espaço do leitor aparece na seção de Opinião, que também traz artigos de colunistas conhecidos. Este espaço se chama *Dos Leitores*, com o subtítulo “Pelo e-mail, pelo site do GLOBO, por celular e por carta, este é um espaço aberto para a expressão do leitor”. Esta descrição já mostra a evolução do impresso em relativo à liberdade de expressão daquele que lê a notícia e a influência da versão online do jornal.

No canto inferior direito da seção *Dos Leitores*, há sempre um pequeno quadro com a seguinte explicação:

O GLOBO acolhe opiniões sobre todos os temas. Reserva-se, no entanto, o direito de rejeitar acusações insultuosas ou desacompanhadas de documentação. Também não serão publicados elogios ou agradecimentos pessoais. Devido às limitações de espaço, será feita uma seleção das cartas e quando não forem suficientemente concisas, serão publicados os trechos mais relevantes.

Neste mesmo quadro há o endereço para onde as cartas devem ser enviadas, o número do fax e o e-mail onde os leitores podem se manifestar, sempre contendo os dados de quem enviou para que ele seja identificado no jornal. Este quadro funciona como informante das normas de publicação do que é proveniente dos leitores.

Entre as opiniões enviadas, um leitor reclama dos sinais de trânsito nas ruas do Rio de Janeiro, sugerindo que todos tenham temporizadores ao invés do sinal amarelo. Ele diz em um trecho: “Qual será o objetivo da prefeitura ao manter a ‘piscadinha amarela’ nos sinais?” (COELHO, 2010, p.8).

Outro leitor reclama das obras nos estádios de futebol em virtude da Copa de 2014. Ele diz que o atraso das obras é uma brecha para a corrupção. Ele ainda enfatiza: “É assim com as obras públicas e para essa copa não vai ser diferente” (KHAIR, 2010, p.8).

Um comentário interessante foi enviado pelo Ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, sobre uma reportagem publicada pelo jornal. Ele criticou a reportagem que dizia que o Ministro agiu como porta-voz para explicar o discurso do presidente iraniano, e acrescentou que o jornal **O Globo** foi o único que o designou desta forma, por isso, trata-se de um jornalismo “tendencioso que indispõe da objetividade” (AMORIM, 2010, p.8).

Sempre que alguém critica diretamente uma reportagem publicada, o jornal responde através de uma Nota da Redação logo em seguida da crítica. Sobre este caso, **O Globo** respondeu que considerou mais importantes as explicações dadas pelo Ministro e por isso o definiu como porta-voz.

Outra edição do jornal aparecia com uma crítica feita pelo Secretário de Comunicação Social de Sergipe, Carlos Cauê, sobre uma reportagem que denunciava o desvio de verbas em diversas cidades do país, incluindo Sergipe. O Secretário (CAUÊ, 2010, p.8)

argumentou defendendo a prefeitura de Sergipe e **O Globo** respondeu em nota que os dados divulgados na matéria são oficiais do Ministério da Educação.

Isso mostra que esta seção busca dar voz tanto para os leitores como qualquer pessoa que se sinta ofendida ou afetada de alguma forma pelas matérias publicadas, independentemente de serem fontes oficiais ou não, o espaço é para todos.

Ainda nesta seção, há um quadro com o título de “No site e no celular”, que mostra os comentários das notícias do **Globo Online** e os comentários dos seguidores do jornal no Twitter. Também apresenta um trecho da *Eu-repórter* do **Globo Online**, com notícias feitas pelos próprios internautas. A seção também informa quais são as matérias mais enviadas e mais comentadas pelos leitores do site e do celular.

Isso demonstra a influência que a criação da versão online teve sobre o jornalismo em sua relação com o leitor. O fato da seção *Cartas dos Leitores* ter seu nome alterado e, não somente isso, seu layout redefinido, mostra como a mudança na relação com o leitor afetou a versão impressa do jornal. A atual *Dos Leitores* está mais valorizada, colorida e com outras possibilidades do leitor se manifestar.

5.4 A PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NO GLOBO ONLINE

Na versão online do jornal O Globo, a participação do leitor foi ampliada devido às possibilidades que o ambiente virtual permite. Ao acessar o link Ajuda, o internauta pode descobrir como pode participar do jornal. Neste setor, o próprio jornal responde questões a fim de esclarecer as dúvidas dos leitores.

Na pergunta, “Como faço para enviar uma opinião para O GLOBO na internet?”, o site explica que “Você tem várias formas de enviar e ver publicada sua opinião seja em forma de artigo, crítica, comentário ou mesmo correção a alguma de nossas notícias”

(AJUDA, 2010). Em seguida, ele detalha as ferramentas que o internauta pode utilizar para se manifestar: Comente, Corrija e E-mails.

5.4.1 O poder nas mãos do internauta: Comente, Corrija e E-mails

O Comente, pode ser encontrado em cada notícia publicada no site. Com esta ferramenta, o leitor/internauta pode enviar sua opinião. Segundo o repórter César Baima, os comentários são publicados automaticamente, porém há filtros que conseguem detectar a presença de palavras ofensivas ou chulas, que atuam na rejeição destes comentários. Caso os filtros não funcionem, o repórter explica que há os moderadores, que são pessoas designadas para analisar os comentários que não foram bloqueados. Os moderadores também contam com os próprios leitores que podem denunciar os conteúdos ofensivos. Ao fim de cada comentário publicado há um link escrito “Este comentário é ofensivo ou inapropriado? Denuncie aqui”.

Não diferentemente da versão impressa, o site também tem suas Normas para Publicação que é exibida quando o leitor deseja enviar seu comentário a uma matéria.

Acusações insultuosas ou desacompanhadas de documentação, mensagens com palavrões, propaganda político-eleitoral, anúncios e comentários que estejam em desacordo com o tema da notícia ou reportagem em discussão serão despublicados e seus autores poderão ter o envio de novos comentários ao site do Globo permanentemente bloqueado. (EU-REPÓRTER, 2010)

Esta informação é dada assim que o internauta envia seu comentário à uma notícia. Ao fim desta explicação há a frase: “Os comentários publicados não expressam a opinião do site do Globo” (EU-REPÓRTER, 2010).

Na matéria que fala do grande número de crianças de até seis anos que vivem com as mães em presídios brasileiros. Uma internauta comentou “Esterilização automática. É isso mesmo.” (SILVA, 2010).

Já na notícia sobre a não convocação do atacante Adriano à Seleção Brasileira para competir a Copa do Mundo este ano, um internauta criticou: “Não passa da 1ª fase...” (FERREIRA, 2010).

Na matéria sobre a morte de duas mulheres que se submeteram aos exames de endoscopia, muitos comentaram sobre um dos medicamentos usados que está sob suspeita de ter causado a tragédia. Já um dos internautas (NECON, 2010) definiu o crime como doloso e disse que os culpados devem ser prontamente punidos.

A ferramenta Comente, portanto, resulta na criação de debates entre os internautas que passam a opinar sobre o que já foi comentado, provocar e responder provocações. É uma nova metodologia de discussão.

Já a ferramenta Corrija permite que qualquer matéria publicada no site possa ser corrigida pelo leitor. As correções também são analisadas para que o texto possa por fim ser alterado. O crédito da correção é dado ao leitor que a enviou.

A terceira ferramenta corresponde aos e-mails que podem ser enviados à editoria de Opinião do Globo Online. O site explica também que:

Nesta nova seção (www.oglobo.com.br/opiniao), que concentra todas as opiniões publicadas no site - artigos, pesquisas, comentários, blogs etc - há um link para que você envie por email um artigo de sua própria autoria para o site. O texto será analisado pela equipe de editores de Opinião do GLOBO e poderá ou não ser publicado. (AJUDA, 2010)

A seção de Opinião do site apresenta o subtítulo “Aqui você diz o que pensa e reflete sobre o cotidiano” (OPINIÃO, 2010) com artigos que foram enviados por e-mail. Esta ferramenta, portanto, podem assumir a função de enviar textos mais elaborados pelos internautas que passarão pela vistoria dos moderadores, assim como aqueles enviados pelas ferramentas Corrija e Comente.

Um exemplo de artigo enviado por e-mail é a matéria enviada pelo engenheiro Augusto Rezende Antoun (2010) com o título “Reflexões sobre o desastre petrolífero no

Golfo do México” que relata suas impressões sobre impacto que o derramamento de óleo causou no meio ambiente. Tal artigo também recebeu comentários de outros internautas.

5.4.2 Eu-Repórter: O webjornalismo colaborativo

Ainda no link Ajuda que está ao final das páginas do Globo Online, o jornal responde a questão “Como faço para enviar uma notícia para o site O GLOBO?”. A resposta indica o novo serviço de captação de notícias chamado Eu-repórter. Esta seção está situada na página www.oglobo.com.br/participe e foi criada em 2006, partindo da ideia de reconfiguração do site que objetivava buscar uma maior participação do leitor. O próprio setor de Ajuda do site explica que:

Através desse serviço, você pode enviar textos, áudios e vídeos informativos sobre fatos que você tenha testemunhado ou tomado conhecimento. Todas as informações relevantes serão checadas por nossa equipe e, se confirmada a veracidade, serão publicadas no site O GLOBO com o crédito para o leitor que a enviou. Para participar do Eu-Repórter, você precisa concordar com nosso termo de cessão de direitos autorais e respeitar algumas regras de participação que estão expostas na página PARTICIPE (www.oglobo.com.br/participe). (EU-REPÓRTER, 2010)

Ao lado do título da seção Eu-repórter, há a frase “Aqui você faz a notícia” e logo depois aparece escrito que “O Eu-Repórter é a seção de jornalismo participativo do Globo. Aqui, os leitores são repórteres” (EU-REPÓRTER, 2010). Nela estão as opções de serem enviadas notícias, fotos, vídeos ou álbuns. Isso mostra que esta parte do jornal é exclusivamente construída pelo leitor.

Um exemplo de participação na seção Eu-repórter está na notícia enviada pelo internauta Wesley Soares Cardozo (2010) junto com uma foto denunciando um carro da prefeitura que estacionou em local proibido. Ele escreveu uma nota criticando o que ele descreveu como “mau exemplo” do órgão público e divulgou uma foto de própria autoria.

O internauta Rodrigo Viana e Silva (2010) conseguiu flagrar um carro que teve sua roda dianteira “engolida”, segundo ele, por um enorme buraco. Ele escreveu a notícia e enviou fotos da situação.

Há pessoas que não escrevem nada e só mandam fotos ou vídeos. Como o registro da ressaca do mar no Rio de Janeiro enviado pelo leitor Marcus Schaefer (2010).

Há matérias que são elaboradas por apenas um internauta e há outras que são registradas por vários. Um exemplo foram os quinze minutos de fogos em plena madrugada no Morro da Urca, no Rio de Janeiro, que assustou os moradores. Alguns acordaram pensando que se tratava de um tiroteio quando na verdade era uma festa promovida pela companhia aérea TAM. Duas leitoras (QUEIMA..., 2010) enviaram relatos escritos e vídeos, e dois leitores enviaram apenas textos.

Também há notícias que o próprio jornal escreve e complementa com o material produzido pelo leitor. Sempre citando o nome de quem enviou, como uma medida de incentivo ao jornalismo colaborativo valorizando a figura do internauta.

5.4.3 Dois Gritando: um espaço para debates e sugestões

Um link que merece destaque está localizado na página principal do **Globo Online** com o título “Nós e você. Já são dois gritando. Clique e participe.” (DOIS GRITANDO, 2010). Ao clicar, o internauta é conduzido a um outro site chamado Dois Gritando, que pertence à O Globo. O texto de abertura vem com os seguintes dizeres:

Todos os dias, O GLOBO recebe e publica dezenas de reportagens alimentadas por denúncias, críticas, notícias e propostas feitas por você, leitor, para a melhoria da qualidade de vida de todos nós.

Esta página que você visita agora é mais um caminho para você participar, um fórum de debates dinâmico, feito para você sugerir, opinar, denunciar e interagir ainda mais com O GLOBO e com outros leitores sobre os assuntos que mais lhe interessam e preocupam. (DOIS GRITANDO, 2010)

O *Dois Gritando* é, portanto, uma extensão da participação do leitor que usa os fóruns como ferramenta principal de articulação. Além disso, em seguida há uma tabela com temas de discussão que são sugeridos pelos internautas. São estes temas que direcionam a produção do O Globo para saber que tipo de notícia desperta o interesse dos leitores.

Neste site está localizado um link e um quadro que exhibe parte da seção *Eu-repórter*. Isso define o que têm em comum esta seção e o *Dois Gritando*: a participação do internauta. É um conglomerado de opiniões, críticas, sugestões e debates inerentes ao *Dois Gritando*, juntamente com as fotos, vídeos e notícias dos próprios leitores publicados no *Eu-repórter*.

A reformulação do **Globo Online** em 2006 com a idéia de aumentar a interatividade e o conseqüente investimento na criação de ferramentas, seções e sites anexos ao portal, evidencia a importância do webjornalismo participativo. Além disso, nos leva a refletir sobre as diferentes formas e espaços de manifestação do internauta num espaço com tão poucas restrições ou formas censura.

A liberdade de expressão já foi defendida como um direito na Declaração Universal dos Direitos Humanos e consta no artigo 5º da Constituição Brasileira, criado em 1988. O impasse está em quando começa o dever de um indivíduo e começa o direito do outro. O excesso de liberdade muitas vezes leva ao desrespeito e quando ela é discutida já começa o temor por uma nova censura. Muitas nações já estão calejadas por um governo ditatorial do passado - no caso da Coréia do Norte e outros países, ainda presente – o que gera um medo de que a era das restrições e do silêncio retorne. Porém, as normas de uso, os moderadores e filtros do site não atuam como censores e sim, como ferramentas que garantam que a ordem e o respeito sejam mantidos, sem reprimir ninguém.

A interatividade do ciberespaço criou bases para o jornalismo colaborativo na Internet ou o webjornalismo participativo. O site do jornal **O Globo** tem procurado investir

nesta modalidade e desta forma vem conquistando estes novos leitores que não querem mais a passividade da recepção do conteúdo e sim, serem valorizados atuando sobre qualquer tipo de informação que recebem.

6 CONCLUSÃO

A construção do presente trabalho foi motivada pelas inovações que o jornalismo tem sofrido constantemente. Se cada fase foi explicada por uma teoria, pressupõe-se que a atual também deve ser estudada.

A Internet trouxe consigo os ingredientes necessários para revolucionar a comunicação: a velocidade, a atualidade e a convergência. A velocidade de transmitir informação tão almejada desde a época do Mercantilismo; a atualidade que logo ganhou o nome de tempo-real resultando numa produção constante e acelerada; e, como se não fosse o bastante, reuniu tudo o que as outras mídias conseguem fazer acrescentando uma boa dose de interatividade. Tudo feito dentro de um recipiente que foi essencial para tornar esta revolução possível: a rede.

A rede é o caminho por onde toda a informação circula. A grande questão é a sua característica de ser completamente difusa. Todos podem ser produtores e receptores de conteúdo. Acabou a hierarquia da informação. Não prepondera mais o estilo comunicacional “um-todos”. A rede criou o “todos-todos”, que pelo visto chegou para ficar.

Desta forma, os modelos tradicionais de comunicação entendido por emissor ⇒ mensagem ⇒ meio ⇒ receptor, por sua linearidade, não explicam mais a situação vigente. Hoje, a pessoa que recebe é capaz de buscar, criar e emitir a informação. É notória a necessidade de resgatar os estudos das teorias de comunicação para perceber que eles servem para entender o passado e como tudo chegou ao que temos agora. As teorias anteriores são importantes principalmente para a construção de novos estudos, capazes de embasar as práticas jornalísticas atuais.

As mudanças inerentes à comunicação não-linear se devem à utilização das ferramentas de hipertexto, que possibilitou que o leitor passasse a ser conhecido como usuário. Ele clica no mouse e é transportado para outro lugar na imensidão de espaço da rede mundial. A interatividade passou a imperar neste ambiente e as empresas de notícias souberam usar isso em benefício próprio. Acreditamos que um dos grandes desafios destas organizações é manter o usuário em seu portal, já que ele facilmente pode migrar para outro endereço e deixa assim de usufruir somente de seus produtos. Com isso, a interatividade passou a ser o instrumento para tornar possível a fidelidade do leitor de notícias na Internet. As empresas produzem e colocam nas mãos dos internautas a ferramentas necessárias para que possa haver a interatividade que atingiu seu ápice no universo virtual.

Para que as notícias sejam produzidas no formato suscetível a promover esta viagem do usuário através das notícias, as redações tiveram de sofrer adaptações. Afinal, se o modo de publicação de notícias não é o mesmo, o trabalho de produção também não pode ser. Por isso já existem muitos autores que discutem e apóiam a necessidade de uma adaptação nas redações.

Não é só isso que integra a relação de mudanças sofridas no modo de fazer notícia. As empresas querem deixar claro de que não há mais divisão entre impresso e online, tudo está integrado. Este ano, por exemplo, dois dos jornais de grande circulação no Brasil, *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo*, realizaram reformas significativas tanto no aspecto gráfico de seus produtos impressos quanto em seus portais na internet. A campanha da Folha explicita a intenção de integrar impresso e online com o slogan “O jornal do futuro”. Já o **Estadão** enfatiza a ideia de convergência de mídias a ser utilizada em seu portal. Isso já demonstra a enunciação de uma nova tendência a ser seguida.

Portanto, os jornalistas têm que estar preparados a produzir para um meio sem limites espaciais de publicação, além de pensar que tudo será divulgado em suportes

diferentes, no papel, no online e em outras mídias que não param de aparecer. Em sua estrutura, as notícias vêm acompanhadas de links que conduzem o leitor a outras notícias, fotos, vídeos, etc.

Os usuários souberam aproveitar o que tem em mãos e, utilizando a criatividade e tecnologias como máquinas fotográficas digitais, celulares e filmadoras, passaram a produzir seu próprio conteúdo e criar formas de publicá-los na Internet, seja por comunidades ou por outros suportes. As empresas de notícias foram atentas e trouxeram este usuário-produtor para seu lado.

O **Globo Online** criou formas de ampliar a participação dos seus leitores com ferramentas e editorias específicas feitos somente para que eles possam aparecer. É o webjornalismo participativo, um gênero que é um desdobramento do Jornalismo Online. A participação do leitor o valorizou de forma que ele hoje ajuda a construir o jornal. As empresas lutam para desenvolver formas criativas, inovadoras e atrativas para os leitores poderem se interessar em produzir e publicar, apenas consumir o conteúdo.

O jornal O Globo criou espaços para o leitor, mas manteve seus profissionais e o formato oriundo do impresso, com suas editorias, opinião de especialistas e reportagens. Por isso, O Globo afirma que foi muito além do papel de um jornal, como diz seu slogan. Além disso, deixou claro que defende a liberdade de expressão dos leitores.

Todo cidadão tem seus direitos e deveres, para que a ordem seja mantida e o respeito ao próximo consolidado. A liberdade de expressão é uma luta constante, porque ninguém gosta de ter suas idéias reprimidas. Num ambiente virtual esta liberdade pode ser usada de forma consciente ou não. A ética profissional deve ser cuidadosamente mantida e aprofundada pelos jornalistas.

Acreditamos que o papel do jornalista ainda é de ser o mediador, só que de uma maneira diferente da tradicional. Ele agora vai atuar como vigilante do que será publicado

para que se veículo não perca a credibilidade necessária para que um jornal se mantenha. O leitor envia as informações, mas cabe ainda ao jornalista apurar e checar os fatos, para que não ocorra a veiculação de notícias inverídicas.

O nosso entendimento, isso não pode ser visto como uma mudança no papel do jornalista e sim, como uma nova função que ele vai acumular às outras preexistentes. Um jornal não pode ser feito somente de conteúdo produzido pelos leitores ou usuários de Internet. A participação na construção do jornal continuará sendo uma participação, um artifício utilizado pelas empresas produtoras de notícias. Não é o objetivo deste trabalho denegrir o conteúdo produzido pelos usuários que, aliás, conseguem publicar material de boa qualidade, mas o profissional de jornalismo carrega consigo uma bagagem de conhecimento adquirida ao longo do seu período de estudo.

A participação na construção do jornal e produção de conteúdo por parte dos usuários não representa uma desvalorização do jornalismo. Esta nova fase deve ser pensada como um motivo para o profissional desenvolver novas habilidades, se tornar mais crítico com relação ao que está sendo publicado e cuidar para que seu veículo não seja dominado por aqueles que estão ali para ajudar na produção, enviando material que irá enriquecer seu produto.

A Internet tratou de aproximar os profissionais de quem recebe a notícia possibilitando que os jornais possam escutar as sugestões, críticas e opiniões de seus leitores, a fim de aperfeiçoar o que é veiculado. O estudo das teorias anteriores e modelos tradicionais de comunicação nunca deixará de ser necessários assim como estudar a história da humanidade é para o entendimento da atualidade e reflexão sobre o futuro. Há ferramentas que propiciam a interatividade e que possibilitaram o webjornalismo participativo, possibilitando desta forma uma motivação ao aprimoramento das habilidades do profissional de jornalismo.

6 REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Eugênio Sávio. **O fotojornalismo digital no Brasil: A imagem na imprensa da era pós fotográfica.** Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

BARBOSA, Elisabete. **Interactividade: A grande promessa do Jornalismo Online, 2001.** Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>>. Acesso em 22 mar. 2010.

BREED, Warren. Controlo social na redação. Uma análise funcional. In: Nelson Traquina (org.) **Jornalismo: questões, teorias e "estórias".** Lisboa: Vega, 1993, p.152-166.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

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

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

ENTRE ASPAS. Internautas tiveram papel importante na cobertura do temporal no Rio. **Globonews.** 9 abr. 2010. Disponível em: <<http://globonews.globo.com/Jornalismo/GN/0,,MUL1563051-17665-309,00.html>>. Acesso em: 15 abr. 2010.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2006.

FRANCISCATO, Carlos. As novas configurações do jornalismo no suporte on-line. **Eptic Online.** Sergipe: Ed. Eptic On line, Vol. VI, n. 3, set./dez. 2004. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/Vol.VI,n.3,2004/Franciscato.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2010.

GONÇALVES, Elias Machado. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2002. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2002. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=machado-elias-ciberespaco-jornalistas.html>. Acesso em 22 mar. 2010.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

MAGALHÃES, Evandro. On line, on time, full time. **Jornalismo Online**. 27 set. 2008. Disponível em: <<http://evaldonline.blogspot.com/2008/09/on-line-on-time-full-time.html>>. Acesso em: 3 de maio de 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: a saga dos cães perdidos. 2. Ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. 12. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: VIII CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO, 2006, São Leopoldo. **Anais...**, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. 2. Ed. São Paulo: Paulus, 2007.

TRAQUINA, Nelson. As Notícias. In: _____ (org.) **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1993, p.167-176.

VIZEU, Alfredo. O Jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional... In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2010.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1985.

Matérias do jornal O Globo:

DAFLON, Rogério. Servidor da prefeitura terá prêmio por metas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Rio, p.15.

DUARTE, Fernando. Cantor desfia sua tristeza. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Segundo Caderno, p.1.

KNOPLOCH, Carol. Professor Cielo faz final dos 50m. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Esportes, p.7.

POR DENTRO DO GLOBO. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 2.

Matérias do Globo Online:

AJUDA: Opinião e Participe. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/servicos/ajuda.asp#opiniaio>>. Acesso em: 11 mai. 2010.

BOA VIAGEM. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/viagem/>>. Acesso em: 16 mai. 2010.

CADERNOS e colunistas. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <https://seguro.oglobo.com.br/assinatura/cadernos_colunistas.aspx>. Acesso em: 8 mai. 2010.

DETALHES do produto O Globo. **Infoglobo**. 2009a. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>>. Acesso em: 5 mai. 2010.

DETALHES do produto O Globo na internet. **Infoglobo**. 2009b. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=89>>. Acesso em: 5 mai. 2010.

DOIS GRITANDO. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <www.doisgritando.com.br>. Acesso em: 18 mai. 2010.

EU-REPÓRTER. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/>>. Acesso em 11 mai.2010.

NOVAS opções para interagir com o leitor. **O Globo Online**. 22 set. 2008. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2008/09/20/novas_opcoes_para_interagir_com_leitor-548311208.asp>. Acesso em: 3 mai. 2010.

O GLOBO vai “Muito além do papel de um jornal”. **O Globo Online**. 22 set. 2008. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2008/09/20/o_globo_vai_muito_alem_do_papel_de_um_jornal_-548310327.asp>. Acesso em: 3 mai. 2010.

OPINIÃO. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniao/>>. Acesso em: 15 mai. 2010.

PROGRAMA das upps entra em sua segunda etapa...**O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/mat/2010/05/15/programa-das-upps-entra-em-sua-segunda-etapa-com-acoes-sociais-de-educacao-ambiental-916593337.asp>>. Acesso em: 4 mai. 2010.

SOBRE A INFOGLOBO. **Infoglogo**. 2009. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/institucional.aspx>>. Acesso em: 3 mai. 2010.

VEJA O FILME da campanha do globo. **O Globo Online**. 22 set. 2008. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/exclusivo/info/>>. Acesso em: 4 mai. 2010.

VOX Populi aponta Dilma à frente de Serra. **O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/mat/2010/05/15/vox-populi-aponta-dilma-frente-de-serra-916593887.asp>>. Acesso em: 15 mai. 2010.

Matérias dos internautas publicadas no Globo Online:

ANTOUN, Augusto Rezende. Reflexões sobre o desastre petrolífero no Golfo do México. **O Globo Online**. 19 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniao/mat/2010/05/19/reflexoes-sobre-desastre-petroliifero-no-golfo-do-mexico-916623946.asp>>. Acesso em: 19 mai. 2010.

CARDOZO, Wesley Soares. Leitor mostra carro da prefeitura do Rio estacionado em local proibido. **O Globo Online**. 13 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/05/13/leitor-mostra-carro-da-prefeitura-do-rio-estacionado-em-local-proibido-916572798.asp>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

QUEIMA de fogos assusta moradores da Zona Sul. **O Globo Online**. 14 de mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/05/14/moradores-da-zona-sul-do-rio-relatam-susto-que-tomaram-com-fogos-durante-madrugada-916583626.asp>>. Acesso em: 14 mai. 2010.

SCHAEFER, Marcus. Previsão de ressaca na orla do rio... **O Globo Online**. 11 jun. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/06/11/previsao-de-ressaca-na-orla-do-rio-leitor-aproveita-fenomeno-para-registrar-manobras-916846764.asp>>. Acesso em: 12 jun. 2010.

SILVA, Rodrigo Viana e. Buraco engole roda de carro... **O Globo Online**. 4 dez. 2009. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2009/12/04/buraco-engole-roda-de-carro-na-zona-norte-do-rio-leitor-registra-915050954.asp>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

Comentários publicados na seção *Dos Leitores* do jornal O Globo:

AMORIM, Celso. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

CAUÊ, Carlos. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 15 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

COELHO, C.A. Rodrigues. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

KHAIR, Renato. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

Comentários dos internautas do Globo Online:

FERREIRA, Adriano. Dunga convoca seleção para Copa sem Adriano, Ganso, Neymar e Ronaldinho Gaúcho. **O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/copa2010/mat/2010/05/11/dunga-convoca-selecao-para-copa-sem-adriano-ganso-neymar-ronaldinho-gaucha-916552875.asp>>. Acesso em 15 mai. 2010.

NECON. Pomada de lidocaína vencida pode ser causa de mortes em endoscopia em Santa Catarina. **O Globo Online**. 18 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cidades/mat/2010/05/18/pomada-de-lidocaina-vencida-pode-ser-causa-de-mortes-em-endoscopia-em-santa-catarina-916611598.asp>>. Acesso em: 18 mai. 2010.

SILVA, Marli Morais da. Pelo menos 289 crianças de até 6 anos vivem com as mães em presídios brasileiros. **O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/06/11/leitor-fotografa-crianca-malabares-em-sinal-da-barra-chama-atencao-para-problema-social-916847291.asp#coment>>. Acesso em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=machado-elias-ciberespaco-jornalistas.html>. Acesso em 22 mar. 2010.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

MAGALHÃES, Evandro. On line, on time, full time. **Jornalismo Online**. 27 set. 2008. Disponível em: <<http://evaldonline.blogspot.com/2008/09/on-line-on-time-full-time.html>>. Acesso em: 3 de maio de 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: a saga dos cães perdidos. 2. Ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. 12. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: VIII CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO, 2006, São Leopoldo. **Anais...**, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. 2. Ed. São Paulo: Paulus, 2007.

TRAQUINA, Nelson. As Notícias. In: _____ (org.) **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1993, p.167-176.

VIZEU, Alfredo. O Jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional... In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2010.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1985.

Matérias do jornal O Globo:

DAFLON, Rogério. Servidor da prefeitura terá prêmio por metas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Rio, p.15.

DUARTE, Fernando. Cantor desfia sua tristeza. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Segundo Caderno, p.1.

KNOPLOCH, Carol. Professor Cielo faz final dos 50m. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Esportes, p.7.

POR DENTRO DO GLOBO. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 2.

Matérias do Globo Online:

AJUDA: Opinião e Participe. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/servicos/ajuda.asp#opiniaio>>. Acesso em: 11 mai. 2010.

BOA VIAGEM. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/viagem/>>. Acesso em: 16 mai. 2010.

CADERNOS e colunistas. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <https://seguro.oglobo.com.br/assinatura/cadernos_colunistas.aspx>. Acesso em: 8 mai. 2010.

DETALHES do produto O Globo. **Infoglobo**. 2009a. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>>. Acesso em: 5 mai. 2010.

DETALHES do produto O Globo na internet. **Infoglobo**. 2009b. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=89>>. Acesso em: 5 mai. 2010.

DOIS GRITANDO. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <www.doisgritando.com.br>. Acesso em: 18 mai. 2010.

EU-REPÓRTER. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/>>. Acesso em 11 mai.2010.

NOVAS opções para interagir com o leitor. **O Globo Online**. 22 set. 2008. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2008/09/20/novas_opcoes_para_interagir_com_leitor-548311208.asp>. Acesso em: 3 mai. 2010.

O GLOBO vai “Muito além do papel de um jornal”. **O Globo Online**. 22 set. 2008. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2008/09/20/o_globo_vai_muito_alem_do_papel_de_um_jornal_-548310327.asp>. Acesso em: 3 mai. 2010.

OPINIÃO. **O Globo Online**. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniaio/>>. Acesso em: 15 mai. 2010.

PROGRAMA das upps entra em sua segunda etapa...**O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/mat/2010/05/15/programa-das-upps-entra-em-sua-segunda-etapa-com-aco-es-sociais-de-educacao-ambiental-916593337.asp>>. Acesso em: 4 mai. 2010.

SOBRE A INFOGLOBO. **Infoglogo**. 2009. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/institucional.aspx>>. Acesso em: 3 mai. 2010.

VEJA O FILME da campanha do globo. **O Globo Online**. 22 set. 2008. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/exclusivo/info/>>. Acesso em: 4 mai. 2010.

VOX Populi aponta Dilma à frente de Serra. **O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/mat/2010/05/15/vox-populi-aponta-dilma-frente-de-serra-916593887.asp>>. Acesso em: 15 mai. 2010.

Matérias dos internautas publicadas no Globo Online:

ANTOUN, Augusto Rezende. Reflexões sobre o desastre petrolífero no Golfo do México. **O Globo Online**. 19 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniaio/mat/2010/05/19/reflexoes-sobre-desastre-petrolifero-no-golfo-do-mexico-916623946.asp>>. Acesso em: 19 mai. 2010.

CARDOZO, Wesley Soares. Leitor mostra carro da prefeitura do Rio estacionado em local proibido. **O Globo Online**. 13 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/05/13/leitor-mostra-carro-da-prefeitura-do-rio-estacionado-em-local-proibido-916572798.asp>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

QUEIMA de fogos assusta moradores da Zona Sul. **O Globo Online**. 14 de mai. 2010. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/05/14/moradores-da-zona-sul-do-rio-relatam-susto-que-tomaram-com-fogos-durante-madrugada-916583626.asp> >. Acesso em: 14 mai. 2010.

SCHAEFER, Marcus. Previsão de ressaca na orla do rio... **O Globo Online**. 11 jun. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/06/11/previsao-de-ressaca-na-orla-do-rio-leitor-aproveita-fenomeno-para-registrar-manobras-916846764.asp>>. Acesso em: 12 jun. 2010.

SILVA, Rodrigo Viana e. Buraco engole roda de carro... **O Globo Online**. 4 dez. 2009. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2009/12/04/buraco-engole-roda-de-carro-na-zona-norte-do-rio-leitor-registra-915050954.asp>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

Comentários publicados na seção *Dos Leitores* do jornal O Globo:

AMORIM, Celso. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

CAUÊ, Carlos. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 15 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

COELHO, C.A. Rodrigues. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

KHAIR, Renato. Dos Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 mai. 2010. Caderno Opinião, p. 8.

Comentários dos internautas do Globo Online:

FERREIRA, Adriano. Dunga convoca seleção para Copa sem Adriano, Ganso, Neymar e Ronaldinho Gaúcho. **O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/copa2010/mat/2010/05/11/dunga-convoca-selecao-para-copa-sem-adriano-ganso-neymar-ronaldinho-gaucha-916552875.asp>>. Acesso em 15 mai. 2010.

NECON. Pomada de lidocaína vencida pode ser causa de mortes em endoscopia em Santa Catarina. **O Globo Online**. 18 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cidades/mat/2010/05/18/pomada-de-lidocaina-vencida-pode-ser-causa-de-mortes-em-endoscopia-em-santa-catarina-916611598.asp>>. Acesso em: 18 mai. 2010.

SILVA, Marli Morais da. Pelo menos 289 crianças de até 6 anos vivem com as mães em presídios brasileiros. **O Globo Online**. 15 mai. 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/participe/mat/2010/06/11/leitor-fotografa-crianca-malabares-em-sinal-da-barra-chama-atencao-para-problema-social-916847291.asp#coment>>. Acesso em:

APÊNDICE A

Entrevista por telefone com César Baima, repórter da editoria de interatividade do Globo Online.

1) *Como surgiu a idéia de ampliar a participação do leitor e como se deu este processo?*

Em 2006 houve uma renovação no site onde surgiram os espaços para os Comentários e a sessão Eu-Repórter. Com isso, o leitor ganhou mais espaço para expor sua produção. Antes disso, desde a criação do site em 1996, o espaço do leitor se dava através de e-mails e cartas. Não tem como eu te dizer como surgiu a idéia, mas o processo foi este.

2) *Há um setor responsável por lidar diretamente com os internautas? Como vocês selecionam os comentários?*

Nós temos filtros que são programados para bloquear palavras chulas ou palavrões. Além disso, os próprios leitores podem denunciar este tipo de manifestação. Caso, nenhum destes métodos funcionem, ainda temos os moderadores, que são as pessoas que recebem e avaliam o conteúdo enviado pelos internautas.

3) *Como funciona a dinâmica dos dois veículos (impresso e site)? Há uma ponte que liga o trabalho de vocês?*

Trabalhamos juntos, somos a mesma equipe. Tanto as matérias, quanto o conteúdo enviado pelos leitores podem ser utilizados nos dois veículos ao mesmo tempo.

4) *Como tem sido a participação do leitor no impresso?*

Antes as cartas eram mais utilizadas pelos leitores, hoje é muito mais comum o envio de e-mails.

APÊNDICE B

Entrevista por e-mail com Paulo Mussoi, editor de interatividade do Globo Online.

1) *Quantas pessoas compõem a equipe do Jornal O Globo?*

Cerca de 300 jornalistas.

2) *A mesma equipe produz para impresso e online?*

Ainda não. Na verdade, as equipes já trabalham integradas, todas na mesma redação, mas ainda há uma distinção clara de atribuições. Cada editoria tem os seus jornalistas "online" e os seus jornalistas "impressos". Porém, já começam algumas experiências de trabalho integrado, A intenção é que, num futuro próximo, todos façam de tudo, sem distinções. A compra de uma nova plataforma editorial, que permite publicação de matérias e edição tanto para o online quanto para o impresso num único ambiente, facilitará muito esse processo.

3) *Você acha que a integração na produção é uma tendência das empresas de comunicação? Por quê?*

Sim. Porque é a forma mais eficiente, produtiva e econômica com a qual os jornais poderão mergulhar de cabeça no mundo digital sem abandonar a "vaca leiteira" que ainda representa a operação impressa. Principalmente em países emergentes como o nosso, onde o jornal papel ainda não vive a crise que vivem os impressos nos EUA e na Europa. Lá, já é possível vislumbrar uma migração mais radical para o online. Aqui, ainda não. Por isso a ideia de integração, aqui, faz mais sentido. Mas isso, claro, na minha opinião.

4) *Em média, quantos comentários e materiais são enviados pelos leitores?*

Em média, recebemos 20 mil comentários, cerca de 300 conteúdos noticiosos (notícias, fotos e/ou vídeos) e cerca de 100 artigos por dia

5) *Qual o perfil do leitor do jornal O Globo impresso?*

Classe A/B. A maioria homem, de perfil ideológico mais para o conservador.

6) *Este perfil se mantém no Online?*

Sim, se mantém, mas no online já tem mais variações, mais exceções, fora desse padrão.

7) *Qual a influência mais significativa que o online tem sobre o impresso?*

Estamos fazendo o impresso perceber que o conceito de notícia mudou. Estamos forçando o impresso a ser mais analítico, mais aprofundado, já que o fato nós damos em tempo real. Eles têm que dar um passo adiante.

8) O que a interatividade representa para o jornalismo online?

Uma forma de aproximar o leitor dos jornalistas, do processo de elaboração de notícias. É algo que o leitor quer, algo que ele pede. Ele quer fazer parte da notícia, ser ativo, e não mais um mero receptor passivo da notícia. Isso é inerente à nova relação que a revolução digital fez as pessoas terem com a informação.

A interatividade é uma forma também de ampliar a gama de nossa cobertura para um nível de capilaridade impensável anteriormente, para um conceito de hiperlocal que só o jornalismo cidadão é capaz de oferecer. Cada cidadão é um repórter, essa máxima pode parecer exagerada, mas quanto mais próximo chegarmos desse conceito, melhor para o enriquecimento desse objetivo

9) Como fidelizar o leitor de um jornal online?

Indo onde ele está, e não mais o contrário.

10) A participação do leitor pode afetar a qualidade do jornal?

Pode. Melhorando ela. Enriquecendo o noticiário e, principalmente, fiscalizando o que os jornalistas escrevem. Propondo pautas, corrigindo erros, aprofundando temas. Colaborando, enfim.

11) Diante da crescente participação do leitor na construção do jornal, qual o papel do jornalista hoje?

Ser um curador, uma referência, um "conselheiro" para orientar o leitor no labirinto de informações de hoje em dia. O papel de "informador" perdeu a importância. Hoje, nós jornalistas somos (ou devemos ser) curadores de informação e análise para os nossos leitores, incentivando-os a navegar, inclusive, em outros veículos que não o nosso. A internet mudou tanto as coisas que até o conceito de concorrência, de tentar "prender" o leitor dentro do seu canal, não faz sentido.

Texto publicado no jornal O Globo, edição do dia 5 de maio de 2010, sobre a nova tecnologia que unificará a produção do jornal.

POR DENTRO DO GLOBO

Sistema integrado

Integrada fisicamente desde novembro do ano passado — foi a primeira de um grande jornal brasileiro a reunir num mesmo espaço profissionais do impresso e do site —, a Redação do GLOBO está agora mergulhando no sistema tecnológico que o levará ao cenário ideal dentro da nova realidade da indústria da informação em todo o mundo.

Editores, subeditores, diagramadores, designers, fotógrafos e o pessoal da área tecnológica passaram a segunda e a terça-feira reunidos para conhecer o software que vai, no primeiro trimestre de 2011, integrar produção, edição e publicação de todas as versões do jornal (impresso, site, celular, redes sociais).

Foi a primeira das muitas sessões gerais e autorizadas que a Redação ainda terá pela frente com técnicos da CCI, empresa que desenvolveu o NewsGate, sistema adquirido pelo GLOBO e que já está presente em jornais americanos como "The New York Times", "The Boston Globe", "Chicago Tribune", "The Washington Post" e "El Mercurio" (Chile), entre outros.

O NewsGate vai unificar a produção de todo o conteúdo do GLOBO, que atualmente depende

de vários sistemas diferentes para o impresso e a internet. E vai garantir mais agilidade às rotinas de trabalho da Redação. Hoje, antes de levar uma informação à página ou ao site, repórteres, diagramadores, fotógrafos e editores enfrentam um longo passo a passo. Quando a informação é publicada nas duas plataformas (impresso e online), são dois caminhos diferentes a serem percorridos, num processo que ainda é comum em grande parte das redações mundo afora.

Com o NewsGate, essa rotina será única. O profissional trabalhará com apenas uma ferramenta, que permite a produção simultânea em todas as plataformas. O programa de implantação do novo sistema prevê ainda a renovação de equipamentos e treinamento intensivo de todos os profissionais da Redação. Os jornalistas do GLOBO, aliás, terão possibilidade de introduzir no NewsGate adaptações que considerem necessárias às rotinas de produção.

O sistema será adotado também pelas redações do "Extra" e do "Expresso", os outros dois títulos publicados pela Infoglobo no Rio de Janeiro, possibilitando uma sinergia ainda maior entre os veículos.

AUTOCRÍTICA

• Na página 3 de ontem:

"Serra e Dilma juntos, contra invasões." "...Alencar disse que também endossou o abaixo assinado contra invasões..." Erro de grafia: falta do hífen. Certo:

"...Alencar disse que também endossou o abaixo-assinado contra invasões..." P. 4: "Querer é poder?" "Pelo que conhece e leu de FHC, se recusa a aceitar a tese de que..." Erro na colocação do pronome pessoal oblíquo átono. Certo: "Pelo que conhece e leu de FHC, recusa-se a aceitar a tese de que..."

P. 6: "Providência tratada de forma demagógica." "...porque difundiu-se a falsa ideia de que seus benefícios deveriam estar atrelados..." Erro na colocação do pronome pessoal oblíquo átono. Certo:

"...porque se difundiu a falsa ideia de que seus benefícios deveriam estar atrelados..." P.

10: "Ficha Limpa não valerá para esta campanha." "...não haverá tempo de as regras serem aplicadas na eleição de outubro." Erro de concordância. Certo: "...não haverá tempo de as regras serem aplicadas na eleição de outubro." P. 22: "Pela internet" (Negócios & cia). "Atende pedido da Firjan." Erro de regência. Certo: "Atende a pedido da Firjan."

(Resumo da crítica interna coordenada pelo jornalista Aluizio Maranhão, distribuída todos os dias na Redação do GLOBO)



NO AUDITÓRIO do GLOBO, jornalistas participam da primeira reunião geral com os técnicos da CCI

O GLOBO NA INTERNET

Leia a íntegra da coluna oglobo.com.br