



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

**JORNAL DO BRASIL EM TEMPOS DE CIBERESPAÇO:
UM CLIQUE NAS PROPRIEDADES DO JORNALISMO PARA WEB**

FRANCISCO DE ASSIS FERNANDES CÂNDIDO

CAMPINA GRANDE – PB

2012

**JORNAL DO BRASIL EM TEMPOS DE CIBERESPAÇO:
UM CLIQUE NAS PROPRIEDADES DO JORNALISMO PARA WEB**

FRANCISCO DE ASSIS FERNANDES CÂNDIDO

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à
Coordenação do Curso de Comunicação Social –
Jornalismo – da Universidade Estadual da Paraíba,
como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Ms. Manassés Morais Xavier

CAMPINA GRANDE – PB

2012

C217j Cândido, Francisco de Assis Fernandes.

Jornal do Brasil em tempos de ciberespaço: um clique nas propriedades do jornalismo para Web. [manuscrito]. / Francisco de Assis Fernandes Cândido. – 2012.

69 f.: il. Color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012.

“Orientação: Prof. Msc. Manassés Morais Xavier. Departamento de Comunicação Social”.

1. Tecnologias Digitais 2. Webjornalismo. 3. Interatividade.
I. Título.

21. ed. CDD 070.43

**JORNAL DO BRASIL EM TEMPOS DE CIBERESPAÇO:
UM CLIQUE NAS PROPRIEDADES DO JORNALISMO PARA WEB**

FRANCISCO DE ASSIS FERNANDES CÂNDIDO

BANCA EXAMINADORA:

Manassés Moraes Xavier Nota 10,0

Prof. Ms. Manassés Moraes Xavier – UEPB
(Orientador)

Robéria Nádia Araújo Nascimento Nota 10,0

Profª. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento – UEPB
(Examinadora)

Leonardo da Silva Alves Nota 10,0

Prof. Esp. Leonardo da Silva Alves – UEPB
(Examinador)

Trabalho aprovado em: 27 de junho de 2012

Média: 10,0

CAMPINA GRANDE – PB

2012

AGRADECIMENTOS

A Deus, por permitir esta conquista.

Ao orientador Prof. Ms. Manassés Moraes Xavier, pelo acompanhamento competente.

Aos professores Dra. Robéria Nádia e Esp. Leonardo Alves, pela leitura atenciosa e fundamental deste trabalho.

A minha Família, por oferecer carinho e dedicação constantes.

Agradeço a todas as pessoas que fazem parte do meu dia a dia e que de alguma forma contribuíram para que a realização deste sonho fosse plena.

O clic aqui e ali abre novas janelas e novos espaços hipertextuais vão sendo descobertos, desdobram-se e potencializam a navegação em diversos mundos de significação através de links interativos, dinâmicos e amigáveis. O universo pode favorecer a racionalidade, a tomada de consciência e a autonomia, o conhecimento compartilhado, a sensibilidade, a criatividade e a formação de novos valores e, também, facilitar o desenvolvimento da imaginação, do diálogo do pensamento com o contexto e a abertura ao novo e ao criativo.

(DELCIN, 2005, p. 66)

RESUMO

O avanço das tecnologias digitais da informação tem possibilitado a transformação na produção e na circulação de conteúdos jornalísticos, viabilizando o desenvolvimento de novas formas de socialização de conhecimento caracterizadas pela interatividade. Hoje os setores editoriais tradicionais, televisão, jornais e revistas, estão adaptando seus estilos operacionais às realidades da Internet. À medida que o webjornalismo avança mais se conhece sobre as múltiplas facilidades interativas que as tecnologias digitais oferecem. Ao mesmo tempo, evidenciam-se outras alterações significativas nos processos de produção, difusão e consumo jornalísticos, se comparados com os suportes tradicionais. A respeito do webjornalismo, são definidas cinco características: interatividade, customização de conteúdo/personalização, hipertextualidade, multimídia/convergência e memória. Neste sentido, o presente trabalho, vinculado ao tipo de pesquisa descritiva, discute as características do conteúdo na Web e apresenta sua aplicação no site Jornal do Brasil. Sobre o referencial teórico que fundamentou a discussão desta pesquisa destacamos: Bahia (1972), Beltrão (1992), Canavilhas (2006), Ferrari (2009), Machado (2003), Marshall (2003), Melo (2010), Mielniczuk (2003a; 2003b), Palacios (2002), Pinho (2003), dentre outros. Os resultados apontam que não há rupturas definitivas entre a prática na rede, de forma colaborativa, e a prática baseada em outros suportes como televisão ou rádio, por exemplo. As marcas impostas pelas transformações tecnológicas apenas reestruturam o fazer jornalístico, modificam as rotinas e o produto final.

Palavras-chave: Tecnologias Digitais. Webjornalismo. Interatividade.

ABSTRACT

The advance of digital technologies has enabled information processing in the production and circulation of news content, enabling the development of new forms of socialization of knowledge characterized by interactivity. Today the traditional publishing industries, television, newspapers and magazines, are adapting their styles to the operational realities of the Internet. As the web journalism moves more is known about the many interactive features that digital technologies offer. At the same time will reveal other significant changes in production processes, distribution and consumption of journalism, when compared to traditional media. Regarding the web journalism, are defined five characteristics: interactivity, content customization / personalization, hypertextuality, multimidialidade / convergence and memory. In this sense, the present work, linked to the type of descriptive research, discusses the characteristics of web content and present its application on the site Journal of Brazil. On the theoretical reasons that the discussion of this research include: Bahia (1972), Beltran (1992), Canavilhas (2006), Ferrari (2009), Machado (2003), Marshall (2003), Melo (2010), MIELNICZUK (2003a , 2003b), Palacios (2002), Pine (2003), among others. The results show that there is no definitive breaks between practice in the network, collaboratively, and practice based on other media such as television or radio, for example. The marks imposed by technological changes only to restructure the journalistic routines and modify the final product.

Keywords: Digital Technologies. Webjournalism. Interactivity.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – Espaço “Leitor Repórter” do site Jornal do Brasil.....	47
FIGURA 02 – Página Espaço “Leitor Repórter” do Jornal do Brasil.....	48
FIGURA 03 – Espaço destinado à publicação de comentários.....	49
FIGURA 04 – Perfil do Jornal do Brasil no Facebook.....	50
FIGURA 05 – Perfil do Jornal do Brasil no Twitter.....	51
FIGURA 06 – Página inicial do site Jornal do Brasil.....	53
FIGURA 07 – Matéria exclusiva para assinantes do Jornal do Brasil.....	54
FIGURA 08 – Página inicial da Editoria “Cultura” do site Jornal do Brasil.....	57
FIGURA 09 – Página do caderno “Cultura” do Jornal do Brasil.....	58
FIGURA 10 – Coluna “Fotos e Vídeos” do site Jornal do Brasil.....	60
FIGURA 11 – Página inicial da coluna “Fotos e Vídeos” do Jornal do Brasil.....	61
FIGURA 12 – Página da coluna “País” do Jornal do Brasil do dia 01/09/2010.....	63
FIGURA 13 – Página da coluna “País” do Jornal do Brasil do dia 01/09/2011.....	64

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
CAPÍTULO I – IMPRENSA: UMA DISCUSSÃO HISTÓRICA.....	14
1.1 O homem e a comunicação.....	14
1.2 O perfil histórico da imprensa de Gutenberg.....	16
CAPÍTULO II – O JORNALISMO EM TEMPOS DE CIBERESPAÇO.....	23
2.1 A informática na comunicação.....	23
2.2 Breve histórico da Internet no Brasil e no mundo.....	27
2.3 A velocidade do jornalismo on-line e o ciberespaço como fonte para os jornalistas.....	31
CAPÍTULO III – O SITE JORNAL DO BRASIL EM FOCO: UM OLHAR WEBJORNALÍSTICO.....	37
3.1 O pioneirismo do Jornal do Brasil.....	37
3.2 Características e funcionalidades do site Jornal do Brasil.....	41
3.2.1 Interatividade.....	45
3.2.2 Customização de Conteúdo.....	52
3.2.3 Hipertextualidade.....	55
3.2.4 Multimídia/Convergência.....	59
3.2.5 Memória.....	62
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS.....	67

INTRODUÇÃO

Da contextualização e da questão-problema

Houve um período na história da comunicação que a imprensa, de um modo geral, só publicava o que lhe interessava, sem ao menos consultar o que os leitores desejavam ver e ler nas páginas dos jornais. O jornal impresso foi, sem dúvida alguma, um dos veículos de comunicação que mais sofreu impacto diante das novas tecnologias da informação. Isto porque, diante do processo demorado e lento de fabricação, o mesmo só rodava à noite e era/é veiculado no dia seguinte.

Dessa forma, os leitores do jornal impresso só iriam saber dos fatos que haviam acontecido em sua cidade no dia posterior, a menos que tivessem ouvido ou visto no telejornal local a notícia sobre aquele acidente ou assalto ou outro fato de relevância que havia ocorrido na cidade.

Por outro lado, a Web veio atuar como uma ferramenta que conseguiu dar mais agilidade no acesso às notícias e aos fatos cotidianos de uma forma geral e alguns jornais aproveitaram o momento para investirem em equipes de webjornalistas que, por sua vez, passaram a ter a incumbência de lerem, filtrarem e atualizarem as notícias para os seus respectivos sites (páginas na Web) do que acontecia em sua cidade, no Brasil e no mundo.

A popularidade das redes sociais e dos bloggers, atualmente, fez com que muitos jornais passassem a ser pautados ou tivessem pautas sugeridas por pessoas que no afã de noticiar os fatos que acontecem em suas regiões, ou bairros, viraram correspondentes imediatos e gratuitos de muitas empresas jornalísticas.

Nesse sentido, o presente trabalho parte da seguinte questão-problema: tendo como referência as características hipertextuais da linguagem processada e circulada na/pela Web, de que forma as propriedades que configuram as práticas do jornalismo digital contemporâneo são exploradas no site Jornal do Brasil?

Dos objetivos assumidos

Para responder a este questionamento elencamos como objetivos da pesquisa:

GERAL – Descrever as propriedades do webjornalismo, a saber – Interatividade, Customização do Conteúdo, Hipertextualidade, Multimídia/Convergência e Memória – presentes no site Jornal do Brasil.

ESPECÍFICOS – A) Discutir sobre a história da imprensa – de Gutenberg ao ciberespaço; B) Identificar a influência das novas tecnologias no atual processo de produção/circulação jornalística e C) Mostrar a importância que o webjornalismo possui diante de uma sociedade cada vez mais ávida por notícias e por estar sempre bem informada sobre tudo o que acontece em sua região e no mundo.

No decorrer do trabalho iremos: discutir, de forma rápida, a evolução dos meios e das comunicações efetuadas pelo homem e realizar um breve histórico sobre a Internet, para, então, aprofundarmo-nos no webjornalismo e nessa via de mão dupla que ela criou.

Ainda abordaremos: a evolução da imprensa mundial e brasileira, desde a criação do linotipo por Gutenberg a criação e difusão das mensagens eletrônicas pela Internet e a revolução que ela criou nos mecanismos de comunicação e também na imprensa; o pioneirismo do Jornal do Brasil e uma descrição das características e funcionalidades presentes neste veículo de comunicação que, por sua vez, serão expostas através de textos, imagens, comentários e considerações feitas por renomados jornalistas brasileiros, como Luiz Beltrão, Juarez Bahia, Barbosa Lima Sobrinho, Nelson Werneck Sodré, Nelson Traquina, Elias Machado, Bernardo Kucinski, Henrique Gandelman e Mário L. Erbolato, entre tantos outros e outras fontes de pesquisa.

Da justificativa apresentada e do referencial teórico

A pesquisa se justifica, em primeiro lugar, pelo fato de que as novas tecnologias digitais da comunicação e da informação têm provocado grande impacto à prática jornalística. Se num primeiro momento, os computadores chegaram às empresas para facilitar o trabalho de redação e edição, com o surgimento da Internet pode-se afirmar que as formas de busca de informação e contato com as fontes foram igualmente afetadas. Deste modo, pode-se dizer que todo o processo de captação, apuração, edição e divulgação de notícias passa a ser condicionado pela tecnologia, especialmente quando se trata de webjornalismo. Daí, a relevância de a instância acadêmica pensar sobre este assunto, investindo, para tanto, em pesquisas desta natureza.

Sobre o referencial teórico que fundamentou a discussão desta pesquisa destacamos: Bahia (1972), Beltrão (1992), Canavilhas (2006), Ferrari (2009), Machado (2003), Marshall (2003), Melo (2010), Mielniczuk (2003a; 2003b), Palacios (2002), Pinho (2003), dentre outros.

Da metodologia adotada

Convém respaldar, teoricamente, a nossa vinculação metodológica ao tipo de pesquisa descritiva. De acordo com Oliveira (2007, p. 68), a pesquisa descritiva vai além do experimento: “procura analisar fatos e/ou fenômenos, fazendo uma descrição detalhada da forma como se apresentam esses fatos e fenômenos, ou, mais precisamente, é uma análise em profundidade da realidade pesquisada”.

Através desses princípios, a realidade passa a ser percebida pelos olhos da ciência, não de uma forma desordenada, esfacelada, fragmentada, como ocorre na visão subjetiva e a crítica do senso comum, mas sob o enfoque de um critério orientador, de um princípio explicativo que esclarece e proporciona a compreensão do tipo de relação que se estabelece entre os fatos, coisas e fenômenos, unificando a visão de mundo.

Para além dessas questões que, talvez, sinalizem um conhecimento fechado, uniforme, a vinculação deste trabalho a pesquisa descritiva se estabelece por entender a descrição das propriedades do jornalismo para Web, contidas no site Jornal do Brasil aqui apresentadas, como resultado de um olhar, empírico, sobre um suporte real de circulação de conteúdo jornalístico. A intenção não esteve em realizar uma descrição aprofundada, mas digamos que um ensaio, embora que tímido, de tais propriedades, em conformidade com os objetivos assumidos para este momento de nossa experiência com a pesquisa acadêmica.

A pesquisa adotará o método de estudo de caso. De acordo com Duarte (2007),

a análise mais aprofundada do método do estudo de caso revela, além da sua riqueza de possibilidades de pesquisa, um traço distintivo inerente à sua aplicação que é a capacidade de compartilhar conhecimentos. Visando à descoberta, o pesquisador trabalha com o pressuposto de que o conhecimento não é algo acabado, mas que está sempre em construção e por isso faz parte de sua função indagar e buscar novas respostas ao longo da investigação. (DUARTE, 2007, p. 233)

A aderência desta monografia a este tipo de pesquisa científica – a descritiva – ainda se solidifica por conter os significados de dois verbos marcadamente constitutivos do saber científico: descrever e explicar. “*Descrever* é narrar o que acontece. *Explicar* é dizer por que acontece. Assim, a *pesquisa descritiva* está interessada em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los” (RUDIO *apud* OLIVEIRA, 2007, p. 67, grifos da autora).

Nesse sentido, para a realização deste trabalho, as atividades foram, metodologicamente, organizadas da seguinte forma:

- Foi providenciada a varredura do referencial teórico que sustentaria, no trabalho, a fundamentação da literatura e

- Tendo como horizonte as discussões teóricas sobre as propriedades do jornalismo para Web selecionamos os recortes do site Jornal do Brasil que funcionaram como *corpus* da descrição analítica aqui apresentada. Vale ressaltar que a natureza da descrição desenvolvida neste trabalho refere-se a um trato qualitativo dos dados.

Do ponto de vista da pesquisa teórica, é possível mencionar que ela se deu em meados de novembro de 2011 a abril de 2012. Do ponto de vista da pesquisa empírica, aquela que se destinou a ir para a investigação do uso concreto das práticas jornalísticas, ocorreu entre os meses de março e maio de 2012.

A escolha pelo site Jornal do Brasil se estabeleceu obedecendo a dois critérios: 1) o fato de ser um veículo de comunicação respeitado e muito consumido, inclusive por nós, e 2) por ser uma empresa jornalística que, na contemporaneidade, só atua no ciberespaço, fato que consideramos como de suma relevância para as propostas de discussão travadas ao longo do presente trabalho de conclusão de curso.

Da organização do texto monográfico

Esta monografia está organizada em cinco partes: esta introdução, dois capítulos teóricos – Capítulos I e II –, um capítulo teórico-analítico-descritivo – Capítulo III –, considerações finais e referências.

No Capítulo I – Imprensa: uma discussão histórica – discutimos sobre a relação entre o homem e a comunicação social, bem como apresentamos uma reflexão a respeito do perfil histórico da imprensa de Gutenberg. No próximo capítulo, intitulado de “O jornalismo em tempos de ciberespaço”, abordamos com mais precisão a relação entre as novas tecnologias da informação e da comunicação, momento do texto em que desenvolvemos um estudo a respeito da informática na comunicação, a partir de um breve histórico da Internet no Brasil e no mundo e da velocidade do jornalismo on-line e do ciberespaço como fonte para os jornalistas.

Com relação ao Capítulo III – O site Jornal do Brasil em foco: um olhar webjornalístico – que funciona para este trabalho monográfico como o espaço da discussão teórico-analítico-descritiva. Nele é possível encontrar uma reflexão sobre as contemporâneas

práticas webjornalísticas e as descrições feitas dos recursos disponibilizados pelo referido site que dizem respeito às propriedades do jornalismo para Web contidas no objetivo geral deste trabalho.

Finalizando o trabalho seguem as considerações adjetivadas de finais e as referências utilizadas nas discussões teóricas presente no mesmo. A seguir apresentamos o primeiro capítulo.

CAPÍTULO I

IMPrensa: UMA DISCUSSÃO HISTÓRICA

1.1 O homem e a comunicação

Desde os primórdios do tempo, o homem teve vontade de se comunicar e divulgar os fatos vivenciados por ele. Tanto que deixaram no interior de cavernas grafismos mostrando a sua necessidade de falar sobre as suas conquistas, especificamente com a caça de animais. Com o tempo, o homem aprendeu a se comunicar utilizando o som da voz e, posteriormente, criou caracteres que constituíram os alfabetos. Havelock (1994 *apud* GANDELMAN, 1997) nos dá uma panorâmica de como foi o início dos tempos da comunicação humana:

no início, a comunicação entre os seres humanos era somente oral. Os gritos, a pura expressão corporal, os gestos, a palavra. Mais tarde, o homem criou a representação gráfica, os hieróglifos, a transposição de imagem, a música, os símbolos abstratos, os escritos, que passavam manualmente de geração para geração. Na Grécia Antiga – cultura fundamental na composição oral e rítmica e, portanto, “poética”, se assim podemos dizer – surge a revolução da palavra escrita. A introdução das letras gregas na escrita, em algum momento por volta de 700 a.C., deveria alterar a natureza da cultura humana, criando um abismo entre toda a sociedade alfabética e suas precursoras. Os gregos não inventaram um alfabeto: eles inventaram a cultura letrada e a base letrada do pensamento moderno. (HAVELOCK, 1994 *apud* GANDELMAN, 1997, p. 105)

Daí em diante, o mundo passou por uma série de transformações e, como a necessidade de deixar um registro escrito era grande, os homens procuraram vários meios para escreverem o que pensavam e o que desejavam. Um destes meios utilizados foi o couro de animais utilizado nos primórdios da descoberta e fabricação do papel.

Em relação a esse período histórico encontramos no Almanaque Abril (1995) o seguinte texto relacionado ao assunto:

Durante séculos, a comunicação escrita é feita por manuscritos ou processos artesanais de entalhe, gravação e impressão de caracteres em pergaminhos preparados a partir do couro de animais. O noticiário tem origem entre 69 a.C. e 59 a.C., quando a *Acta Diurna Popoli Romani*, com informações governamentais, é afixada à frente do fórum romano. No período medieval, as notícias são comunicadas oralmente, por arautos (mensageiros), ou em

forma de cartazes e proclamações. O papel chega na Europa no século XII e o impulsiona a propagação dos meios de comunicação impressos. As *fogli d'avvisi* (folhas de aviso) italianas, no século XVI, os *corantos* ingleses e as *gazettes* francesas, no século XVII, são os precursores dos meios impressos de comunicação de massa. Ocorrem depois sucessivos avanços nas técnicas de composição e de impressão, que propiciam rapidez, qualidade e progressivos aumentos de tiragens. (ALMANAQUE ABRIL, 1995, p. 705 - ver *C. Gerais/Tecnologia*)

Rizzini (1968) também aborda outro momento de muita relevância para a história do jornalismo no mundo.

Nos chamados Mármore de Paros, achados e trazidos à Inglaterra pelo conde de Arundel, hoje na Universidade de Oxford, acompanham-se os fastos gregos desde a fundação de Atenas até 354 antes de Cristo. De anais mais veneráveis, a Pedra de Palermo, consta a crônica dos reis do Egito, assim das coleções dos nossos jornais a dos governos hodiernos. Evidentemente nem a esses nem aos outros monumentos epigráficos, ou aos paleográficos, cabe a qualificação de jornal, ainda no sentido da singela e ingênua informação. (RIZZINI, 1968, p. 04)

O autor nos revela, ainda, que mesmo tendo as *Actas* impressas, os romanos não viam nelas a importância que damos hoje aos jornais, pois

servindo-se dos jornais – explica Boissier – os romanos pouco os prezavam. Achavam-nos úteis para a divulgação dos documentos oficiais e das novidades, sem vislumbrarem pudesse a sua eficiência ir além. Subestimando o instrumento, é natural que não tentassem aperfeiçoá-lo, tornando-o capaz dos maravilhosos efeitos obtidos em nossos dias. Em cinco séculos nada avançou e era sob Teodósio o que fora sob Augusto. Pode-se, pois afirmar que, possuindo jornais, os romanos não conheceram o jornalismo. Acredita-se que durante quinhentos anos eles viessem a público todos os dias, apresentando, além da atualidade e da variedade, outro característico do jornal: periodicidade. Quanto à circulação, nunca saíram do terreno incipiente das cópias ocasionais. Desaparecidos com a transferência da capital do Império para Bizâncio, só ao cabo de mil anos ressurgiram os diurnas nas epístolas-circulares e nas gazetas quinhentistas que, se por um lado, despregados dos muros, corriam em modestas tiragens manuscritas, por outro nem eram diárias, nem contínuas, nem tão variadas quanto as Atas urbanas. (RIZZINI, 1968, p. 06-07)

Ainda de acordo com o estudioso, as cartas é que ocupavam um lugar de destaque na comunicação escrita entre as pessoas, exercendo, então, o lugar dos jornais e prestando os mesmos serviços. Elas – as cartas – passavam de mão em mão quando continham novidade de interesse. Liam-se, comentavam-se, transcreviam-se as em que os grandes personagens expunham os seus pontos de vista. Era por meio delas que, atacado, defendia-se o político diante das pessoas cuja estima desejava conservar. Era por meio das cartas que se procurava formar num público restrito uma espécie de opinião geral. Desse gênero de cartas parece ser possível dizer que quase ocupavam, num limitado círculo, o lugar dos jornais de hoje (RIZZINI, 1968). E assim foi por muito tempo, até que surgiram outros inventos que vieram complementar os meios de comunicação, como a descoberta das funções e utilidades do papiro na fabricação do papel.

Outro invento que muito contribuiu para a evolução dos meios impressos foi a tinta, cuja fabricação já era dominada pelos chineses, seiscentos anos antes de Gutenberg criar sua linotipo. Neto (1997) relata que, no início, os chineses utilizavam o negro de fumo e uma mistura de cola e água ou óleo de linhaça no preparo das tintas. Entretanto, com o passar do tempo, eles aperfeiçoaram a fabricação graças à adição de novas substâncias vegetais, minerais e pastas bases. Mas, foi com a descoberta de pigmentos derivados do alcatrão de hulha que a revolução das cores tornou-se possível, uma vez que o óleo de linhaça que até então era utilizado na fórmula original cedeu seu lugar aos óleos sintéticos e esta modificação facilitou de certa forma a secagem dos materiais.

Neto (1997) conta-nos, também, que mais tarde com a introdução gradual das resinas foi possível melhorar a estabilidade das tintas. Atualmente, as indústrias produzem tintas que ao serem utilizadas pelos novos equipamentos secam por evaporação ou por ação ultravioleta.

Vale lembrar que até algumas décadas atrás, os jornais utilizavam apenas a tinta preta para imprimir os caracteres em suas páginas brancas. Entretanto, a evolução da informática e dos novos equipamentos gráficos possibilitou a impressão dos jornais em quatro cores, no processo conhecido como CMYK, cuja composição é feita com as cores azul (*ciano*), vermelho (*magenta*), amarelo (*yellow*) e preto (*black*).

1.2 O perfil histórico da imprensa de Gutenberg

Sem papel não há jornal, logo, sem a prensa, linotipo ou rotativa, os leitores ávidos por notícias impressas não terão jornal. Portanto, antes de abordarmos a evolução destas máquinas

que fizeram a história dos jornais e do homem durante estes mais de cinco séculos, precisamos compreender o que significa tipografia.

Tipografia é menos uma invenção do que um aperfeiçoamento da arte de imprimir. Ao surgirem com Gutenberg as letras soltas fundidas em metal, praticava-se comumente a impressão com letras soltas de madeira e, antes, com letras em tábuas esculpidas e presas. A invenção consistiu essencialmente em modelar, moldar e fundir letras de metal, menos perecíveis, muito mais baratas e em profusão. Os impressores tabulários, nas três fases da xilografia – a das tábuas inteiriças só de figuras, a de figuras e texto, ambas gravadas e as letras soltas – tiveram à sua disposição os demais elementos imprescindíveis à impressão: a prensa, o papel, e a tinta. A prensa é de origem imemorial, o papel de algodão, mau, do século XI, e o bom de trapos ou linho, do século XIV, e também deste século a tinta a óleo. Faltasse um desses três elementos e a letra, solta ou presa, de pau ou de chumbo, não teria sido impressa. Não existiria a tipografia. (RIZZINI, 1968, p. 123)

Mas, como surgiu a imprensa e a arte de esculpir *tipos*? Marshall (2003) explica que o aparecimento da imprensa e a constituição desta como uma atividade social consolidada só emergiram, todavia, a partir do século XIV quando foram reunidos os fatores necessários para a sua aparição. Até o século XIV, não havia nem tipografia, nem mercado consumidor, nem público leitor, nem condições para o estabelecimento de uma indústria de informação. A Europa, centro do mundo, ainda vivia sob regimes econômicos, políticos e religiosos que não estimulavam em nada o desenvolvimento do negócio da notícia.

O mercado de informações só começa a sair de sua casca no final do século XIV quando aparecem as folhas e, a seguir, as cartas, na Europa, considerada um dos principais elementos para a fermentação de iminente nascimento das gazetas, publicações que tinham, pelo menos, vontade de ser “jornal”. Estas cartas levaram de um ponto a outro das nações europeias os acontecimentos da vida cotidiana: fofocas, mexericos, novidades comerciais, eventos frívolos ou, mesmo, acontecimentos de relevância. Eram relativamente periódicas e tinham a missão de irradiar as informações mais relevantes do mundo europeu. Segundo Marshall (2003), a notícia começava, no século XIV, a se configurar como uma mercadoria valiosa em um novo e próspero comércio. “Transformada aos poucos em produto, a notícia manuscrita passou a contribuir para o funcionamento da engrenagem da sociedade capitalista, até se tornar um elemento imprescindível da nova civilização industrial” (MARSHALL, 2003, p. 64).

Logo depois de sua invenção, a prensa de Gutenberg se estendeu rapidamente por toda a Europa, espalhando por todos os países a ideia e a função da imprensa jornalística. Em 1470 havia doze lugares com estabelecimentos com imprensa. Até o ano de 1489 havia 110 e, em torno do ano de 1500, havia mais de 200, conforme Marshall (2003), que explica-nos, ainda, que a utilidade comercial da prensa, detectada desde cedo, acabou abrindo as portas do continente europeu para o mercado editorial jornalístico. Neste sentido, as novas empresas do ramo da informação passaram a alcançar aqueles lugares que lhes ofereciam melhores e maiores possibilidades, isto é, os pontos mais florescentes do comércio interno nacional. Assim, “as cidades de Colônia, Frankfurt, Antuérpia e Berlim, localizadas ao longo das maiores rotas comerciais europeias, acabaram tornando-se os primeiros centros de produção de jornais” (THOMPSON, 1998 *apud* MARSHALL, 2003, p. 64).

O autor esclarece-nos que na primeira metade do século XVI já circulavam entre as sedes centrais e periféricas das grandes companhias comerciais noticiários e boletins com informações de caráter político e econômico, embora ainda sem atender a um dos pré-requisitos fundamentais para um jornal: a periodicidade regular. “No começo, tratava-se de manuscritos que somente por volta do final do século, por iniciativa de alguns sagazes editores e impressores, foram transformados nos chamados livros de notícias” (GIOVANINNI, 1987 *apud* MARSHALL, 2003, p. 147).

Dessa forma, podemos compreender que o húmus do capital serviu para alimentar e erguer as embrionárias empresas jornalísticas, condicionadas, desde cedo, pelo apetite para o lucro. Os primeiros jornais começaram a “engatinhar” seguindo as trilhas lucrativas abertas pelos comerciantes.

Marshall (2003) lembra que tanto as primeiras tipografias quanto os primeiros jornais organizaram-se como empresas comerciais que buscavam alcançar os mesmos resultados de todo o novo empreendimento capitalista: o capital. Assim, as tipografias primitivas foram quase todas empresas comerciais montadas dentro do espírito capitalista. Em outras palavras, uma tipografia era um empreendimento como outro qualquer. Abrir uma impressão comercial significava investir capital na compra da sede, do maquinário e dos insumos, como o papel e a tinta. O sistema era gerenciado como um negócio, com receitas e despesas, e voltava-se, portanto, para a competição no mercado.

Nessas circunstâncias, fica evidente o caráter daquela que nós poderemos chamar de a primeira fase da imprensa periódica no mundo: a fase comercial. O surgimento do mercado de jornais criou novos centros e novas redes de poder simbólico que se baseavam principalmente nos princípios da produção mercantil e que eram, por isto mesmo, relativamente

independentes do poder político e simbólico controlado pela Igreja e pelo Estado (THOMPSON, 1998 *apud* MARSHALL, 2003).

Sendo assim, os jornais nascem arquitetados e sob a vocação para a lógica empresarial do capitalismo e não como apregoa a historiografia corrente, no sentido de emergir com uma posição ideológica voltada para o exercício do poder político. O surgimento da imprensa e do jornalismo está associado imagetivamente ao comércio. A atividade comercial, isto é, o interesse em desenvolver um negócio lucrativo, foi, sem dúvida, a mola que ativou o processo de criação dos jornais.

Os primeiros jornais com periodicidade regular surgiram na Europa, quase dois séculos depois da invenção da tipografia, em decorrência, principalmente, das demandas criadas pelo processo de mercantilização da vida burguesa na Europa. Eram ensaios de jornais, já que cada um aprendeu a seu modo a criar uma nova linguagem e uma nova função social. (MARSHALL, 2003, p. 64)

Diante desses fatos, podemos compreender melhor o que aconteceu naquele longínquo período em que Gutenberg criava a sua prensa de tipos. Segundo Rizzini (1968),

Gutenberg continuou as suas experiências no convento de Santo Arbogasto com os recursos obtidos da caixa da Igreja de S. Tomás. Teria então conseguido a liga consistente e maleável de chumbo para a fundição de tipos? É o que se pode supor, pois no ano seguinte, 1445, de volta a Mogúncia, compunha e imprimia com caracteres de chumbo o primeiro livro de que há memória, o *Weltgericht*, o Juízo Final, do qual só resta, entesourada na Biblioteca Estadual de Berlim, uma folha de 28 linhas (teria 74 páginas) com sinais de haver sido utilizada em encadernação. A precedência desse venerável paleótipo é entretanto conjectural, máxime considerando-se só ter sido descoberto em 1892 o seu único fragmento conhecido. (RIZZINI, 1968, p. 133)

Com isso, o autor afirma que mal havia impresso o *Weltgericht*, Gutenberg continuou a fazer novos experimentos, lidando com o punção e o prelo, renunciou aos bens paternos e ainda doou alguns livros impressos por ele. Rizzini (1968) relata, ainda, que no ano imediato, 1460, editou a Bíblia de 36 linhas, 884 folhas e o vocabulário *Catholicon*, escrito no século XIII pelo frade Joannes Balbus, de 374 folhas, em cujo colofão com a data e o lugar da impressão Gutenberg exaltou a nova arte. Este livro foi acabado sem o meio ordinário do cálamo ou da pena, mas pela admirável disposição, combinação e modelagem de forma e padrões. Com o *Catholicon*, Gutenberg terminou o grande livro da sua extraordinária

existência que os séculos imprimiram em todos os tipos e formatos. Gutenberg, não imprimiu apenas a Bíblia de 36 linhas. Rizzini (1968) revela que em 1461 o seu aprendiz Alberto Pfister imprimia em Bamberg as fábulas de Bohner, primeiro livro a trazer ilustrações, enquanto João Mentelin imprimia em Estrasburgo, a Bíblia de 49 linhas. Além disto,

em 1466, Ulrich Zeller instalava uma oficina em Colônia e no ano imediato abriam os Bechtermünze outra em Eltvil. Bíblias, gramáticas, episódios das escrituras e obras de Santo Tomás e do Crisóstomo, saídos dos prelos alemães, enfileiravam-se na mesa de Gutenberg, onde dois outros volumes se destacavam pela estranha feitura gráfica: um Cícero in.4.^o e um Lactâncio in-fólio, ambos impressos em belos e novos caracteres entre o gótico e o romano. (RIZZINI, 1968, p. 137)

Posteriormente, o que se viu foi o avanço tecnológico de novas máquinas capazes de fazer impressões cada vez mais rápidas e em grande escala. Souza Silva (1985) chegou a definir como era o processo de impressão nas três formas de composição, que já foram utilizadas pelo homem para fazer seus impressos.

A Composição Manual - Desde meados do século XV quando Gutenberg implantou a tipografia, pouco mudou o processo de composição manual, que tem como base o ajuntamento de um tipo ao outro formando linhas e uma linha ao lado da outra resultando em arranjos gráficos, até formar páginas. O processo é bastante rudimentar e artesanal, exigindo de quem compunha muito cuidado e atenção, pois ele numa primeira fase monta peça por peça como se fosse um quebra-cabeça que, depois de pronto, é impresso. Ele desmonta com o mesmo cuidado fazendo voltar ao lugar todos os caracteres na produção gráfica.

A Composição Mecânica - Quatro séculos depois da invenção dos tipos móveis por Gutenberg, foi precisamente em finais do século XIX que a composição mecânica passou a ser utilizada em escala industrial. O processo se baseia na fundição de tipos a partir das ligas metálicas, onde o operador senta-se à frente de um teclado, ajusta a medida ou largura da linha e o entrelinhamento desejado. Quando o operador aperta as teclas as matrizes caem em sequência para formar uma linha de composição.

A Composição Eletrônica - A moderna tecnologia de composição eletrônica está mudando o comportamento das redações de jornais e editoras. Utilizando terminais de vídeo e computadores, esta sofisticada tecnologia gráfica permite uma gama imensa de recursos, proporcionando rapidez e economia na produção industrial de uma peça impressa. Basicamente, consiste de um terminal de vídeo com teclado, ligado a um computador digital central que desenvolve as tarefas finais programadas nos terminais de vídeo. Diante do

terminal, o redator manipula o teclado, igual ao de uma máquina de escrever convencional, acrescido de algumas teclas de comando que lhe permitem acionar os diversos gráficos que, depois de concluídos, serão lançados ao computador central que se encarregará das tarefas finais da programação, até a composição gráfica pronta para o paste-up ou montagem da página. A grande novidade deste sistema é a ausência de laudas, pois o redator redige o seu texto diretamente no terminal, que lhe dá condições técnicas de correção instantânea, de medida gráfica e de tamanho do corpo de letra programado com a quantidade de linhas compostas para ser utilizado no momento da diagramação.

Logo em seguida a essas invenções surgiram outros aparatos que colaboraram para a melhoria da qualidade dos impressos de uma forma geral, que foram a impressão a vapor, a rotativa, a linotipo, a impressão em cores, a rotogravura, o off-set, a fotocomposição e a impressão computadorizada.

Mas, para não estendermos por demais com esta discussão, iremos mostrar apenas a descrição e o funcionamento das impressões em off-set, computadorizada e à cores consideradas as mais recentes.

OFF-SET

Nessa impressora, o cilindro de impressão não entra em contato direto com o papel. O texto é transferido para um cilindro de borracha que entra em contato com o papel. Esta técnica oferece maior qualidade de impressão em papéis de acabamento mais rústicos, uma vez que a borracha é mais flexível e se amolda às imperfeições do papel.

IMPRESSÃO COMPUTADORIZADA

Impressoras controladas por programas de computador corrigem erros na impressão sem prejudicar a velocidade e a qualidade do trabalho. Permitem imprimir cerca de um milhão de exemplares em apenas algumas horas.

IMPRESSÃO À CORES

No final do século passado, desenvolveu-se a técnica de decompor uma imagem em matrizes diferentes, uma para cada cor primária: ciano (azul), amarelo, magenta (vermelho) e preto. Desta forma, imprime-se o mesmo papel quatro vezes, cada uma com cor diferente, até recuperar a imagem original.

(ALMANAQUE ABRIL, 1995, p. 705-706)

Finalmente chegamos à era dos computadores e, deste modo, o jornal se vale da nova tecnologia para ganhar mais tempo entre o fechamento e a impressão dos jornais. Sobre este sistema computadorizado, Bahia (1972), no livro “Jornal, História e Técnica”, faz citações relevantes. É importante destacar que a edição do citado livro é anterior ao *boom* da informática em nosso país, fato este que só iria acontecer mais de onze anos depois. Em sua obra, Bahia (1972) cita uma matéria veiculada em um suplemento especial do Jornal Folha de S. Paulo que definia de forma completa o modo como o jornal é produzido na composição eletrônica ou computadorizada.

O uso de computadores eletrônicos na composição tipográfica começou em 1963 nos Estados Unidos. Seu desenvolvimento é hoje bastante acelerado, a ponto de alguns jornais modernos já terem adaptado o sistema de perfuração de fitas às próprias máquinas de escrever dos repórteres e redatores na redação. Ao datilografar sua reportagem ou editorial, o jornalista já perfura a fita correspondente. As possíveis correções são também passadas para outra fita, que se combina com a primeira, dando uma terceira justificada. Raríssimos são os setores da atividade humana que ainda não podem, de alguma forma, utilizar o trabalho dos computadores. Até a seleção de notícias já está sendo feita com a colaboração dessas máquinas nos jornais mais modernos. Como o volume de matérias que chega às redações é quase sempre 10 vezes maior que o espaço disponível, o noticiário tem que ser seletivo. Um computador programado para essa seleção poderá indicar, pouco antes de encerrar-se a edição: “Para manter a boa proporção de informações nacionais, locais, internacionais, políticas (etc.)... aproveite as notícias números 15, 32, 47, 112 (...) A número 42 é boa, mas precisa ser reduzida à metade”. Mesmo assim, a decisão continuará a ser do editor. (BAHIA, 1972, p. 218-219)

No próximo capítulo intitulado de “O jornalismo em tempos de ciberespaço” abordaremos com mais precisão a relação entre as novas tecnologias da informação e da comunicação. Para tanto, traçaremos uma discussão sobre a informática na comunicação, discorreremos sobre um breve histórico da Internet no Brasil e no mundo, bem como sobre a velocidade do jornalismo on-line e o ciberespaço como fonte para os jornalistas.

CAPÍTULO II

O JORNALISMO EM TEMPOS DE CIBERESPAÇO

2.1 A informática na comunicação

A revolução tecnológica trouxe para as redações e oficinas das empresas jornalísticas um instrumento que desencadeou mudanças significativas nos conceitos e padrões gráficos da imprensa. Estamos falando dos computadores. E cremos que, após a Revolução Industrial, ocorrida na Inglaterra no século XIX, a revolução tecnológica é outro marco na história da humanidade, porque foi através destes equipamentos que o homem conseguiu avanços em vários setores da vida, como, por exemplo, o conhecimento e o perfeccionismo na indústria, onde um computador realiza tarefas que antes eram executadas por mais de dez homens.

Não pretendemos falar sobre a história da informática no mundo e no Brasil, mas basta apenas estarmos cientes de que o computador foi desenvolvido nos Estados Unidos na metade do século passado e, apesar de ter sido trazido para o Brasil, pouco mais de dez anos depois com a inauguração de uma unidade da empresa americana IBM no Rio de Janeiro, o PC – *personal computer* – só iria se desenvolver por intermédio do empresário americano Bill Gates, no início da década de 80.

A partir da criação do novo sistema operacional Windows, Bill Gates abre perspectivas para que outras empresas criem softwares que possam ser agregados à plataforma que ele havia criado. Voltando no tempo, Silverman (1965) revela-nos que

em princípios de 1963, o Times, de Oklahoma City, anunciou que publicara suas edições regulares com matéria totalmente composta por um computador. Foi o primeiro de muitos jornais americanos que atualmente usam a composição automática. Milhares e milhares de palavras são previamente armazenadas em um poderoso computador, graças a um arranjo especial de código em fita. Escrita, revisada e eliminados os erros, a matéria é perfurada em fita. O computador aceita a matéria na forma de impulsos elétricos. A fita é introduzida na máquina, que grava diversas linhas da matéria por vez no núcleo de sua memória magnética. A máquina acrescenta espaços para dar as mesmas dimensões às linhas, põe hífen, quando necessário, e produz a fita acabada. O datilógrafo perfura instruções, dizendo ao computador quando abrir espaço para novos parágrafos. Uma vez terminada, a fita é introduzida em uma máquina automática de fundição de tipos. O sistema pode manter oito linotipos funcionando simultaneamente, compondo por minuto oitenta e cinco linhas da dimensão de uma coluna. (SILVERMAN, 1965, p. 68-70)

Segundo Silverman (1965), o gerente do **Times** e do **Daily Oklahoma** disse a Associated Press que computadores desse tipo “podiam fazer a diferença, economicamente falando, na questão da sobrevivência de muitos jornais”. A instalação de equipamento automático é do ponto de vista financeiro, benéfica a todas as grandes empresas. Aumenta a eficiência e reduz os custos. Para os proprietários de jornais, estas máquinas eletrônicas afiguram-se uma “bênção” há longo tempo esperada.

O equipamento eletrônico de composição terá implicações de grande alcance para todos os jornais americanos. Se o jornal puder ser produzido em período mais curto de tempo, as horas de fechamento das edições poderão ser adiadas e os leitores poderão saber das últimas notícias pelos seus próprios jornais locais (SILVERMAN, 1965).

No entanto, Bahia (1972) é quem consegue explicar melhor o significado das mudanças implementadas pelo uso do computador na empresa jornalística. Segundo o estudioso, por produção se entende não só a produção gráfica, mas todas as formas de acabamento final do veículo como produto para consumo – e aí se conjugam os elementos de administração e de acabamento gráfico, a composição, a impressão, além dos componentes da embalagem para venda, como a distribuição, a circulação e o transporte.

Essa infraestrutura da moderna imprensa diária, em estágio avançado em países de maior idade tecnológica, tem uma relação no Brasil, nos anos 70, com a ideia do jornal do futuro. Conforme Bahia (1972), não obstante, uma empresa como *O Estado de São Paulo* começou a criar a infraestrutura do jornal planejando a redação e a produção ligadas à memória de um computador eletrônico.

O conceito de *produção gráfica*, posterior à tipografia, tem origem na idade industrial da imprensa, com a revolução da composição quente desencadeada pelo sistema de linotipos e pela rotativa para impressão com telhas de chumbo. Mas, a nova infraestrutura supera a linotipo e a impressão com telhas de chumbo, dotando o jornal de equipamento eletrônico avançado e ao mesmo nível do produto oferecido pela televisão em cores, pelo rádio e pelas revistas.

Ainda nas palavras de Bahia (1972), a gráfica passa, então, a um plano menos cabalístico do que no passado imediatamente anterior ao computador. Continua essencial, porém é agora um dos componentes da produção e não o componente determinante da produção. Também a redação passou por transformações assim: da pena de escrever, no tempo da tipografia artesanal, à máquina de escrever, no tempo da imprensa industrial e ao registrador eletrônico que leva diretamente à memória do computador a matéria redigida pelo repórter, no tempo da imprensa pós-industrial.

Outro estudioso que fez referências à entrada do computador nas redações jornalísticas foi Erbolato (1985):

o uso de computadores eletrônicos na composição tipográfica começou em 1963 nos Estados Unidos. Seu desenvolvimento é hoje bastante acelerado, a ponto de alguns jornais modernos já terem adaptado o sistema de perfuração de fitas às próprias máquinas de escrever dos repórteres e redatores na redação. Ao datilografar sua reportagem ou editorial, o jornalista já perfura a fita correspondente. As possíveis correções são também passadas para outra fita, que se combina com a primeira, dando uma terceira *justificada*. Raríssimos são os setores da atividade humana que ainda não podem, de alguma forma, utilizar o trabalho dos computadores. Até a seleção de notícias já está sendo feita com a colaboração dessas máquinas nos jornais mais modernos. Como o volume de matérias que chega às redações é quase sempre 10 vezes maior que o espaço disponível, o noticiário tem que ser seletivo. Um computador programado para essa seleção poderá indicar, pouco antes de encerrar a edição: *“Para manter a boa proporção de informações nacionais, locais, internacionais, políticas (etc)... aproveite as notícias números 15, 32, 37, 111 (...). A número 42, boa, mas precisa ser reduzida à metade”*. Mesmo assim, a decisão continuará a ser do editor. (ERBOLATO, 1985, p. 105, grifos do autor)

No entanto, à substituição das máquinas de escrever manuais pelos computadores e a supressão de operações na manufatura do jornal pelos novos meios advindos das máquinas impressoras foram muito combatidas pelos técnicos já experimentados na arte de fazer o jornal.

Conhecido nos meios acadêmicos por suas obras e pelo legado que deixou para seus pupilos, Luiz Beltrão mostrou como era o pensamento do jornalista daquela época com os novos avanços tecnológicos:

no decorrer desta incursão ao mundo da técnica no jornalismo e dos seus técnicos, chegamos à evidência de que, nos nossos dias, nenhuma das manifestações periodistas se pode processar sem essa personagem que, confundida com o agente-jornalista na fase da manufatura, adquiriu direitos de cidadania no período da mecanofatura. Vimos também que alguns dos recentes inventos ameaçam a existência do técnico, ou melhor, irão exigir que o mesmo incorpore ao seu acervo de conhecimentos e aptidões aqueles reclamados do jornalista, hoje muito mais vastos do que ao mesmo tempo do periodismo dos jograis, das cartas e das folhas manuscritas. A verdade é que estamos em pleno curso de uma nova grande revolução industrial, em que o ser humano vai sendo substituído por servos-mecanismos, que não estão sujeitos nem à fadiga, nem ao erro, nem às emoções, que alteram o metabolismo e desequilibram mesmo os mais eficientes técnicos. Numerosos

dispositivos mecânicos estão sendo usados em todos os campos da atividade humana com os mais positivos resultados: as máquinas de calcular acionadas eletricamente, a telefonia automática, o microscópio eletrônico, a fotografia infravermelha. Esses dispositivos são os servos-mecânicos, “aparelhos capazes de restabelecer o estado de equilíbrio em um sistema autônomo de maneira tal que as próprias forças originadas pela perda de dito estado de equilíbrio engendram novas forças tendentes ao seu restabelecimento. A realimentação negativa de uso comum em rádio-telefonia para anular a distorção de frequência e de fase é o exemplo mais caracterizado de um princípio capaz de cumprir as exigências da definição acima. É interessante destacar que os servos-mecanismos são fundamentalmente dispositivos governados pelo erro, já que são forças assim originadas as que provocam o retorno do sistema ao seu primitivo estado de equilíbrio. Coisa parecida sucede em certos processos de aprendizagem, em que a discriminação entre os intentos frustrados e os positivos conduz à determinação do procedimento correto e que é então fixado com conhecimento exato”. (BELTRÃO, 1992, p. 150-151, grifos do autor)

Beltrão (1992) elucida que a primeira revolução industrial, que teve a sua pré-história nos séculos XVII e XVIII e o seu desenvolvimento máximo no século XIX e na primeira metade da atual centúria, se caracterizou pela longa série de invenções e descobertas, visando mecanizar a produção, isto é, substituir a força muscular do homem e do animal pela máquina. O controle humano fora, aí, integralmente mantido. Os servos-mecânicos, contudo, passaram a “pensar” pelas máquinas. E então evoluímos da simples mecanização para a automatização, quando o homem será expulso do processo da produção propriamente dito e ficará limitado às funções de concepção, construção, instalação, sustento e inspeção da máquina, porque o domínio da automatização compreende todas as tarefas de repetição e todas as decisões que podem ser tomadas em função de critério pré-estabelecido. Os limites próprios no domínio da automatização são traçados pelo estado da técnica, pelo nível dos custos, pela amplitude das vendas e pelo número de especialistas tentados a inventar, construir e dirigir os sistemas automáticos.

Ainda em conformidade com Beltrão (1992), inequivocamente, não se trata de um simples processo de desenvolvimento da mecanização, mas de uma nova tecnologia, uma outra revolução industrial cujas consequências econômicas e sociais ainda são imprevisíveis. Um aspecto, entretanto, é certo: a primeira revolução, a dos “*dark satanic mills*”, promoveu a depreciação dos braços do homem pela concorrência da máquina. A revolução industrial moderna depreciará – na visão do estudioso citado no início do parágrafo –, necessariamente, o cérebro do homem, ao menos nas suas funções simples e rotineiras. E é neste aspecto que a automatização irá atingir, como já está começando a ocorrer, a atividade jornalística.

A máquina já comanda totalmente o trabalho de outra ou outras máquinas. Assim, a automatização industrial é causa determinante do desemprego operário em escala crescente, se bem que seja, ao mesmo tempo, criadora de novas fontes de trabalho, ainda que em muito menor escala para técnicos e pessoal especializado. (BELTRÃO, 1992, p. 150-151)

Beltrão (1992) reforça tais ideias ao mencionar que não somente o técnico, mas os outros agentes do jornalismo se veem ameaçados pela crescente automatização industrial e suas consequências socioeconômicas. As operações automáticas de contabilidade, por exemplo, reduzem muito o pessoal dos corpos de editores e os próprios editores-financistas vão sendo absorvidos pelo Estado-editor, como uma consequência do alto custo da maquinaria dos veículos jornalísticos e a multiplicação dos encargos para a sua manutenção.

Apesar de todas essas palavras, ditas por Luiz Beltrão, a grande verdade é que o computador além de ter ocupado o seu espaço dentro das redações e também nas oficinas, ele fez com que o homem aumentasse o seu grau de conhecimentos, aplicou novos métodos as operações de manufatura do jornal e não tirou o emprego de tantas pessoas como era apregoado na época – fim do século passado! –, mas o que aconteceu foi uma adaptação ao novo sistema informatizado e somente aqueles que não conseguiram absorver as novas técnicas é que acabaram perdendo o seu espaço, dentro das oficinas gráficas do jornal. Vale ressaltar, também, que nem todos deixaram de trabalhar, haja vista que as pequenas tipografias foram absorvendo a mão de obra de quem havia saído da oficina do jornal.

2.2 Breve histórico da Internet no Brasil e no mundo

Laquey (1994) observa que a Internet nasceu de forma humilde, com apenas uma rede denominada ARPANET que vem a ser a “mãe da Internet”. Este início ocorreu em 1969 como uma experiência do governo dos Estados Unidos que desejava criar uma rede de comutação de pacotes. Ou seja, o objetivo principal era fragmentar documentos por diversos computadores que estivessem ligados em rede. Assim, se algo acontecesse com o computador principal os documentos guardados estariam a salvos e poderiam ser acessados de outro ponto.

A ARPA, a agência de projetos de pesquisa avançada do departamento de defesa dos Estados Unidos (que posteriormente passou a se chamar DARPA), no início permitia que os pesquisadores acessassem centros de computação, permitindo que eles compartilhassem recursos de hardware e de software, como espaço em disco, bancos de dados e computadores. Outras redes experimentais que utilizavam ondas de rádio e satélites foram conectadas à ARPANET através de uma tecnologia de interconexão criada pela DARPA. No início da década de 1980, a ARPANET original foi dividida em duas redes, a ARPANET e a Milnet (uma rede militar), mas a comunicação continuou sendo feita devido às conexões. Em princípio, essa interconexão de redes experimentais e comerciais foi denominada DARPA Internet, mas depois a forma resumida “Internet” passou a ser a denominação mais comum. (LAQUEY, 1994, p. 04)

Nos primeiros anos, o acesso a ARPANET se limitava a empresas ligadas à defesa militar e a universidades que faziam pesquisas militares. As redes cooperativas e descentralizadas, como a UUCP, uma rede de comunicações UNIX, e a USENET (User’s Network), surgiram no final dos anos 70, inicialmente servindo à comunidade universitária e depois a organizações comerciais. No final dos anos 80, mais redes coordenadas, como a CSNET (Computer Science Network) e a BITNET, começaram a oferecer conexões em âmbito mundial para as comunidades acadêmicas e de pesquisa. Estas redes não faziam parte da Internet, mas, posteriormente, foram criadas conexões especiais para permitir a troca de informações entre diversas comunidades.

Um exemplo desta diferença entre redes é apresentada no filme “O Exterminador do Futuro 3 – A rebelião das máquinas”¹, dirigido por Jonathan Mostow, principalmente quando os personagens John Connor (interpretado por Nick Stahl) e Kate Brewster (interpretado por Claire Danes) fogem para uma base militar em que o pai dela é um militar de alta patente e este em uma cena resolve fechar uma das redes de computadores para que os vírus não causem mais estragos.

Certamente este não foi o único filme produzido por Hollywood sobre Internet, mas é justamente o que mostra de forma clara e simples, em uma cena de pouco mais de um minuto, o suficiente para que um pesquisador mais atento consiga captar este detalhe.

Laquey (1994) conta-nos, ainda que

¹ O Exterminador do Futuro 3 – A rebelião das máquinas – Dados encontrados no endereço eletrônico: <http://www.filmesdecinema.com.br/filme-o-exterminador-do-futuro-3-a-rebeliao-das-maquinas-1951/>. Pesquisado em 18/01/2012.

o grande momento da história da Internet foi a criação da NSFNET (National Science Foundation) em 1986, que ligava pesquisas feitas em todo o país a cinco centros de supercomputador. Logo, ela se expandiu e passou a conectar redes acadêmicas federais e redes de nível intermediário que ligavam universidades e centros de pesquisa. O passo seguinte foi começar a substituir a ARPANET como rede de pesquisa. A ARPANET foi extinta (e desmantelada) em março de 1990. Depois disso, a CSNET percebeu que muitos de seus membros iniciais (departamentos de ciência da computação) estavam sendo conectados através da NSFNET, e deixou de existir em 1991. (LAQUEY, 1994, p. 05)

O autor afirma, também, que na época em que a NSFNET foi criada, a Internet começou a crescer, mostrando seus ganhos exponenciais em número de redes, participantes e computadores. Redes internacionais semelhantes se espalharam rapidamente por todo o mundo e eram conectadas às redes americanas. Ele exemplifica que, atualmente, existem conexões da Internet com redes na Austrália, países nórdicos, Reino Unido, França, Alemanha, Canadá e Japão. As redes da América do Sul estão começando a ser conectadas à Internet², mas na África sua presença ainda é insignificante.

Laquey (1994) informa que a febre da Internet continua crescendo sempre à medida que mais e mais organizações se misturam as suas redes. Atualmente, a Internet consiste em mais de 8000 redes literalmente espalhadas pelo globo. Ela abrange 45 países em todos os sete continentes. (É verdade existe uma conexão na Antártida!). Uma estimativa, mencionada pelo senador Al Gore em um dos últimos números de *Scientific American*, afirma que o volume de tráfego na Internet está aumentando em 10 por cento a cada mês. Estima-se que entre 05 e 10 milhões de pessoas utilizam apenas a Internet e que mais de 25 milhões trocam mensagens on-line entre a Internet e todas as outras redes de interconexão.

Além disso, Laquey (1994) diz que

a Internet é a mais rápida dentre as redes globais. Com frequência, a velocidade é tratada como **throughput** – a velocidade com que as informações podem ser propagadas através da rede. (...) A internet não tem apenas *uma* velocidade, já que é capaz de acomodar redes lentas e redes de última geração. (...) Nos Estados Unidos, a NSFNET possui as velocidades globais mais altas, sendo capaz de transmitir 45 megabits por segundo

² O autor publicou esse livro em 1994, portanto, aqui no Brasil ainda estávamos engatinhando com as novidades da informática, graças a abertura das nossas fronteiras feita pelo ex-presidente Fernando Collor de Mello. Mesmo assim, desde 1991, a FAPESP era a primeira rede de ensino a ter acesso à Internet. Atualmente, ela é a responsável pelo registro de sites brasileiros.

(aproximadamente 5.000 páginas digitadas). As redes com velocidades de transmissão na casa dos megabits por segundo que estão sendo testadas atualmente permitirão o uso de aplicações e serviços ainda mais avançados, como modelos complexos de previsão do tempo, produzidos por supercomputadores e transmitidos para centros meteorológicos. (LAQUEY, 1994, p. 08, grifos do autor)

Laquey (1994) acrescenta que a comunidade Internet está se expandindo não só em números, mas em termos de aplicação, porque acredita que a rede mundial de computadores sempre foi e sempre será uma parte importante da comunidade de pesquisa e desenvolvimento. Entretanto, o aumento no volume de acesso e o potencial da rede para se tornar a base para a comunicação mundial entre pessoas das mais diversas origens não podem ser ignorados pelo restante de pessoas, já que uma rede, que um dia foi exclusivamente utilizada por pesquisadores, agora também é frequentada por universitários, ativistas políticos, fazendeiros, bibliotecários etc.

No sentido de ilustrar a influência da Internet nas atividades diárias, Laquey (1994) declara, por exemplo, que os jornalistas utilizam a Internet para obter informações sobre assuntos que variam desde a indústria de informática aos acontecimentos mais recentes e alguns deles chegam até mesmo a conduzir entrevistas sobre doenças, como a AIDS; os médicos transmitem imagens de raio X ou digitalizadas para centros médicos, permitindo análises mais aprofundadas; há sistemas BBS para artistas e arquivos on-line sobre agricultura; estudantes de ensino básico percorrem a Internet em aulas de geografia e de idiomas, aprendendo mais sobre outras culturas; os bibliotecários apreciam a Internet por causa de suas avançadas ferramentas de pesquisa de documento e do acesso quase instantâneo a catálogos e arquivos das principais bibliotecas de todo o mundo; empresários contatam clientes e aceitam pedidos através da rede e muitos estão começando a imprimir endereços de correio eletrônico em seus cartões de visita, dentre outras atividades.

Concluindo este tópico, poderíamos dizer que, comungando com Laquey (1994), certamente a evolução que a Internet teve é surpreendente, uma vez que hoje em dia muitos dos sites e páginas eletrônicas de empresas de comunicação como jornal, rádio e televisão já ocupam espaço considerável com transmissões de áudio e vídeo on-line, além das inúmeras notícias que são atualizadas a cada minuto por algumas empresas como o G1 das empresas Globo, além de outras agências de notícias como o Último Segundo (do IG), o Terra, a Agência Estado etc.

2.3 A velocidade do jornalismo on-line³ e o ciberespaço⁴ como fonte para os jornalistas

Quem já trabalhou em uma redação jornalística, seja ela em jornal impresso, emissora de rádio ou de televisão, sabe que o tempo é o senhor absoluto e cada segundo vale muito mais do que se possa imaginar, principalmente em relação às emissoras de rádio e TV. Kucinsky (2005) lembra que no jornalismo sempre houve esta corrida contra o tempo e por isto é clássico no jornalismo o conflito entre qualidade e primazia da notícia. Além disto, as agências de notícias, desde a invenção do telégrafo, sempre despacharam na velocidade das ondas eletromagnéticas. Kucinsky (2005) questiona: onde está a novidade do “*jornalismo on-line*?”. Ele explica que, como se trata de outro conceito-fetiche, a expressão confunde mais do que elucida.

Por isso, Kucinsky (2005) aponta que são três as características essenciais do jornalismo *on-line*:

em primeiro lugar, seu público. O principal público do jornalismo *on-line* são os especuladores e as instituições financeiras. Em segundo lugar, e por causa desse seu papel, há no jornalismo *on-line* a primazia da velocidade sobre outros atributos da informação, tais como precisão, contextualização e interpretação. Esses atributos são sacrificados em nome da velocidade. A terceira característica diferenciadora do jornalismo *on-line* em relação ao praticado pelas agências de notícias tradicionais está no uso que esses veículos fazem de seus conteúdos. Enquanto os despachos das agências de notícias eram e ainda são usados como produto final, publicados com apenas leves adaptações, o noticiário *on-line* é usado como pauta para a cobertura feita pelos próprios jornalistas desses veículos. (KUCINSKY, 2005, p. 97-98)

³ Queremos ressaltar que, para além das especificações terminológicas – jornalismo digital, jornalismo on-line, webjornalismo – neste momento do trabalho convidamos nosso leitor para o termo jornalismo on-line como sinônimo de abrangência, como uma expressão que abarca as especificidades das terminologias da área.

⁴ Antes de prosseguirmos com a discussão, convém definirmos o que, para nós, significa o ciberespaço: um lugar de comunicação e interação humanas, caracterizado pela velocidade de alcance, utilização de imagens e digitalização de textos que juntos, funcionando como elementos co-operantes, promovem a construção de sentidos nas práticas sociais contemporâneas de linguagem. O termo é derivado do inglês *cyberspace* e foi utilizado pela primeira vez pelo escritor de ficção científica William Gibson, no ano de 1984, quando produziu a novela “*Neuromancer*”. Nesta obra, o escritor descreveu um ambiente eletrônico em que a informação e os programas podiam ser manipulados no mundo externo por meio de escolhas sobre as formas, cores e movimentos, conforme Nascimento e Xavier (2011).

Com essas características Kucinsky (2005) conceitua que em relação ao primeiro item, há um público de pessoas comuns que acompanham o jornalismo *on-line* em seus locais de trabalho ou como parte do leque de opções oferecidas pela Internet aos internautas. Mas, que este não é o público principal, aquele para o qual o serviço de jornalismo *on-line* se organiza. O jornalismo *on-line* se dirige aos usuários que atribuem à notícia um valor monetário imediato. Para este leitor, em geral assinante de um serviço *on-line*, exclusivo, a informação não possui valor de uso, tem valor exclusivo de troca, é uma *commodity* ou matéria-prima de um processo decisório na esfera das aplicações financeiras que, por sua vez é sua fonte de lucros.

Outro ponto bem lembrado por Kucinsky (2005) é o fato de que no jornalismo *on-line* as informações são fragmentadas. *É um jornalismo que não espera o resultado da batalha*, pois nesse caso a informação é dada a cada troca de tiros e quando um presidente ou outra autoridade faz um longo discurso, o jornalismo *on-line* transmite um despacho atrás do outro com pedaços sucessivos do discurso.

Em relação à terceira característica, Kucinsky (2005) lembra que as redações jornalísticas absorveram o ritmo frenético da cobertura continuada *on-line*. E exemplifica que um repórter, que mal saíra para campo para captar informações sobre um determinado assunto, já recebe por celular novas instruções sobre o que está acontecendo, através das telas da Internet.

Kucinsky (2005) conclui que

não só jornais e emissoras de rádio e tv, mas também o governo e autoridades locais passam a dançar segundo a música e o ritmo do jornalismo *on-line*. Dá-se uma institucionalização desse tipo de jornalismo e a transformação de seu noticiário fragmentado e em geral especializado e ininteligível para o homem comum em verdade objetivada. (KUCINSKY, 2005, p. 98)

Para Machado (2003), a criação da tecnologia digital desencadeia um processo de utilização das redes telemáticas e apresenta duas vertentes:

- As redes são uma espécie de ferramenta para nutrir os jornalistas das organizações convencionais com conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais; e,
- As redes são um ambiente diferenciado com capacidade de fundar uma modalidade distinta de jornalismo, em que todas as etapas do sistema de produção de conteúdos jornalísticos permanecem circunscritas aos limites do ciberespaço. (MACHADO, 2003, p. 19)

Segundo Machado (2003), como regra geral nos estudos sobre a prática profissional no jornalismo digital, são tomados como parâmetros pelos pesquisadores os procedimentos usados nos meios convencionais, transplantados como elementos estruturais do sistema de produção de conteúdos das publicações jornalísticas no ciberespaço.

Além disso, ele acrescenta que a falta de clareza sobre as consequências para o jornalismo da disseminação do suporte digital dificulta a compreensão plena das particularidades da prática jornalística nas redes, das mudanças no perfil do profissional, na estrutura organizacional das empresas jornalísticas e das funções que o usuário passa a ocupar no sistema de produção de conteúdos.

Machado (2003) revela, ainda, que na contramão do uso instrumental dado aos computadores durante o processo gradual de entrada destes equipamentos nas redações jornalísticas, “a disseminação do jornalismo digital, enquanto uma nova modalidade jornalística, pressupõe a criação de técnicas de pesquisa e apuração adequadas ao entorno constituído pelas redes telemáticas (MACHADO, 2003, p. 20).

O autor conceitua que o jornalismo de precisão, elaborado no começo dos anos 70 para definir o trabalho jornalístico no cenário das sociedades complexas, revela os limites dos primeiros modelos de digitalização nas redações. Quando enquadra a tecnologia como apêndice do processo, que serve para aperfeiçoar as ações dos jornalistas sem implodir os fundamentos então consagrados pela prática, em vez de contribuir para mudar a essência da profissão, o jornalismo de precisão, como mais tarde, a reportagem assistida por computador, passa ao largo das implicações que a tecnologia poderia representar para o exercício do jornalismo.

Machado (2003) mostra um diagnóstico do sistema de produção do jornalismo nas sociedades contemporâneas, revelando a existência de dois tipos diferentes de uso das redes telemáticas: no primeiro, as redes são concebidas como ferramenta auxiliar para a elaboração de conteúdos para os meios clássicos, ainda abastecidos com métodos clássicos de coleta de dados, enquanto que, no segundo, todas as etapas do sistema jornalístico de produção – desde a pesquisa e apuração até a circulação dos conteúdos – estão circunscritas as fronteiras do ciberespaço (MACHADO, 2003, p. 22-23).

Segundo o estudioso, sem incorporar as particularidades do jornalismo digital, o primeiro modelo representa a aplicação do conceito de jornalismo assistido por computador, que permite o uso dos conteúdos das redes nos meios convencionais sem alterações essenciais no conjunto das práticas de todos profissionais dentro das redações, porque o conceito de jornalismo assistido por computador identifica o processo de coleta de dados com auxílio do

computador e que, para Nora Paul (1999 *apud* MACHADO, 2003), abrange quatro modalidades: 1) reportagem, 2) pesquisa, 3) referência e 4) encontro:

na reportagem o jornalista conta com os recursos de programas especializados para cálculos complexos, programas estatísticos para análises de dados extensos e programas para construção de arquivos próprios, capazes de contextualizar os fatos e identificar tendências futuras. Enquanto a reportagem assistida por computador trabalha com fontes primárias como entrevistas ou observações, a pesquisa utiliza fontes secundárias como relatórios, artigos ou disponíveis nos bancos eletrônicos de dados. A referência permite a consulta a fontes como dicionários em meios como CD-ROMs ou nas próprias redes. Os encontros são possíveis nas listas ou nos grupos de discussão, lugares em que os jornalistas têm a chance de participar das discussões, acompanhar as opiniões de especialistas em esferas específicas e descobrir futuras fontes para reportagem. (MACHADO, 2003, p. 23)

Um grande problema encontrado por Machado (2003) é o fato de a estrutura descentralizada do ciberespaço complicar o trabalho de apuração dos jornalistas nas redes devido à multiplicação das fontes sem tradição especializada no tratamento de notícias, espalhadas agora em escala mundial. Isto ocorre porque nos sistemas convencionais de jornalismo a preferência pelas fontes oficiais representa uma estratégia dos profissionais para obter dados fidedignos de personalidades reconhecidas, respaldadas pelo exercício de uma função pública. Uma característica que, mesmo decorrente da estrutura social que predomina nas sociedades industriais, quando elegida como critério decisivo para a definição das pautas, arrisca a credibilidade da publicação pelo tom oficialista dos conteúdos. Na medida que a arquitetura descentralizada do ciberespaço desarticula o modelo clássico, o exercício do jornalismo nas redes telemáticas depende do estabelecimento de critérios capazes de garantirem a confiabilidade do sistema de apuração dentro de um entorno com as especificidades do mundo digital.

Machado (2003) relata ainda que

a novidade do jornalismo digital reside no fato de que, quando fixa um entorno de arquitetura descentralizada, altera a relação de forças entre os diversos tipos de fontes porque concede a todos os usuários o *status* de fontes potenciais para os jornalistas. Se cada indivíduo ou instituição, desde que munido das condições técnicas adequadas, pode inserir conteúdos no ciberespaço devido a facilidade de domínio de áreas cada vez mais vastas, fica evidenciada tanto uma certa diluição do papel do jornalista como único intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na esfera

pública, quanto das fontes profissionais como detentoras do quase monopólio do acesso aos jornalistas. A possibilidade de dispensa dos intermediários entre as fontes e usuários implode com a lógica do predomínio das fontes profissionais porque transforma os próprios usuários em fontes não menos importantes. (MACHADO, 2003, p. 27-28)

Machado (2003) apresenta que o estabelecimento de uma relação sem intermediários entre as fontes e os usuários decorrente das características da tecnologia digital permite concluir que a pesquisa sobre as fontes não circunscreve mais as relações dos jornalistas com as fontes oficiais ou com fontes institucionalizadas pautadas por uma lógica de ação estratégica, comportando-se como elemento estrutural não menos importante os usuários como fontes para o jornalismo. Com a multiplicação das fontes provocada pela facilidade de obtenção de dados armazenados nas páginas individuais, nos bancos de dados públicos e nas redes de circulação de notícias aumenta a chance de ocorrer um deslocamento do lugar das fontes da esfera do oficial ou do oficioso para o domínio público. 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.

Diante disso, Machado (2003) exemplifica um projeto conversador para o formato digital, a saber, a publicação jornalística e digital conhecida como *Último Segundo*, do portal *IG*, pois trata-se de uma proposta original:

Trata-se do *leitor-repórter IG* em que os usuários do portal podem enviar sugestões de reportagens e textos ao *Último Segundo*. Com o *Leitor-Repórter*, a publicação incentiva a participação dos internautas na solução dos problemas de cada comunidade, cidade ou do próprio país. Dividido em duas modalidades: notícias e reportagens. O *Leitor-Repórter IG*, que prioriza notícias em tempo real, possibilita que o usuário faça denúncias e divulgue fatos de qualquer parte do mundo; para participar, o leitor que presenciar um fato inusitado pode mandar uma mensagem para a Redação. Se for o caso, o *Último Segundo* faz nova apuração e checagem dos dados antes de colocar a notícia do colaborador no ar. No caso das reportagens, o leitor pode enviar textos e fotos para reportagens especiais sobre algum tema de livre escolha. (MACHADO, 2003, p. 29)

O estudioso revela, ainda, que a inclusão dos usuários como fontes coloca na agenda da pesquisa sobre o campo jornalístico um aspecto até agora negligenciado pelos códigos de

ética do jornalismo convencional: as responsabilidades dos usuários das redes como fontes para os jornalistas. Uma omissão justificada no jornalismo convencional porque a notícia que chega ao público depende de uma negociação direta entre jornalistas e fontes, cabendo ao leitor, ao ouvinte e ao telespectador a função de consumidor dos conteúdos.

Machado (2003) conclui que,

como a experiência do projeto *Leitor-Repórter do IG* indica, daqui para frente é provável que, cada vez mais, o cidadão comum disponha de condições para entrar no circuito de produção da notícia. Em contrapartida, do mesmo modo que o jornalista no exercício da profissão deve cumprir com o código de ética que resume os procedimentos deontológicos, a participação do usuário enquanto fonte ou colaborador revela a necessidade de uma atualização dos códigos de ética profissional com a definição dos direitos e deveres dos usuários como fontes, alargando um processo antes restrito aos jornalistas e aos membros do público detentores de cargos oficiais ou envolvidos nos fatos. (MACHADO, 2003, p. 30)

Machado (2003) esclarece que sem a necessidade da presença dos jornalistas no local, a redação do jornal digital ocupa o lugar de um centro de gravidade para onde converge o fluxo de matérias enviadas pelos profissionais, colaboradores e usuários do sistema. Em vez da divisão em editoriais específicas como ocorre no jornalismo convencional, nas redações digitais os membros da publicação são dispostos de forma mais livre para facilitar o trabalho sobre uma temática comum.

Como a descentralização da produção dos conteúdos dificulta o contato direto entre os profissionais, a construção de redes de comunicação internas evita o isolamento entre os colegas, contribuindo para que o produto final seja o resultado de um esforço coletivo. Quanto mais cada profissional envolvido com o projeto estiver vinculado à construção da rede interna de comunicação, maiores são as possibilidades de troca de dados ou experiências, porque o segredo do sucesso de uma rede de comunicação reside na diversidade de fontes disponíveis.

A seguir, apresentaremos o capítulo intitulado de “O site Jornal do Brasil em foco: um olhar webjornalístico” que funciona para este trabalho monográfico como o momento da discussão teórico-analítico-descritiva.

CAPÍTULO III

O SITE JORNAL DO BRASIL EM FOCO: UM OLHAR WEBJORNALÍSTICO

3.1 O pioneirismo do Jornal do Brasil

Fundado no Rio de Janeiro em 1891 por Rodolfo Sousa Dantas e Joaquim Nabuco, dirigido em 1893 por Rui Barbosa, o *Jornal do Brasil* possuiu diferentes donos até tornar-se propriedade, em 1919, do empresário Ernesto Pereira Carneiro, assim conta Abreu (2003) no capítulo “*JORNAL DO BRASIL – Uma reforma famosa*”.

Abreu (2003) conta-nos que em seus primeiros anos, o jornal se interessou por temas políticos e literários e alcançou grande prestígio. Mas, após uma série de dificuldades financeiras, transformou-se, na década de 1930, num “boletim de anúncios”, deixando de lado os grandes temas. Suas primeiras páginas passaram a ser inteiramente ocupadas por classificados. Foi nesta época que recebeu o apelido pejorativo de “jornal das cozinheiras”, devido ao grande número de anúncios de pessoas que buscavam empregadas e empregados domésticos.

O estudioso revela, ainda, que a primeira grande mudança ocorrida no jornal foi justamente quando em 1949 o conde Pereira Carneiro convidou o advogado Manoel Francisco do Nascimento Brito – que era casado com sua enteada, Leda Marchesini – para ser consultor jurídico do *Jornal do Brasil* e da *Rádio Jornal do Brasil*. O conde se afastou do jornal por motivo de doença em 1952 e faleceu dois anos depois, em 1954. Assim, a direção do jornal passou para as mãos da condessa Maurina Dunshee de Abranches Pereira Carneiro. E foi a condessa quem, juntamente com o seu genro, deu início à transformação do jornal, acabando de vez com o boletim de anúncios em que se transformara o *Jornal do Brasil* para dar lugar a um órgão de grande destaque, que teria forte influência nas transformações posteriores da imprensa brasileira.

Abreu (2003) conta que num momento em que o país passava por profundas mudanças no plano econômico e social, ingressando na fase da industrialização intensiva, assistia-se a manifestações culturais de vanguarda na arquitetura, nas artes plásticas, na literatura, na música e no cinema, cujo objetivo comum era a preocupação de fazer uma reflexão crítica sobre a produção existente e a aspiração de construir o “novo”. Foi neste clima que a reforma do *Jornal do Brasil* se realizou como resultado da confluência de algumas iniciativas: a compra por Nascimento Brito de um novo equipamento gráfico e outras modificações principalmente na diagramação, fotos e na maneira de mostrar as matérias.

Essas mudanças foram acompanhadas por uma melhor definição da linha editorial. Ao contrário da maioria dos jornais do período, o *JB* procurou se distanciar dos partidos políticos e se posicionar de forma isenta frente aos acontecimentos mais candentes que mobilizavam a sociedade. Tornou-se rapidamente um jornal de prestígio junto à elite intelectual. Manteve-se, entretanto, como um órgão “católico, liberal-conservador, constitucional e defensor da iniciativa privada. (ABREU, 2003, p. 72)

Abreu (2003) revela ainda que em dezembro de 1958 Odylo Costa Filho e vários jornalistas deixaram o *JB*, mas isto não impediu que as inovações continuassem. Em 1959, sob a orientação de Amílcar de Castro, o jornal sofreu profundas alterações gráficas. A primeira página foi totalmente reestruturada, passando a ser ocupada pelo noticiário e reservando apenas uma pequena faixa em forma de L para os classificados. Em 1960 surgiram o Caderno C, de classificados, e o Caderno B, voltado para as artes em geral, com destaque para o cinema e o teatro.

Foi nesse momento, em 1962, que Alberto Dines assumiu a direção do jornal e consolidou sua reforma, reestruturando a redação. Surgiram então às reuniões regulares da redação, organizaram-se as editorias (inclusive a de fotografia, coisa que não existia), foram criados o arquivo e o departamento de pesquisa do jornal. Uma das contribuições de Dines foi o seu papel pioneiro do *media criticism* no país. Este espaço de discussão sobre o desempenho da mídia, sobre a responsabilidade e a ética jornalística se abriu quando ele criou os Cadernos de Jornalismo no *Jornal do Brasil*. Esta experiência iria prosseguir com a coluna “Jornal dos Jornais”, na Folha de S. Paulo (1975-1977), e se estenderia mais tarde à Universidade de Campinas, com a criação do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), nos anos 90, e estaria na origem do *Observatório da Imprensa*, tanto em sua versão na Internet como na versão transmitida pela TVE.

Em seguida, Alberto Dines revela a Abreu (2003) muitas nuances das mudanças ocorridas no *Jornal do Brasil*, principalmente os momentos difíceis no período da ditadura militar e de como eles driblavam os censores.

Sobre as novas tecnologias, Abreu (2003) lembra que a imprensa, nos últimos anos, mudou tecnicamente e questiona Dines se estas mudanças melhoraram a qualidade dos jornais brasileiros. A resposta de Dines foi:

Não, aqui no Brasil foi o contrário. A tecnologia, que deveria significar avanços de qualidade ou de tempo, aqui no Brasil não representou melhora de qualidade, ao contrário: os jornais hoje fecham mais cedo, são feitos num período de tempo muito mais curto do que na minha época. Estou cansado de dizer isso. Inventaram que eles têm que ser jornais nacionais, coisa que efetivamente não são, e que têm que estar às seis da manhã em vários lugares. O conceito de nacional, hoje, é um triângulo: Minas, Rio e São Paulo. Um pouquinho de Brasília também. Os jornais têm que estar cedo nesses lugares, portanto têm que rodar mais cedo, e têm que fechar mais cedo. O tempo para fazer fica muito menor. Hoje, os jornais fecham depois do *Jornal Nacional*. Assistem ao *Jornal Nacional* e fecham. (ABREU, 2003, p. 165)

É necessário afirmar também que ao pesquisar por livros e textos acadêmicos na Internet, em sites de busca mais qualificados como o Google Livros e Google Acadêmico, as expressões “jornal”, “brasil” e “webjornalismo”, tornaram-se genéricas, dificultando ainda mais difícil ao pesquisador encontrar dados mais precisos sobre um dos mais importantes jornais brasileiros, o *Jornal do Brasil*. Na maioria dos livros que encontramos, ou pequenas citações, muitos foram enfáticos em afirmar o pioneirismo do *Jornal do Brasil* em publicar o jornal na Internet, mas nenhum deles se dispôs a abordar de forma mais contundente os motivos que levaram este jornal a ser o pioneiro. Daí, o fato de que, como “arqueólogos”, encontramos pequenos fragmentos espalhados aqui e ali, para ilustrar este capítulo.

Ao abordar a importância do jornalismo na Internet, bem como seu planejamento e produção da informação, Pinho (2003) nos revela que

o recente surgimento e desenvolvimento da atividade jornalística na Internet, como adverte o jornalista Leão Serva (em Moherdauí, 2000: 11), “ainda espera um conjunto de procedimentos que consolide as diversas novidades impostas pelas características dos novos meios e, ao mesmo tempo, aponte aquilo que, por ser essencial à atividade jornalística, permanecerá nestes novos meios”. (PINHO, 2003, p. 113)

Pinho (2003) esclarece que são essas mesmas características de um novo meio como a World Wide Web – uma síntese de todas as mídias, com as vantagens visuais da TV, a mobilidade do rádio, a capacidade de detalhamento e análise do jornal e da revista, e a interatividade da multimídia – que tornam promissor o jornalismo na Web e podem representar uma nova revolução para a atividade.

Além disso, o autor explica que, qualquer que seja a sua denominação – jornalismo digital, jornalismo on-line ou webjornalismo –, o jornalismo marca sua presença na World Wide Web oferecendo informação e conteúdo, em especial nos sites de jornais e revistas impressas que migraram para a rede mundial, nos sites de agências de notícias, nos sites noticiosos especializados, nos portais e nos sites de instituições e empresas comerciais.

Pinho (2003) relata-nos que quando a World Wide Web surgiu, em 1991, como a parte multimídia da Internet, os aficionados da rede mundial nem de longe puderam avaliar o impacto que a invenção iria causar na comunicação. Em um primeiro momento, os jornalistas, que utilizavam os computadores apenas para redigir e editar textos, começaram a usar os *browsers* (navegadores de Internet) de maneira incipiente, como um novo recurso para o acesso a informações disponibilizadas em bancos de dados e em sites de todo o mundo.

Apesar de inspiradas no exemplo e no sucesso de versões on-line de revistas e jornais norte-americanos e ingleses, não demorou muito para que tradicionais empresas jornalísticas brasileiras ingressassem na World Wide Web.

A primeira iniciativa partiu do Grupo O Estado de São Paulo que, em fevereiro de 1995, colocou a Agência Estado na rede mundial. No dia 28 de maio do mesmo ano, informa Moherdau (2000: 22), coube ao *Jornal do Brasil* a primazia de ser o primeiro veículo a fazer uma cobertura completa no espaço virtual, seguido por outros títulos da grande imprensa, como o *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *O Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Diário de Pernambuco* e *Diário do Nordeste*. (PINHO, 2003, p. 114)

Manta (2000 *apud* PINHO, 2003), por sua vez esclarece que

a entrada de jornais e revistas na Internet inaugura um novo veículo de comunicação que reúne características de todas as outras mídias e que tem como suporte as redes mundiais de computadores. O jornalismo digital representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias. O papel (átomos) vai cedendo lugar a impulsos eletrônicos (bits) que podem viajar a grandes velocidades pelas autoestradas da informação. Estes bits podem ser atualizados instantaneamente na tela do computador na forma de textos, gráficos, imagens, animações, áudio e vídeo; recursos multimídia que estão ampliando as possibilidades da mídia impressa. (MANTA, 2002 *apud* PINHO, 2003, p. 115)

Pinho (2003) conclui que, na medida em que a Internet representa um mercado em evolução devido ao crescimento exponencial da rede mundial, os grandes grupos editoriais e de comunicação brasileiros também marcam sua presença no mundo virtual, interessados no elevado potencial de futura geração de receitas propiciadas pelo usuário da Internet, ávido, fundamentalmente, por conteúdo e informação.

Após essa outra mudança que marcou a história do *Jornal do Brasil*, este jornal passou por uma outra mudança e porque não dizer marcou a história do jornalismo brasileiro com seu pioneirismo ao modificar o tamanho do jornal impresso, antevendo que a crise econômica iria novamente afetar o jornal. Tanto que passados alguns anos após esta mudança o *Jornal do Brasil* deixou de circular sua edição impressa, investindo, apenas, em sua página na World Wide Web.

3.2 Características e funcionalidades do site Jornal do Brasil

A prática do jornalismo no ciberespaço define-se pelo uso de aparelhos multimídia na pesquisa, produção e distribuição de notícias e informações. No entanto, devido aos avanços tecnológicos, a sua definição está em constante transformação.

Ainda na década de 1990, o termo jornalismo digital ou ciberjornalismo correspondia às versões desenvolvidas para Web dos jornais impressos. Destacamos que,

contudo, esse panorama mudou. Atualmente, os sites noticiosos passaram a não somente reproduzir o conteúdo divulgado em sua versão impressa, mas também a disponibilizar informações adicionais sobre o assunto que não foram incluídas na versão impressa ou, informações complementares como por exemplo: vídeos, animações, entre outros recursos multimídia. Ou seja: o meio digital propicia a viabilização de produzir e distribuir conteúdo multimídia de forma rápida e precisa a fim de possibilitar a interatividade e com isso, despertar o interesse e a participação do público. (RASÊRA, 2010, p. 03)

No sentido de atender as necessidades cada vez mais crescentes da sociedade global, os recursos tecnológicos vão sendo desenvolvidos e condicionando acomodações por parte daqueles que, através dos portais, disponibilizam serviços via Web.

Ferrari (2009) mostra que os portais podem ser classificados em horizontais e verticais. Os horizontais constituem os maiores volumes de tráfego na rede mundial de computadores. Já os verticais surgiram em 1999 com a busca dos usuários interessados em conteúdo e serviços personalizados.

Eles representam um espaço de interação na Internet reconhecido pela especialização do serviço prestado. Trata-se, portanto, de um trabalho especializado ou verticalmente focado em um conjunto de assuntos para uma comunidade de interesses comuns.

“Os portais verticais representam o perfeito casamento entre comunidade e conteúdo, uma vez que permitem personalização e interatividade com o usuário. Apresentam audiência segmentada, com tráfego constante e dirigido. Conseguem a fidelidade do usuário” (FERRARI, 2009, p. 36-37).

Ainda para Ferrari (2009)⁵, o conceito de portal remonta a um site que precisa reunir certos requisitos, a saber:

- *Ferramentas de busca*: “com o advento dos sites de busca por palavras-chave, os usuários começaram a “surfear” pelas teias da grande rede” (FERRARI, 2009, p. 30-31, grifos da autora);
- *Comunidades*: “conhecer as preferências de consumo e o perfil dos frequentadores ajuda o portal a mensurar o valor do negócio” (FERRARI, 2009, p. 31);
- *Comércio eletrônico (e-commerce)*: “essa seção se assemelha aos *shopping centers*, que, embora ofereçam vários tipos de produtos, dão maior ênfase a determinadas áreas” (FERRARI, 2009, p. 31);
- *E-mail gratuito*: “um dos primeiros recursos para manter um usuário fiel ao portal foram os e-mails gratuitos” (FERRARI, 2009, p. 31);
- *Entretenimento e esportes*: “são as duas áreas de maior visitação nos portais. Em esportes, predomina o conceito de global e local. Em entretenimento, os portais abusam de guias de TV a cabo, cinema e teatro, sites de astros e de “focofocas”” (FERRARI, 2009, p. 31, grifos da autora);

⁵ Agradecemos a Nascimento e Xavier (2011) por nos cederem a discussão feita sobre as características dos portais realizada através da retextualização do material contido em Ferrari (2009).

- *Notícias*: “em 1998, os portais norte-americanos passaram a acrescentar noticiário jornalístico as home pages, seja como simples links diretos para os veículos ou por parcerias de conteúdo” (FERRARI, 2009, p. 32);
- *Previsão do tempo*: “informar a previsão do tempo para cidades de todo o planeta, com a probabilidade de mudanças climáticas repentinas” (FERRARI, 2009, p. 32);
- *Chat*: “a possibilidade de agrupar pessoas geograficamente distantes faz com que o chat seja um grande gerador de *page views*⁶ nos portais” (FERRARI, 2009, p. 32);
- *Discos virtuais*: “são sites que disponibilizam, gratuitamente, um espaço em seus servidores para o usuário armazenar qualquer tipo de arquivo” (FERRARI, 2009, p. 32);
- *Home pages pessoais*: “espaço e ferramentas para que o usuário confeccione sua própria página, seja para expor fotos da família, hospedar um trabalho escolar ou mesmo colocar seu currículo na rede” (FERRARI, 2009, p. 33);
- *Jogos on line*: “as áreas de entretenimento *on line* são, assim como os chats, grandes geradoras de *page views*” (FERRARI, 2009, p. 33);
- *Páginas amarelas*: “guias de endereços comerciais separados por assunto. Há portais que criaram suas próprias páginas amarelas, enquanto outros simplesmente transportam o leitor para os sites das empresas geradoras desse tipo de conteúdo” (FERRARI, 2009, p. 33-34);
- *Mapas*: “mapas de ruas, cidades, estradas, tráfego aéreo, enfim, tudo o que o usuário imaginar em matéria de mapas está na rede. A sofisticação do serviço permite, por exemplo, escolher o melhor caminho” (FERRARI, 2009, p. 34);
- *Cotações financeiras*: “portais focados no mercado financeiro transformam suas home pages em verdadeiras ante-salas dos pregões internacionais, com noticiário, bastidores, especulações e todo o tipo de conteúdo pertinente ao assunto” (FERRARI, 2009, p. 34);

⁶ “É o número de acessos a uma determinada página da Internet. É usado, geralmente, para medir a popularidade de um site” (FERRARI, 2009, p. 101).

- *Canais*: “de conteúdo original ou terceirizado, os canais num portal servem para ajudar o usuário a navegar e demarcam os assuntos estratégicos para a solidez do portal como negócio” (FERRARI, 2009, p. 34);
- *Mapa do site*: “mapa do site com todos os nomes dos canais, seções e serviços, normalmente dispostos em ordem alfabética e todos os gráficos por links” (FERRARI, 2009, p. 34) e
- *Personalização*: “produtos e serviços customizados às suas necessidades” (FERRARI, 2009, p. 35).

Sendo assim, a utilização das mídias digitais possibilitou ao jornalismo o surgimento de novas ferramentas para a produção jornalística, levando a adaptação de determinadas funções e práticas para o jornalismo na rede, além de possibilitar uma maior interatividade entre os produtores e consumidores de notícias.

E, nesse sentido, podemos observar que o webjornalismo está inserido em um novo ambiente comunicacional que possibilita a produção de um texto específico, explorando, assim, todas as potencialidades da rede. Para Palacios (2002), as características do jornalismo produzido para a Web apontam para as seguintes propriedades: interatividade, customização de conteúdo/personalização, hipertextualidade, multimídia/convergência e memória.

Destacamos, então, como características presentes no webjornalismo:

Interatividade – a notícia on-line possui a capacidade de fazer com que o ciberleitor sinta-se parte do processo;

Customização de Conteúdo – também denominada de personalização, consiste em produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais dos usuários;

Hipertextualidade – característica específica do jornalismo on-line, que traz a possibilidade de interconectar textos através de links;

Multimídia/Convergência – no webjornalismo, a multimídia trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais;

Memória – o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior no webjornalismo do que em outros suportes de mídias.

Para Mielniczuk (2003a) estas características refletem as potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a Web. Ainda de acordo com a autora, tais possibilidades não se traduzem necessariamente em aspectos efetivamente explorados pelos sites jornalísticos. Para tanto, observaremos a presença destas cinco características no site do Jornal do Brasil.

Antes de iniciarmos a análise das propriedades que configuram o jornalismo produzido para a Web convém definirmos o que é webjornalismo. Tendo como referência os estudos de Mielniczuk (2003a), o termo webjornalismo explica que trata de uma parte específica da *Internet*: a nomenclatura encontra-se relacionada com o suporte técnico – para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos telejornalismo; o jornalismo desenvolvido para o rádio, chamamos de radiojornalismo e chamamos de jornalismo impresso àquele que é feito para os jornais impressos em papel.

Logo, o webjornalismo⁷ apresenta um grau de amadurecimento notável e acompanha a adequação de profissionais e leitores à lógica peculiar de funcionamento da *Internet*, marcada pela velocidade de fluxos de informação e pelo potencial interativo. Dentro deste contexto, entendemos o site do Jornal do Brasil como um exemplo contemporâneo das atividades webjornalísticas.

Apresentamos a análise descritiva desenvolvida.

3.2.1 Interatividade

Algumas características da Web são oriundas de outros meios de comunicação, mas são extremamente potencializadas na rede mundial de computadores. A interatividade é uma das que passaram por esta reconfiguração, pois o simples ato de se navegar através do hipertexto já configura uma situação de interação.

O conceito de interatividade quase sempre está associado às novas mídias, em especial a Internet. Não está convencionada apenas a uma troca de comunicação, mas também faz parte da geração de conteúdo.

⁷ Para elucidar com mais propriedade as características peculiares do webjornalismo, bem como de outras atividades que hospedam material jornalístico na rede, sugerimos a leitura, na íntegra, dos textos de Mielniczuk (2003a; 2003b) e Nascimento e Xavier (2011), contidos nas referências deste trabalho.

Segundo Canavilhas (2001), a notícia é apenas o passo inicial para o processo jornalístico na Web, que pressupõe a participação do leitor como decisiva. No webjornalismo, a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria. Deve funcionar apenas como o “tiro de partida” para uma discussão com os leitores. Para além da introdução de diferentes pontos de vista enriquecer a notícia, um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, logo, comprovando que aquele conteúdo foi apreciado pelos leitores.

Além disso, Canavilhas (2001) afirma que uma das grandes possibilidades do webjornalismo é a interação direta e imediata do ciberleitor com o produtor da notícia. Neste contexto, destaca-se o surgimento do jornalismo colaborativo, com a participação do público que, de mero receptor da informação, passa agora a produtor de notícias, enviando conteúdo para as redações jornalísticas.

Vejamos nas Figuras 01 – Espaço “Leitor Repórter” do site Jornal do Brasil –, 02 – Página Espaço “Leitor Repórter” do Jornal do Brasil – e 03 – Espaço destinado à publicação de comentários –, exemplos de situações concretas de interação comunicativa no âmbito das práticas do webjornalismo:

The image shows a screenshot of the 'Leitor Repórter' section on the Jornal do Brasil website. The page is titled 'Leitor Repórter' and describes it as a collaborative journalism channel. It encourages users to send text, photos, audio, and video. A red box highlights the 'Leitor Repórter' header and a button labeled 'envie uma matéria'. Below this, there are sections for 'Facebook' and 'Enquete'. The 'Enquete' section contains a poll question: 'Deve haver acareação entre Demóstenes e Cachoeira no Conselho de Ética?' with options 'Sim' and 'Não'. To the right, there are several advertisements for products like 'Desktop Novo p/ Empresa?', 'Core i7 Firestorm', and 'Vagas na Odebrecht'. At the bottom, there is a navigation bar with 'Editorias', 'Colunistas', and 'Jornal do Brasil'. A second red box highlights a text box containing the text: 'Link que direciona o leitor/usuário à página específica para o envio de material jornalístico para o Jornal do Brasil.', with a line pointing to the 'envie uma matéria' button.

FIGURA 01 - Espaço "Leitor Repórter" do site Jornal do Brasil

Ao clicar no link “Leitor Repórter”, o usuário é conduzido a uma página que traz um formulário que deverá ser preenchido com os dados referentes à sua matéria, como título, corpo da matéria, observações e crédito da reportagem, além da possibilidade do envio de material midiático, através de arquivos anexados tais como fotos e arquivos de áudio e vídeo, conforme veremos na Figura 02 – Página Espaço “Leitor Repórter” do Jornal do Brasil.

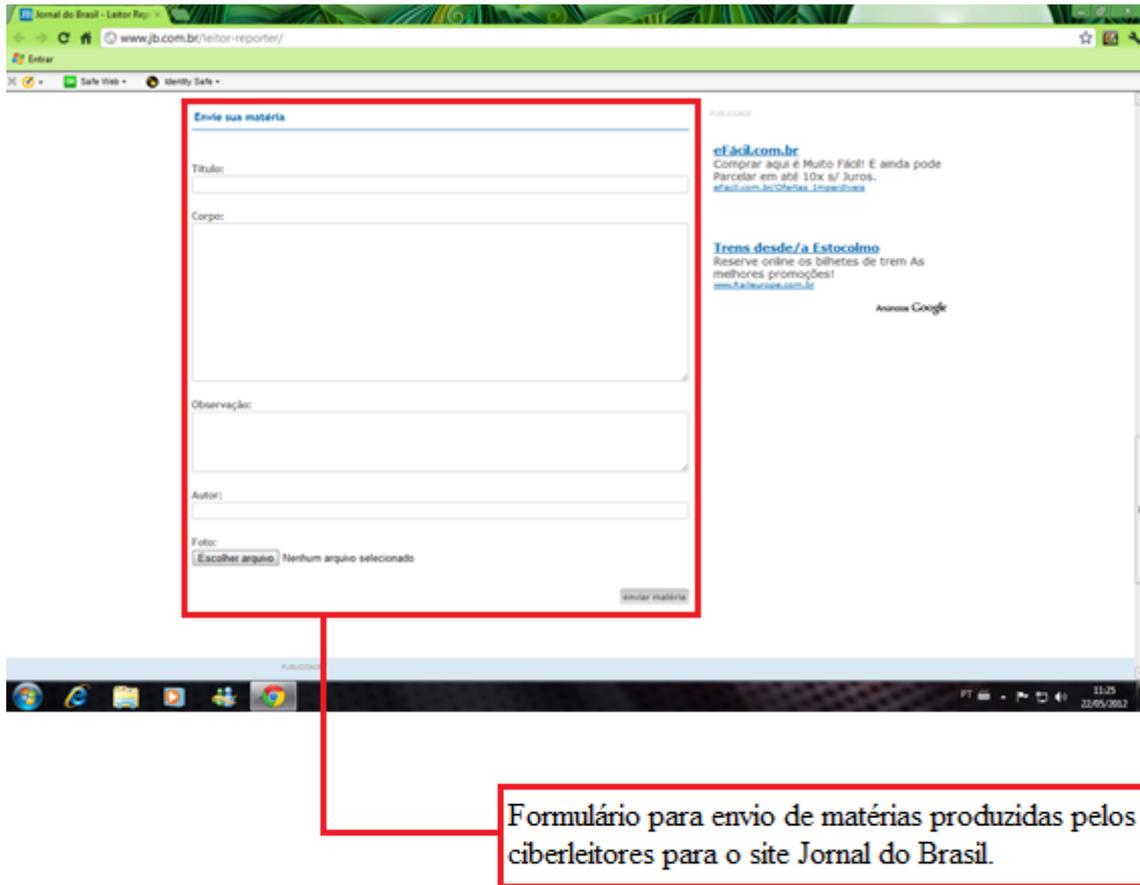


FIGURA 02 - Página "Leitor Repórter" do site Jornal do Brasil

Na figura 03 é possível se observar o espaço destinado para postagens de comentários por parte dos internautas sobre as matérias publicadas pelo jornal. Neste espaço podemos identificar que, caso o internauta deseje postar algum comentário, será necessário que o mesmo digite algumas informações pessoais, tais como o seu nome, endereço de e-mail e o nome da cidade em que reside, conforme apresentado na figura a seguir.

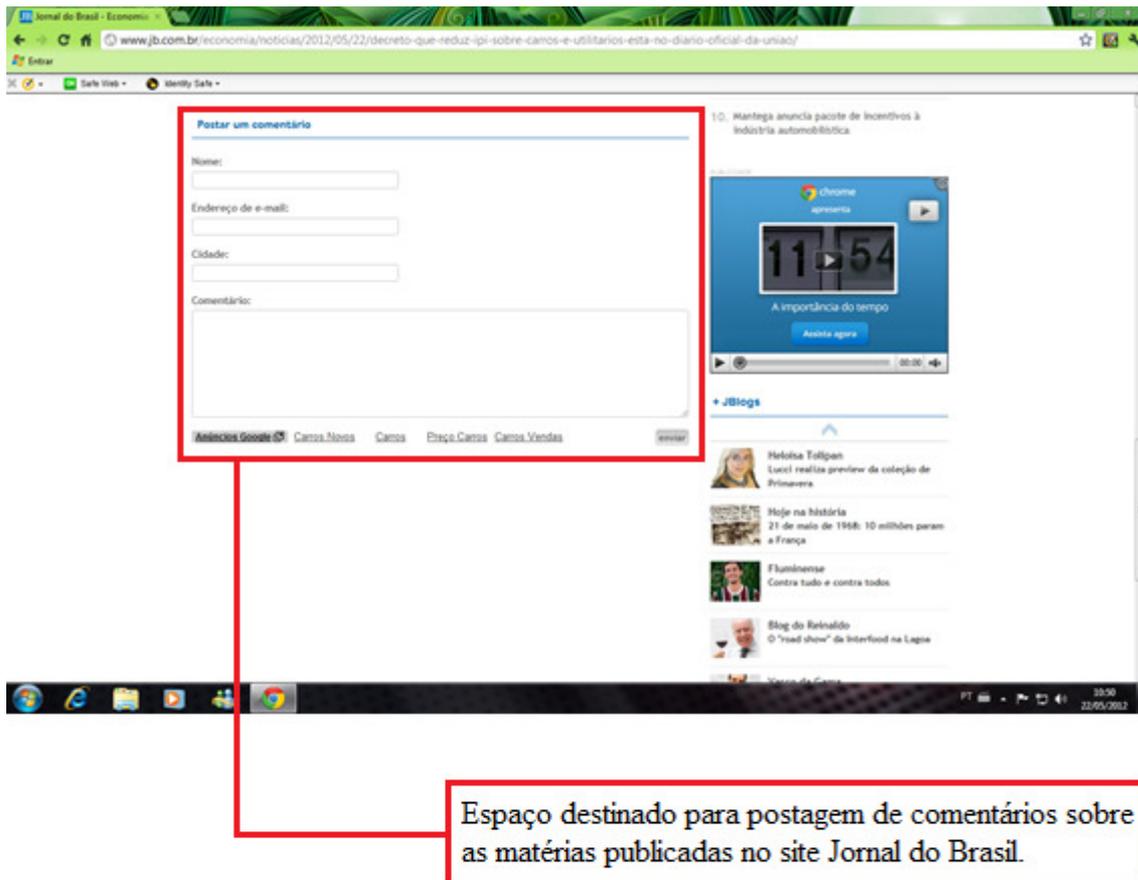


FIGURA 03 - Espaço destinado à publicação de comentários

Atualmente, o webjornalismo também conta com o auxílio das redes sociais que contribuem intensamente para a produção jornalística. Entre estas redes destacam-se a rede social Facebook e o Twitter.

O Facebook é hoje uma das principais redes sociais que auxiliam na divulgação das notícias na Internet, pois os usuários têm a possibilidade de comentá-las dentro da própria rede, gerando, assim, uma discussão em torno do assunto, permitindo que outros usuários vejam as notícias.

Vejamos nas Figuras 04 – Perfil do Jornal do Brasil no Facebook – e 05 – Perfil do Jornal do Brasil no Twitter – as páginas dos respectivos perfis do Jornal do Brasil nas redes sociais Facebook e Twitter:



FIGURA 04 - Perfil do Jornal do Brasil no Facebook

A rede social Twitter também tem desempenhado um papel muito importante para a divulgação de notícias, pois hoje a maioria dos grandes portais jornalísticos participam do microblogging postando através deste links para suas matérias. Soma-se a isto o reforço por parte dos usuários através da função retweet. É por meio desta função que o usuário compartilha o tweet⁸ com seu grupo de seguidores que, por sua vez, também podem retweetar⁹, possibilitando que a notícia se espalhe cada vez mais a outros usuários.

A seguir, apresentamos na figura 05 a página do perfil do Jornal do Brasil no microblogging Twitter:

⁸ Tweet – é cada mensagem trocada pelos usuários, onde cada tweet só pode ter no máximo 140 caracteres - Dados encontrados no endereço eletrônico: <http://www.significados.com.br/tweet/>. Pesquisado em 16/05/2012.

⁹ Retweet – que significa replicar algo que foi escrito. No twitter significa que a pessoa copiou, repetiu o texto que outra já tinha escrito, mas aparecendo os devidos créditos - Dados encontrados no endereço eletrônico: <http://www.significados.com.br/tweet/>. Pesquisado em 16/05/2012.



FIGURA 05 - Perfil do Jornal do Brasil no Twitter

Muito além destas novas funções observadas no webjornalismo é possível se identificar, também, uma participação cada vez maior do público consumidor de notícias. Através da utilização destas mídias eletrônicas estes consumidores passaram a ser importantes colaboradores para a produção da notícia, fazendo uso dos espaços cedidos nos sites ou portais das grandes empresas jornalísticas, produzindo e enviando materiais jornalísticos para as redações destas empresas, caracterizando, desta forma, o Jornalismo Colaborativo.

Neste contexto, surge uma nova cultura participativa e interativa, na qual está inserido o Jornalismo Colaborativo, que segundo Moretzsohn (2007) é definido como o ato do cidadão desempenhar um papel ativo no processo de coleta de informações com o objetivo de garantir a notícia independente, confiável e precisa.

3.2.2 Customização de Conteúdo

Trata-se da forma de integrar o ciberleitor no processo jornalístico como um editor, dando-lhe assim a possibilidade de visualizar apenas aquelas informações que lhe interessa.

Através da customização é possível pré-selecionar o conteúdo a ser carregado em um determinado portal, seja através de um cadastro de usuário ou por meio de configurações salvas anteriormente.

Para Mielniczuk (2003b), cada leitor constrói a partir da possibilidade de interatividade oferecida pelo hipertexto, um texto individualizado, personalizado. Pode-se considerar como personalização a possibilidade de cada leitor estabelecer um percurso individualizado de leitura a partir da navegação pelo hipertexto. Assim, cada indivíduo construiria um produto individualizado, fruto de sua leitura (suas escolhas individuais) pelos caminhos oferecidos na narrativa hipertextual. Ou seja, dois leitores ao navegar pelo mesmo hipertexto, ao final, terão lido textos distintos (MIELNICZUK, 2003).

Já Palacios (2002) sistematiza tipos diferenciados de personalização e considera três modelos distintos: a personalização de serviços, a personalização de conteúdo e, por fim, a personalização de fontes. O autor também nos esclarece que este tipo de serviço não se trata de uma exclusividade da Web e que se trata de mais uma das características potencializadas pela utilização da Internet.

No caso do Jornal do Brasil, a personalização é encontrada na possibilidade da aquisição do serviço de assinatura do jornal, o qual dispõe de material exclusivo para seus assinantes, conforme podemos observar na Figura 06 – Página inicial do site Jornal do Brasil – e também na Figura 07 – Matéria exclusiva para assinantes do Jornal do Brasil.



FIGURA 06 - Página inicial do site Jornal do Brasil

Após clicar no link da matéria na página inicial do site, o internauta é conduzido à página da notícia, a qual só disponibiliza parte do conteúdo da matéria, sendo necessário que o usuário faça o login¹⁰ no site, no caso dos assinantes, ou adquira uma assinatura do jornal através de outro link disponibilizado na mesma página ao lado do botão de login dos assinantes, conforme veremos na figura a seguir.

¹⁰ Login – processo de identificação do usuário para o computador, depois que entra em contato com ele através de uma linha de comunicação. Identificar-se a um computador após conectar-se a ele através de uma linha de comunicação. Durante o procedimento, o computador solicita em geral o nome e a senha do usuário - Dados encontrados no endereço eletrônico:

<http://o-que-quer-dizer.blogspot.com.br/2003/01/login.html#.T8PwLtVYs14>. Pesquisado em 16/05/2012.

The image shows a screenshot of a news article on the website 'www.jb.com.br'. The article title is 'Site: Carlinhos Cachoeira é 'governador paralelo' de Goiás'. The article text discusses the influence of Carlinhos Cachoeira in the state of Goiás. A red box highlights the main article content. Below the article, there is a section for 'Conteúdo exclusivo para assinantes' with two buttons: 'Fazer Login' and 'Assinar Agora'. A red box highlights this section. To the right, there is a sidebar with a list of 'Lidas em Informe JB' and a Facebook widget. A red box highlights the 'Assinar Agora' button. Two callout boxes with red borders and lines pointing to the highlighted elements contain the following text:

Matéria exclusiva produzida para os assinantes do Jornal do Brasil.

Links para login de assinantes e para aquisição de novas assinaturas do Jornal.

FIGURA 07 - Matéria exclusiva para assinantes do Jornal do Brasil

3.2.3 Hipertextualidade

A hipertextualidade é sem sombras de dúvida a principal responsável pela estrutura da Web, pois este tipo de formatação possibilita todas as outras características presentes na rede. Podemos, então, caracterizar o hipertexto como sendo a ligação por meio de links e esta é à base de todo o webjornalismo.

Mielniczuk (2003b) nos esclarece que

a Hipertextualidade antecede todas as outras características, porque a implantação dessas só acontece através daquela. Em outras palavras, para aplicar qualquer recurso relacionado às características da multimídia, interatividade, memória, personalização e atualização contínua é preciso fazê-lo através do esquema de leixas e links. [...] Para confirmar a afirmação de que o hipertexto é a mais importante das características, basta fazermos algumas perguntas: – existe multimídia/convergência sem o hipertexto? – a interatividade, enquanto situação de navegação, ocorre sem o hipertexto? – é possível acessar os serviços referentes à memória, à atualização contínua e à personalização senão através do hipertexto? Para todas as questões, a resposta parece ser não. Aliás, cabe ainda uma outra pergunta: existe o webjornal sem o hipertexto? Também a resposta é não. Por mais arraigado aos formatos dos suportes anteriores, sempre o webjornal está inscrito sob a lógica hipertextual, utilizando-se dos recursos de textos fragmentados em leixas interconectados por links. (MIELNICZUK, 2003b, p. 159-160)

Segundo Levy (1993), o hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Nós que podem ser palavras, páginas, gráficos, sequências sonoras, vídeos, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos, ou seja, a multimídia também é uma característica do hipertexto.

Para Smith (1995 *apud* CORREIA; ANDRADE, 1997), o hipertexto é uma abordagem de informações na qual os dados são armazenados em uma rede de nós conectados por ligações que também podem conter textos, gráficos, áudio e vídeo, bem como programas de computador ou outras formas de dados.

Também podemos entender o hipertexto como sendo um sistema de organização de informações digitalizadas, um sistema de marcação que possibilita a formatação dos mais variados tipos de conteúdos e dados da Internet.

Capparelli (2002 *apud* PERUZZO, 2006), em se tratando de webjornalismo, define o hipertexto como uma série de blocos de textos jornalísticos conectados entre si e possibilitando ao leitor diversos caminhos de leitura. Nestas condições, estes blocos de texto podem ser constituídos, por exemplo, de uma reportagem principal com diversas retrancas ou nós; podem ser formados por documentos integrais ou parciais que contextualizam determinado fato ou fragmento do fato, registrando seu início ou sua análise no tempo – ou mesmo informações colaterais – a partir de edições anteriores do jornal; podem ter *links* externos, possibilitando ao leitor navegar além da estrutura hipertextual à sua disposição no momento.

Para Melo (2010), o hipertexto é um texto de acessibilidade ilimitada, ou seja, não experimentaria qualquer tipo de censura quanto às ligações que permite estabelecer. Desta forma, podemos concluir que a hipertextualidade trata da possibilidade de interconectar textos através de links. Bardoel e Deuze (2000 *apud* MIELNICZUK, 2003a) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos e sites relacionados ao assunto. No site do Jornal do Brasil, a hipertextualidade ocorre da seguinte forma: existem links para matérias complementares a matéria em destaque como podemos observar na Figura 08 – Página inicial da Editoria “Cultura” do site Jornal do Brasil.

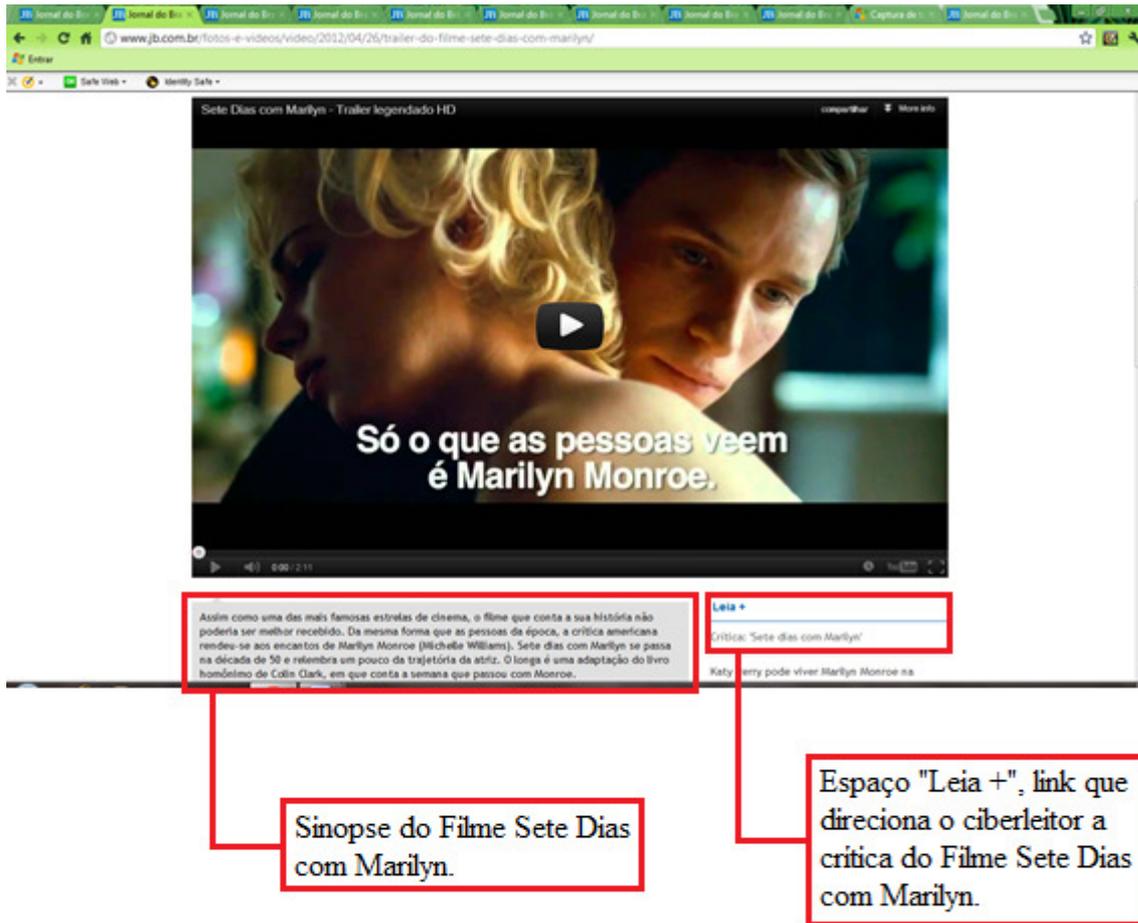


FIGURA 08 - Página inicial da Editoria "Cultura" do site Jornal do Brasil

Ao clicar no link Leia +, o ciberleitor é conduzido à página que traz a crítica do Filme Sete Dias com Marilyn, como veremos na Figura 09 – Página do caderno “Cultura” do Jornal do Brasil.

Cultura

26/04 às 10:20 - Atualizada em 26/04 às 10:45

Crítica: 'Sete dias com Marilyn'

Jornal do Brasil
Júlia Moura

Assim como uma das mais famosas estrelas de cinema, o filme que conta a sua história não poderia ser melhor recebido. Da mesma forma que as pessoas da época, a crítica americana rendeu-se aos encantos de Marilyn Monroe (Michelle Williams). Sete dias com Marilyn se passa na década de 50 e relembra a trajetória da atriz. O longa é uma adaptação do livro homônimo de Colin Clark, em que ele conta a semana que passou com Monroe.

No filme, Colin tem 23 anos e é interpretado por Eddie Redmayne, que retrata com perfeição o deslumbre que a grande estrela causava nas pessoas - principalmente nos homens. O jovem, vindo de Oxford em busca de ascensão na indústria do cinema, consegue um "cargo" de assistente no set de filmagem da comédia romântica *O príncipe encantado*. A estrela é Monroe, no filme que marcou sua estrela no cinema britânico.

Enquanto media os conflitos entre a atriz problema - ela se atrasava para as gravações e não decorava as falas - e o ator e diretor do longa Laurence Olivier (interpretado por Kenneth Branagh), Colin

FedEx
Deixe a FedEx mostrar o que pode fazer por você.
CLIQUE E DESCOBRIR

Facebook

Cadastre-se Crie uma conta ou entre para ver o que seus amigos estão fazendo.

JB Ganhador de concurso acaba 'Café do Puck' de não cumprir promessa de prêmio
12 pessoas recomendam isso.

JB Sexo oral causa mais câncer de garganta que cigarro e bebida, diz pesquisa
13 pessoas recomendam isso.

JB As irmãs de Demétrius Tames e Stepan Norosov
128 pessoas recomendam isso.

JB Da cadeia, Cachoeira mira em Pólio e denúncia propõe de R\$ 500 mil
23 pessoas recomendam isso.

JB Cachoeira é um "brão expulso para a esquadra", diz mulher de contraventor
4 pessoas recomendam isso.

Crítica do Filme Sete Dias com Marilyn, publicada no caderno "Cultura" do Jornal do Brasil, no dia 26/04/2012.

FIGURA 09 - Página do caderno "Cultura" do Jornal do Brasil

3.2.4 Multimídia/Convergência

Palacios (2002) afirma que no contexto do webjornalismo, a multimídia refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. De acordo com o autor, a convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade.

O autor revela, ainda, que a multimídia não é um fator exclusivo da Internet e sim uma característica já presente em outros veículos de comunicação.

A multimídia do Jornalismo na Web é certamente uma continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjunção de formatos midiáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. (PALACIOS, 2002, p. 06)

Conforme Canavilhas (2006), a introdução de novos elementos textuais faz com que o usuário explore a notícia de uma maneira mais pessoal. Ele não pode ser visto mais apenas como leitor, telespectador ou ouvinte meramente passivo, já que a webnotícia integra recursos multimidiáticos, exigindo uma leitura multilinear.

Dessa forma, podemos, então, delimitar a multimídia como um importante recurso da hipertextualidade. Isto porque ela se associa por meio de links a outros elementos textuais, típicos dos demais suportes, exigindo, assim, uma leitura multilinear/dinâmica, proporcionando ao usuário uma visão mais completa dos fatos com diversas visões, além de poder criar um ambiente interativo de imersão, com imagens, áudio e vídeo.

No site Jornal do Brasil, a multimídia pode ser observada na coluna “Fotos e Vídeos” conforme podemos verificar na figura a seguir.



FIGURA 10 - Coluna "Fotos e Vídeos" do site Jornal do Brasil

Através do espaço reservado a coluna “Fotos e Vídeos”, presente na página inicial do Jornal do Brasil, o internauta tem a possibilidade de escolher entre assistir a um dos vídeos em destaque ou também poderá optar por clicar no nome “Fotos e Vídeos” e então ser direcionado à página inicial da coluna de mesmo nome, onde terá acesso a um número muito maior de vídeos presente no site, como observaremos na Figura 11 – Página inicial da coluna “Fotos e Vídeos” do Jornal do Brasil.

The screenshot shows the 'Fotos e Vídeos' section of the Jornal do Brasil website. The section is highlighted with a red box and contains the following items:

- 01:05** Campanha pede para que Justin Timberlake volte a fazer música!
- 01:05** Trabalhadores comemoram seu dia com show na Apoetóse. Mesmo com chuva e frio, cariocas compareceram à comemoração.
- 01:05** Confira a alta temperatura do show do Duran Duran no Rio.
- 00:54** Cariocas têm segunda-feira de feriadão com chuva.
- 00:54** Rogério Tunes. Rogério Tunes.
- 00:54** Sérgio Cabral, Sérgio Côrtes e Fernando Cavendish curtem show do U2.

To the right of the 'Fotos e Vídeos' section, there is a search bar with the text 'Buscar notícia' and a 'Buscar' button. Below the search bar is a large advertisement for Sony Educa, featuring the text 'CURSOS DE FOTOGRAFIA A PARTIR DE R\$ 9,90 MENSAL' and a 'COMPRAR AQUI' button. Below the advertisement is a Facebook sidebar with a 'Cadastre-se' button and several news items with 'JB' logos and recommendation counts.

Coluna "Fotos e Vídeos" exemplo de material multimidiático presente no site do Jornal do Brasil.

FIGURA 11 - Página inicial da coluna "Fotos e Vídeos" do Jornal do Brasil

3.2.5 Memória

A memória está intimamente associada à supressão de espaço e tempo e à hipertextualidade. Através dela, tanto o jornalista quanto o usuário podem ter acesso a um acervo infinito de informações organizadas por bancos de dados e ferramentas de busca.

Mielniczuk (2003a) ressalta que em suportes anteriores à Internet esse recurso apresenta-se, tipicamente, em arquivos de edições antigas, em veículos impressos ou de fitas de áudio e vídeo, em Rádios e TVs.

Já Palacios (2002) considera uma verdadeira ruptura em relação à recuperação de informações, baseada na congruência de três fatores: interatividade, hipertextualidade e instantaneidade:

na Web, no entanto, a conjugação de Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interatividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória que cremos ser legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstâncias uma Ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores. Voltamos a insistir que ao fazermos esse tipo de afirmação, estamos a nos referir a possibilidades que se abrem tanto para os Produtores quanto para os Utentes da Informação Jornalística. A realidade da prática jornalística na Web aproxima-se ou distancia-se de tais possibilidades abertas, conforme os contextos e produtos concretos disponíveis hoje na Internet. (PALACIOS, 2002, p. 07)

Canavilhas (2006) acrescenta que, sob o ponto de vista do leitor, o recurso vale como um norteador de assuntos, já que, com auxílio de hiperligações, é possível reunir e disponibilizar informações que se relacionam ao assunto principal:

a memória representa muito mais do que o simples arquivo e é uma questão fundamental num jornalismo onde o espaço que a notícia ocupa não é um bem escasso. A possibilidade de ligar uma nova notícia aos seus antecedentes permite o enriquecimento do jornalismo graças à contextualização dos fenômenos. (CANAVILHAS, 2006, p. 05)

Dessa forma, podemos perceber que por meio das ferramentas de busca, geralmente presentes nos sites jornalísticos, temos a possibilidade de acesso a matérias publicadas anteriormente, conforme apresentado na figura a seguir.



Artigo exibido na Primeira Edição do Jornal do Brasil na rede, quando o mesmo passou a ser publicado unicamente pelo meio online, no dia 01/09/2010.

FIGURA 12 - Página da coluna "País" do Jornal do Brasil no dia 01/09/2010

Vejamos na Figura 13 – Página da coluna “País” do Jornal do Brasil do dia 01/09/2011 – uma matéria comemorativa ao aniversário de Um ano do Jornal na sua versão 100% digital.

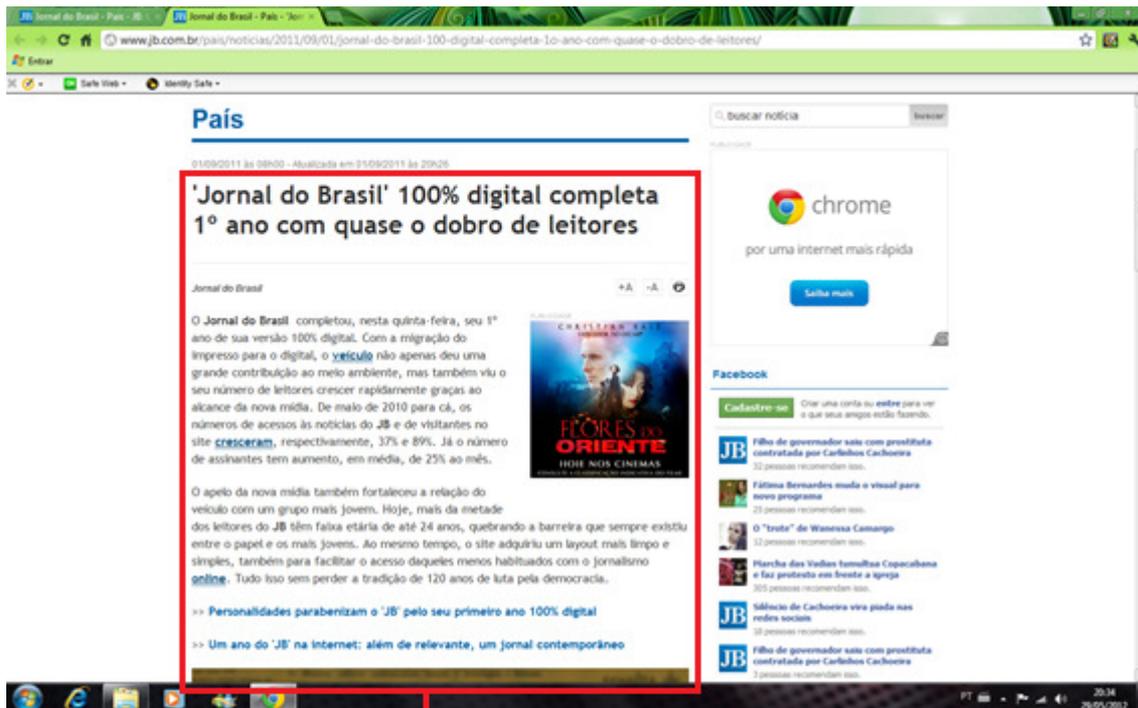


FIGURA 13 - Página da coluna "País" do Jornal do Brasil do dia 01/09/2011

Acreditamos ter apresentado, ao longo deste capítulo, uma discussão, embora que breve, mas pontual sobre as propriedades que permeiam as práticas contemporâneas do material jornalístico produzido para Web. A ideia foi, justamente, apresentar tais propriedades na composição das propostas hipertextuais contidas no site. O nosso interesse não parte de querer esgotar a discussão, mas a de fazer com que ela – a discussão – nos impulse a continuar investindo em trabalhos acadêmicos nesta linha de pesquisa.

Nesse sentido, apresentamos, a seguir, as considerações finais a que chegamos quando da conclusão das análises/descrições realizadas neste trabalho de conclusão de curso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de tudo o que vimos podemos traçar um paralelo entre as diferenças do jornalismo convencional e o jornalismo digital ou webjornalismo. Claro que não desejamos expor aqui qual que é melhor, mas certamente entender as diferenças existentes.

Em relação ao espaço, podemos notar que enquanto o jornalismo convencional possuía limitações de espaço, entre linhas, colunas e clichês, o webjornalista (apesar das limitações do tamanho do texto) tem a seu favor um número ilimitado de notícias para apresentar aos internautas. Tudo porque no jornalismo convencional o jornalista/repórter ia a campo pesquisar os fatos, retornar à redação e preparar algumas laudas sobre aquele assunto. Ao contrário do jornalismo digital, que fragmenta as notícias no momento em que elas estão acontecendo e só depois de algumas horas, surge então uma matéria completa com diversos links para postagens da mesma colocada à disposição do público minutos ou horas antes.

Outro ponto observado é em relação às fontes. Enquanto o jornalismo convencional utiliza as fontes oficiais ou oficiosas, o webjornalista vale-se muito de fatos, notícias e informações de pessoas leigas, que não estão preparadas para postar ou fornecer uma informação mais precisa dos fatos. Este fator, por si só, acaba gerando uma série de problemas, principalmente pelo fato, e eis aqui mais um ponto diferente entre os dois tipos de jornalismo, que o jornalista convencional tem a seu favor ou como obrigação ética, ouvir o outro lado da mesma história, dando ainda mais credibilidade ao que escreve. Diferentemente, o webjornalista, no afã de informar, publica a matéria primeiro e muitas vezes dá “barrigadas” com informações falsas ou desprovidas de crédito, causando, certamente, problemas para a redação da empresa na qual trabalha.

Mas, lembrando-nos da preocupação de Luiz Beltrão, o jornalista convencional, apesar de ser um especialista em determinada editoria, como geral, polícia, esportes, política, cultura, etc., ou seja, um especialista para cada editoria, o webjornalista é um caça-notícias versátil. Até porque é incompreensível que uma redação jornalística tenha equipes especializadas e cada um tenha de sair para um lugar diferente. Vale lembrar que muitas empresas jornalísticas enxugam custos, e o custo de um veículo, tempo gasto em locomoção, e ainda o custo de um motorista exclusivo fizeram com que as redações jornalísticas optassem por esta versatilidade. Entretanto, há algo que ainda difere os dois jornalistas: o convencional apresentava-se como mais bem preparado para obter informações do que propriamente o webjornalista, que muitas vezes é recrutado apenas por ter familiaridade com as redes sociais e baixa familiaridade com

a Língua Portuguesa, pois, via de regra, há muito mais erros de português atualmente nos sites jornalísticos do que outrora nas publicações impressas dos jornais.

Além disso, face também aos elevados custos de impressão, algumas empresas jornalísticas, como o Jornal do Brasil e o Jornal dos Sports, no Rio de Janeiro, suspenderam as impressões de seus veículos para investirem apenas na grande rede. Aliás, muitos veículos que antes eram impressos, atualmente estão migrando e desenvolvendo novos elementos para disponibilizarem suas páginas de forma on-line como é o caso do citado Jornal do Brasil, do Jornal O Dia, onde o leitor que fizer um cadastro tem a sua disposição a edição completa do dia. Diferente destes veículos, os jornais O Globo e Folha de S. Paulo também disponibilizam uma edição digital do jornal que foi impresso, mas apenas para seus assinantes.

Lembramos, através de Venício A. de Lima (2004 *apud* KUCINSKY, 2005), que as diferenças entre os dois tipos de jornalistas estão no mote popular: *se o indivíduo não dá certo na vida, vai ser jornalista, se não sabe nem escrever nem fotografar, vai ser chefe e se não sabe ser chefe, vai ser professor de jornalismo*. Certamente, esteja aí o grande “X” da questão e do por que é tão difícil encontrar jornalistas empenhados e versáteis em captar informações de qualidade e divulgá-las na Internet.

Não se pretendeu, nesta pesquisa, chegar a conclusões definitivas sobre o tema em questão. Procurou-se, antes de tudo, entender que as tecnologias da informação e comunicação possibilitam novas maneiras de produzir e publicar notícias (MIELNICZUK, 2003b).

Respondendo aos objetivos da pesquisa – páginas 09 e 10 – o trabalho empírico com o site Jornal do Brasil mostrou, no entanto, que o objetivo principal desta prática jornalística permanece o mesmo do chamado jornalismo tradicional, ou seja, informar e mais: informar com atualidade e factualidade. Portanto, podemos observar que não há rupturas definitivas entre a prática na rede, de forma colaborativa, e a prática baseada em outros suportes como televisão ou rádio, por exemplo. As marcas impostas pelas transformações tecnológicas apenas reestruturaram o fazer jornalístico, modificam as rotinas e o produto final.

Sobre a questão-problema – *tendo como referência as características hipertextuais da linguagem processada e circulada na/pela Web, de que forma as propriedades que configuram as práticas do jornalismo digital contemporâneo são exploradas no site Jornal do Brasil?* – consideramos que o percurso adotado neste trabalho funcionou para evidenciar tais propriedades em situações reais de comunicação e interação. Os dados apresentados exemplificaram bem a presença dos formatos hipertextuais da linguagem para Web. Sendo assim, encerramos este trabalho com uma expectativa positiva de realizar futuras pesquisas que continuem fortalecendo as discussões acadêmicas desta área do conhecimento científico.

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. A. Jornal do Brasil: uma reforma famosa. In: _____.; LATTMAN-WELTMAN, F.; ROCHA, D. (Orgs.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- ALMANAQUE ABRIL. São Paulo: Abril Cultural. 1995.
- BAHIA, J. *Jornal, História e Técnica*. São Paulo: Ibrasa, 1972.
- BELTRÃO, L. *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*. São Paulo: Com-Arte, 1992.
- CANAVILHAS, J. M. Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 11 de maio de 2012.
- _____. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web, 2001. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html. Acesso em: 16 de maio de 2012.
- CORREIA, C.; ANDRADE, H. Noções básicas de hipertexto, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/hipertexto/nbasicas.html>. Acesso em: 23 de maio de 2012.
- COSTA, H. J. *Correio Braziliense*. 1808.
- DELCIN, R. C. A. A metamorfose da sala de aula para o ciberespaço. In: ASSMANN, H. (Org.). *Redes digitais e metamorfose do aprender*. Petrópolis – RJ: Vozes, 2005, p. 56-83.
- DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.
- ERBOLATO, M. L. *Jornalismo Gráfico: técnicas de produção*. São Paulo: Loyola, 1981.
- FERRARI, P. *Jornalismo digital*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.
- GANDELMAN, H. *De Gutenberg à Internet: os direitos na era digital*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- KUCINSKI, B. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. Editora UNESP. 2005.
- LAQUEY, T. *O manual da Internet*. Jeanne C. Ryer (Trad.). Rio de Janeiro: Campus. 1994.
- LÉVY, P. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: 34, 1993.

MACHADO, E. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

MARSHALL, L. *O Jornalismo na Era da Publicidade*. São Paulo: Summus, 2003.

MELO, C. T. V. A análise do discurso em contraponto à noção de acessibilidade ilimitada da Internet. In: MARCUSCHI, L. A; XAVIER, A. C. (Orgs.), *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentidos*. 2. ed. Rio de Janeiro: Cortez, 2010, p. 165-174.

MIELNICZUK, L. Características e implicações do webjornalismo na web, 2003a. Disponível em:
http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_mielniczuc_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 23 de maio de 2012.

MIELNICZUK, Luciana. Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual, 2003b. Disponível em:
http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscomproducao_CientificaLuciana_Mielniczuk.pdf. Acesso em: 13 de maio de 2012.

MORETZSOHN, S. *Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

NASCIMENTO, R. N. A.; XAVIER, M. M. Jornalismo digital: a circulação de informação no jornalismo *on line* e no webjornalismo. In: *Culturas Midiáticas: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba*. n. 7. jul-dez, 2011.

NETO, M. C. *Produção Gráfica II: Papel, Tinta, Impressão e Acabamento*. São Paulo: Global, 1997.

OLIVEIRA, M. M. *Como fazer pesquisa qualitativa*. Petrópolis – RJ: Vozes, 2007.

PALACIOS, M. Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva, 2000. Disponível em:
<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>. Acesso em: 18 de maio de 2012.

PALACIOS, M.; MIELNICZUK, L.; BARBOSA, S.; RIBAS, B.; NARITA, S. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português, 2002. Disponível em:
http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf. Acesso em: 15 de maio de 2012.

PERUZZO, C. M. K. Webjornalismo: do hipertexto e da interatividade ao cidadão jornalista. In: Revista eletrônica Verso e reverso. 2006. Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=1&a=9&a=3>. Acesso em: 21 de maio de 2012.

PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

RASÊRA, M. Jornalismo digital: do boom aos dias atuais. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia. In: *Ícone* – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. v. 12. n. 1. Ago – 2010.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão*. In: SOSTER, D. A.; SILVA, F. F. (Orgs.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009, p. 39-55.

RIZZINI, C. *O Jornalismo antes da tipografia*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

SILVERMAN, A. *A vida de um jornal*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965.

SOBRINHO, B. L. *O Problema da Imprensa*. 3. ed. São Paulo: Com-Arte, 1997.

SODRÉ, N. W. *História da Imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

SOUZA SILVA, R. *Diagramação: O Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa*. São Paulo: Summus, 1985.

TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.