

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

LARA GUERREIRO PIRES

**CIBERJORNALISMO E INTERAÇÃO:**  
exercício da cidadania nos espaços de comentários de notícias

Goiânia  
2015

LARA GUERREIRO PIRES

**CIBERJORNALISMO E INTERAÇÃO:**  
exercício da cidadania nos espaços de comentários de notícias

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação como requisito para a obtenção do título de Mestre.

**Área de concentração:** Comunicação, Cultura e Cidadania

**Linha de pesquisa:** Mídia e Cidadania

**Prof. Orientador:** Prof. Dr. Magno Luiz Medeiros da Silva

Goiânia  
2015

Ficha catalográfica elaborada automaticamente  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob orientação do Sibi/UFG.

Guerreiro Pires, Lara

CIBERJORNALISMO E INTERAÇÃO: [manuscrito] : exercício da  
cidadania nos espaços de comentários de notícias / Lara Guerreiro  
Pires. - .  
144 f.

Orientador: Prof. Magno Luiz Medeiros da Silva.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade  
de Informação e Comunicação (FIC) , Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação, Goiânia, .

1. Ciberjornalismo. 2. Interação. 3. Comentários. 4. Internet. I.  
Medeiros da Silva, Magno Luiz , orient. II. Título.

**CIBERJORNALISMO E INTERAÇÃO:**  
exercício da cidadania nos espaços de comentários de notícias

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação para obtenção do título de Mestre em Comunicação, aprovada em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015, pela Banca Examinadora composta pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Magno Luiz Medeiros da Silva  
FIC/UFG (Orientador)

Profa. Dra. Ana Carolina Rocha Pessoa Temer  
Faculdade de Informação e Comunicação/UFG

Prof. Dr. Tiago Quiroga Fausto Neto  
Universidade de Brasília

Goiânia  
2015

## RESUMO

A partir da análise do comentário dos internautas nas matérias sobre os protestos ocorridos no Brasil em 2013, buscamos compreender como se dá o exercício da cidadania por meio das ferramentas de interação. Para tanto, estudamos a participação como expressão da democracia e da cidadania. Para entender melhor o campo no qual está inserida a amostra da pesquisa, fizemos uma revisão das potencialidades das redes digitais para conhecer suas características e as oportunidades que a mídia digital disponibiliza ao internauta para participar da esfera pública. Com a análise dos hipertextos e comentários publicados pelos internautas nas matérias selecionadas foi possível aferir que a cidadania é responsabilidade do interagente – leitor. Este, dotado de consciência, é responsável pelo exercício da própria cidadania no âmbito da interação com veículos de comunicação, com o conteúdo e com outros leitores na internet.

**Palavras-chave:** Ciberjornalismo. Interação. Cidadania. Comentários. Internet.

## **ABSTRACT**

Using analytical review of commentary from internet users regarding the subject of the protests that occurred in Brazil in 2013, we sought to understand the concept of citizenship through tools of interaction. We studied the participation in these protests as an expression of democracy and citizenship. To better understand the field from which the research sample was derived, we reviewed the potential of digital networks to become familiar with their characteristics and the opportunities they offer internet users to participate in the public. The analysis of hypertext and comments posted by internet users in the selected materials allowed us to determine that citizenship is the responsibility of the internet user, the reader. This, endowed with consciousness, is responsible for the exercise of one's own citizenship in the context of interaction with the media, with the content, and with other readers on the internet.

**Keywords:** Cyberjournalism. Interaction. Citizenship. Comments. Internet.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, que me permitiu chegar até aqui.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Magno Luiz Medeiros da Silva, que me deixou livre para pensar e iluminou meu caminho nas horas de dificuldade. Também pela sua compreensão e paciência com meus horários apertados.

À Profa. Dra. Ângela Teixeira de Moraes, grande conselheira e amiga que me escutou, ajudou e, principalmente, ensinou.

À minha família que entendeu minha ausência e me apoiou nesse período tão tumultuado, principalmente meus filhos Isadora e Daniel, os quais todos os dias perguntavam quantas páginas faltavam. Ao meu companheiro Lamartine que assumiu várias de minhas responsabilidades para que eu tivesse tempo de estudar. À minhas irmãs e aos meus pais que cobriram meus filhos de amor enquanto eu estava ausente.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Compartilhamento via Facebook.....	98
FIGURA 2	Compartilhamento via Twitter.....	98
FIGURA 3	Nuvem de palavras frequentes nas notícias da amostragem.....	100
FIGURA 4	Nuvem de palavras frequentes nos comentários do <i>corpus</i> .....	111

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	Fontes utilizadas ostensivamente nos textos.....	95
GRÁFICO 2	Total de compartilhamentos em mídias sociais em comparação com o total de comentários.....	97
GRÁFICO 3	Evento deflagrador da notícia.....	103
GRÁFICO 4	Resultados numéricos da análise de conteúdo dos comentários.....	113
GRÁFICO 5	Comentários sobre violência.....	126

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	Categoria e códigos para avaliação dos textos noticiosos.....	11
QUADRO 2	Categorias e códigos para avaliação dos comentários.....	12
QUADRO 3	Valores-notícia em Traquina (2007).....	84
QUADRO 4	Matérias mais compartilhadas no Facebook.....	105
QUADRO 5	Matérias mais compartilhadas no Twitter.....	106
QUADRO 6	Matérias mais comentadas no período analisado.....	107
QUADRO 7	Matérias mais comentadas no período analisado.....	108
QUADRO 8	Expressões ligadas aos direitos mais mencionadas nos comentários	119

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1	Referências às instituições políticas e seus representantes.....	125
----------	--	-----

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>CIDADANIA E COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>13</b>
2.1	COMUNICAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA.....	27
<b>3</b>	<b>COMUNICAÇÃO NAS REDES DIGITAIS.....</b>	<b>40</b>
3.1	CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO NA INTERNET.....	53
3.2	A INTERAÇÃO.....	59
<b>4</b>	<b>JORNALISMO E A PARTICIPAÇÃO DO CIDADÃO.....</b>	<b>65</b>
4.1	VALOR-NOTÍCIA.....	83
4.2	O JORNALISMO NO BRASIL.....	85
<b>5</b>	<b>A PARTICIPAÇÃO DOS INTERNAUTAS NO UOL.....</b>	<b>91</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE INTERAÇÃO NA WEB E CIDADANIA.....</b>	<b>130</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>133</b>
	<b>ANEXOS (somente digital)</b>	
	ANEXO A – Hipertextos da amostra (somente digital)	
	ANEXO B – Comentários da amostra (somente digital)	
	<b>APÊNDICES.....</b>	<b>139</b>
	APÊNDICE A – Lista das matérias que compõem a amostragem.....	

## 1 INTRODUÇÃO

Em um país democrático, o voto pode ser visto por muitos como o ponto alto do exercício da cidadania. É também o exemplo mais fácil no qual se percebe a interferência do cidadão nos rumos da sociedade. Contudo, esta não é a única forma de exercer a cidadania. Entendemos o ato como participação na sociedade por meio do exercício de direitos e deveres e a relação do indivíduo com instâncias legítimas de poder.

Dentre esses direitos estão a liberdade de expressão e, mais atualmente, a discussão do direito à comunicação, incluindo aqui o aparecimento da figura do webator, ou seja, o cidadão que pode entrar na internet e, assim, modificar, comunicar o que desejar segundo seus conhecimentos da rede (RAMONET, 2013). Com novos espaços de interação possibilitados pelas tecnologias digitais, torna-se premente a necessidade de avaliar sua utilização para o exercício da cidadania.

Mesmo com todo o poder dado ao cidadão incluído na rede, ainda há espaços dominados pela indústria midiática tradicional. As pessoas continuam buscando, mesmo em tempos de Facebook e Twitter, as informações mediadas pelos grandes conglomerados comunicacionais. Nesta pesquisa buscamos avaliar o exercício da cidadania em espaços disponibilizados por eles.

Se o meio é a mensagem, como afirma McLuhan (2012), a internet possibilitou que ela virasse um caleidoscópio infinito como jamais imaginado. Testemunhamos a abertura de um espaço de difusão de opiniões sem mecanismos de censura pública, ou de qualquer outro tipo que não fosse aquele acordado entre os participantes do grupo que produz o conteúdo. Mais do que um espaço público temporário, ela é a concretização – se é que é possível afirmar isso sobre uma tecnologia virtual – do espaço público permanente fora das páginas dos jornais e revistas, ou do horário dos jornais radiofônicos ou televisivos (BURKE, 2004). Enfim, é um espaço público no sentido mais amplo.

Nos primeiros tempos da internet as formas de disponibilizar o conteúdo, principalmente até o aparecimento das mídias sociais, requeriam um pouco mais de conhecimento técnico. As redes sociais digitais ampliaram, mais que os já conhecidos *blogs*, a oportunidade para que um número cada vez maior de pessoas se expresse. Mas o cidadão comum continua, mesmo com a internet, sem ter o dom da ubiquidade e precisa recorrer a outros meios para ter acesso a informações acerca do que não têm contato direto e, a partir daí, formar uma imagem sobre os vários assuntos que fazem parte de sua vida.

O jornalismo continua a ser o instrumento para disponibilizar informações ‘verídicas’ e variadas para aqueles as buscam. Na internet as características básicas do jornalismo continuam valendo, como afirma Fidalgo (2008) ao analisar o jornalismo na internet à luz de Otto Groth. Porém, há aspectos do relacionamento do público com a mídia que se alteraram.

O ambiente virtual desorganiza o contrato social, decompõe as amarras que separavam o gênero informativo do opinativo desde o século XVII. O pacto social que estabelecia que o jornalismo deve informar e o leitor deve ler – e acatar, referendar as informações, acreditar no jornalista, respeitar a hierarquia, preservar os direitos autorais – está se desfazendo diante da nova realidade, das novas mídias e do hipertexto. (JORGE, 2013, p. 96).

O desenvolvimento da interface gráfica, criada por Tim Berners-Lee na década de 1990, fez com que jornais e outros veículos de comunicação de todo o mundo voltassem sua atenção para a nova plataforma midiática.

Os brasileiros puderam ter acesso à rede em suas casas a partir de 1995, quando ela foi aberta comercialmente. No mesmo ano jornais tradicionais já colocaram no ar suas versões eletrônicas. Assim como aconteceu ao redor do mundo, as publicações brasileiras começaram na internet provendo apenas o conteúdo de seus veículos primários, sem levar em conta as potencialidades do novo meio – fato decorrente mais da falta de conhecimento técnico e de ferramentas do que do desinteresse. Paulatinamente, a rede começou a receber empreendimentos pensados para ela, que levam em conta suas potencialidades, como o uso do texto escrito, da imagem, do som e do vídeo, ao mesmo tempo – gerando o que se chama agora de ‘convergência tecnológica’.

A internet também chamou a atenção de investidores em novos produtos midiáticos. Viram nela a oportunidade de produzir e disponibilizar conteúdos com custos de produção e manutenção mais econômicos do que um jornal impresso, uma rádio ou uma televisão – sendo os dois últimos, inclusive, frutos de concessão governamental.

A internet é potencialmente uma ferramenta interativa. A interatividade pode ser entendida como o ato de executar ações dentro de um programa digital (JORGE, 2013). Para se encontrar ou disponibilizar uma informação é preciso haver interação entre o usuário e a máquina de acesso à rede. Porém, a interatividade na internet vai muito além do clique com o *mouse* que guia o cursor ou a digitação de um texto por meio de um teclado e seu envio por um sistema eletrônico já conectado – tema abordado mais adiante nesta dissertação.

As características técnicas da rede possibilitam, ao ser humano, usar o aparato tecnológico para se conectar também às outras pessoas, aumentar o mundo diante de si,

ascender a um plano virtual que até então os veículos de comunicação de massa – ou de informação de massa, com seu fluxo de um para todos, não possibilitavam nem oportunizavam.

Entendendo as novas oportunidades trazidas pela internet, questionamos se a participação do internauta nos comentários de notícias, e outras ferramentas de interação, é uma expressão do exercício de sua cidadania. Para conseguir esclarecer essa dúvida, utilizamos o estudo do referencial sobre direitos humanos para entender o que é a participação e como ela se dá. Buscamos também compreender como se dá a participação do cidadão na comunicação jornalística para, por fim, conseguir analisar os comentários dos leitores no caso concreto.

Para se chegar aos dados que trariam as respostas que buscamos, definimos como forma de pensamento guia neste trabalho no método hipotético-dedutivo, o qual Gil (1989) apresenta como uma superação dos tradicionais métodos dedutivo – que desce do geral ao particular, e indutivo – que a partir do estudo e da compreensão de vários casos particulares acaba por formular uma teoria geral. Optamos por fazer um estudo de cunho qualitativo a partir da análise exploratória dos dados constituintes da amostragem. A análise qualitativa é possibilitada pelos dados obtidos com a análise de conteúdo usada para se determinar a presença da cidadania nas mensagens publicadas.

A análise de conteúdo é utilizada com segurança, pois Bauer (2002) afirma que apesar de culminar em descrições numéricas, é ainda uma técnica híbrida de quantidade e qualidade. Fonseca Júnior (2005, p. 280) entende que esse método “[...] tem demonstrado grande capacidade de adaptação aos desafios emergentes da comunicação e de outros campos do conhecimento”.

A categorização das informações na análise de conteúdo segue regras básicas: são derivadas de um único princípio; são exaustivas e mutualmente exclusivas (BARDIN, 2009; GIL, 1989; HERSCOVITZ, 2010). Isto significa que não há como a unidade de texto escolhida para a análise pertencer a mais de uma categoria, muito menos a mais de um código em cada categoria. Isto é feito para que um grande número de respostas seja agrupado em pequenos números de variáveis.

A fonte de dados escolhida para análise foram as 50 matérias mais comentadas e seus 20 primeiros comentários publicados no *link* ‘Protestos pelo Brasil’, do canal Últimas Notícias do Portal Universo Online (UOL) (UNIVERSO ON LINE, 2013). A amostra foi organizada em planilha eletrônica contendo os dados de publicação como: data e hora,

quantidade de comentários, quantidade de compartilhamentos via Facebook e Twitter, título e endereço eletrônico. O quadro completo pode ser contemplado no APÊNDICE A.

Os textos das matérias selecionadas e os comentários referentes a cada uma delas foram coletados, salvos em arquivos de texto e estão disponíveis no CD que acompanha esta dissertação (ANEXOS A). Para a análise quantitativa das palavras mais frequentes, tanto nos textos jornalísticos quanto nos comentários, foi usado o programa WEBQDA<sup>1</sup>.

As matérias jornalísticas foram analisadas a partir do valor-notícia preponderante. Constituímos, para esta análise, apenas uma categoria: ‘evento deflagrador da notícia’, e nela quatro códigos distintos: ‘interesse humano’, ‘exercício do poder’, ‘violência/agressividade/dor’, ‘impacto’ (QUADRO 1). A nomenclatura ‘evento deflagrador’ vem dos estudos de Alves Filho (2011) acerca dos gêneros jornalísticos.

QUADRO 1 - Categoria e códigos para avaliação dos textos noticiosos

CATEGORIA	CÓDIGOS
EVENTO DEFLAGRADOR DA NOTÍCIA	Interesse humano
	Exercício do poder
	Violência/ Agressividade / Dor
	Impacto

Fonte: Elaborado pela autora.

Os textos dos comentários, foco principal de análise, propiciaram a delimitação de duas categorias. A primeira categoria é relativa aos eventos deflagradores do comentário, e para ela foram delimitados três códigos: ‘hipertexto’; ‘demais comentários’; ‘outro evento’. A segunda categoria é o ‘propósito do comentário’, para qual estão propostos quatro códigos: ‘mídia’, ‘debate’, ‘opinião’ (QUADRO 2).

Os comentários sofreram ainda uma segunda abordagem. Buscamos encontrar, em seu conteúdo, expressões que os ligassem à defesa de direitos e deveres, uma vez que isto remete ao exercício da cidadania. E, assim, aferir quais os direitos ou deveres mais mencionados nos comentários, portanto, considerados importantes pelos internautas. Também procuramos

<sup>1</sup> O webQDA é um *software* de apoio à análise de dados qualitativos em um ambiente colaborativo. Foi desenvolvido pela empresa Esfera Crítica em parceria com o Centro de Investigação Didática e Tecnologia na Formação de Formadores (CIDTFF), do Departamento de Educação da Universidade de Aveiro, Portugal. Após o seu desenvolvimento, foi estabelecida uma parceria tecnológica, em que a Universidade de Aveiro e a Esfera Crítica são coproprietárias do *software*. O endereço eletrônico para acessar o *software* é <<http://www.webqda.com>>.

entender o relacionamento dos leitores com as instituições públicas, e com quais delas ele busca dialogar por meio de seu comentário. Os dados obtidos com essas três primeiras etapas possibilitaram o mapeamento da interação dos leitores com o conteúdo.

QUADRO 2 - Categorias e códigos para avaliação dos comentários

<b>CATEGORIAS DO COMENTÁRIO</b>	<b>CÓDIGOS</b>
EVENTO DEFLAGRADOR	Hipernotícia
	Demais comentários
	Outros eventos
PROPÓSITO	Mídia
	Discussão
	Opinião

Fonte: Elaborado pela autora.

Em um segundo momento, buscamos, intencionalmente, formar uma amostragem que conseguisse responder aos critérios derivados do problema da pesquisa, ou seja, demonstrar a presença de indícios de exercício de cidadania que exemplificassem os resultados obtidos. O que significa que se buscou uma amostragem intencional para possibilitar uma profunda e abrangente compreensão do fenômeno estudado (FRAGOSO; RICUERO; AMARAL, 2011). Assim, esperava-se comprovar que há cidadania nas interações dos leitores de notícia na internet. Esta interação está relacionada com os fatores que motivam a interação, sua forma e objetivos.

## 2 CIDADANIA E COMUNICAÇÃO

A cidadania moderna pode ser entendida como o conjunto dos direitos civis e individuais e direitos políticos e sociais. O estabelecimento destes direitos só foi possível quando o indivíduo tomou ciência de que a diferenciação natural existente entre os homens não implica a existência da desigualdade natural entre eles (MONDAINI, 2008). Incluímos, no entendimento sobre o que vem a ser cidadania, também os deveres do indivíduo cidadão, uma vez que, a partir do momento que a sociedade se organiza, cada um tem o seu papel e todos têm direitos e também deveres.

Bobbio (1992) explica que os homens vivem moralmente em comunidade a partir de preceitos de dever que os impedem de fazer mal uns aos outros. Podemos retroceder na história cristã para ver a presença da gênese desse pensamento nos Dez Mandamentos, proclamados por Moisés. O profeta não trouxe do Monte Sinai dez direitos divinos dados aos homens, mas dez impedimentos, dez deveres morais necessários – de acordo com a lógica do período, para que o homem vivesse em sociedade. Bobbio (1992) coloca que a relação política entre governos e governados era de submissão às decisões.

O mundo moral, tal como aqui o entendemos – como o remédio ao mal que o homem pode causar ao outro – nasce com a formulação, a imposição e a ampliação de mandamentos ou proibições, de obrigações. Isso quer dizer que a figura deontológica originária é o dever, não o direito. (BOBBIO, 1992, p. 56).

Os homens organizados em sociedades nunca foram livres para agir como melhor os conviesse, sempre estiveram submetidos ao que poderiam fazer de acordo com a cultura e leis vigentes. Para os destituídos do poder legítimo, o que poderiam fazer ou ter era pouco mais do que a vida, pois até a vida já esteve a serviço do poder e por ele poderia ser retirada sem ser que o executor ser questionado. Menos severo, podemos exemplificar, o direito à primeira noite de noivas medievais que se viam muitas vezes obrigadas e ter sua noite de núpcias com o suserano de seu cônjuge.

Entretanto, essa predisposição à submissão seja a um Deus, seja ao Estado – principalmente na figura de um estado absolutista – não passa da era medieval. Com o desenvolvimento do capitalismo, de forma acelerada em países como Inglaterra e França e mais devagar em outros lugares da Europa, os papéis são invertidos. Para Bobbio (1992), será a Revolução Francesa que fará com que, a partir de então, para os indivíduos, venham primeiro os direitos e depois os deveres. E, para o Estado, primeiro os deveres, depois os

direitos. Isto marca um período em que o direito tenta defender o homem das arbitrariedades que pudessem vir a existir por parte de um governo tirânico.

Para Odalia (2008), a queda da Bastilha, durante a Revolução Francesa, em 1789, marca o momento em que o explorado busca tomar em suas mãos o poder político, impondo novas regras e normas legais para criação de um novo Estado. Da Revolução Francesa e da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, em 1789, nasce um novo indivíduo, que é intrinsecamente um cidadão com direitos civis assegurados e também com limites delineados. Lembrando que esse cidadão é aquele determinado pelas convenções e não todos os homens, muito menos todas as mulheres. São cidadãos basicamente aqueles que são proprietários da terra ou dos meios de produção.

A inversão colocada por Bobbio é ainda anterior para Mondaini (2008). Para este, ela tem início na Revolução Inglesa, pois as modificações econômicas culminam em modificações sociais; o que levou ao avanço cada vez mais rápido da racionalidade moderna. Mondaini (2008) alerta ainda para a necessidade de se entender que a cidadania liberal esteve extremamente ligada à propriedade, uma vez que o direito de representação era vedado aos não proprietários. Mesmo assim, afirma que as liberdades individuais devem ser apropriadas como uma conquista universalmente válida, já que, no desenvolvimento histórico, a luta particular de uma classe social acabou se transformando em uma conquista universal. Ou seja, mesmo a luta pelos direitos tendo partido, na Inglaterra como exemplo, de uma classe destacada – a burguesia – o povo também foi beneficiado.

As lutas que levaram a uma nova organização social na Inglaterra não contavam com a participação de todos os cidadãos. É preciso entender e levar em conta as limitações históricas de classe ao refletir sobre os direitos de cidadania, pois o povo comum, sem título ou dinheiro, tinha pouca ou nenhuma voz. Uma forma de se fazer presente era por meio da imprensa. Briggs e Burke (2004) afirmam que na Revolução Inglesa a mídia sempre esteve presente. Partidários usavam palestras, sermões, textos, imagens, ações rituais, cartazes, petições e outras para convencer e ganhar adeptos. Monarquistas e parlamentaristas expressavam seus respectivos pontos de vista com o uso de panfletos e jornais. Promoviam, inclusive, petições a favor de causas. Essas petições eram levadas ao Parlamento, que era pressionado a apreciá-las, como foi o caso da petição Raiz e Ramos, que colheu mais de 15 mil assinaturas contra bispos em 1640.

A Inglaterra também foi palco da luta pela liberdade de expressão e contra qualquer censura. Em 1644 John Milton publicou a *Aeropagítica*, texto no qual defendia não apenas a

liberdade de imprimir sem licença, mas condenava todo o tipo de censura e defendia o direito de escolha.

Era uma crítica a todo tipo de censura, em todos os níveis, afirmando especialmente que todos os homens independentes deveriam ser livres para escolher. Ele associava a censura ao catolicismo, salientando que os papas tinham “estendido seu domínio sobre os olhos dos homens”, com a invenção do ‘novo Purgatório de um Índice’. (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 97).

A Inglaterra foi o ambiente mais fecundo para o desenvolvimento da imprensa por ser palco da industrialização. Sua população ansiava por informações e as necessitava para fazer com que o novo estilo de vida prosperasse. Desejos que não eram compatíveis com a censura, muito menos com a imposta pela Igreja Católica. A política conseguia entrar no cotidiano das pessoas por meio dos impressos. No caso inglês, Briggs e Burke (2004) colocam que era por meio da imprensa que as províncias se mantinham informadas sobre o que ocorria no país e eram estimuladas a discutir temáticas importantes local e nacionalmente. Desta forma, iniciavam-se de informações para então endereçar petições ao Parlamento e influir na política nacional, ou seja, para participar ativamente da vida política e buscar a garantia de direitos. Por causa da força que o jornalismo começava a ter e de sua contribuição para uma consciência política popular, os governos foram obrigados também a usá-lo como instrumento de disseminação das próprias ideias.

O caminho percorrido pela humanidade culminou na expressão dos direitos humanos e demonstra que todos são frutos de seu contexto histórico e resultado da busca constante pela dignidade humana. A efetivação dos direitos não depende apenas do poder constituído, mas da sociedade como um todo incluída em uma lógica de industrialização *versus* abundância *versus* mercado de trabalho. Por causa dessa lógica, os direitos mudam e/ou são ampliados. Bobbio (1992) coloca os Direitos Humanos no campo político, e, assim, tira-os do âmbito ético e filosófico para posicioná-los no plano da prática cotidiana.

Colocá-los no plano prático nos traz a discussão de Gallardo (2013), para quem os direitos humanos continuam a ser proposta ou exigência, não algo que se tem, mas que se deveria ter. Isto ocorre, pois a garantia dos direitos depende do Estado e este é um aparato de dominação que atua de acordo com interesses. Mesmo em uma sociedade democrática, o Estado é expressão de um grupo; nele e por ele são exercidas pressões sobre outros de acordo com interesses.

A tese progressista que propõe o consenso internacional entre estados como ponto de partida da efetividade de direitos humanos, entendidos como processos, constitui parte do desafio levantado pelo abismo entre o que se diz e o que se faz em relação a esses direitos. Isso deriva do fato que esses Estados não constituem nem em sua origem em atualmente dispositivos de consenso, mas de dominação e fragmentação. Enquanto tais, não podem fundamentar em si mesmos práticas e valores universais e integrais como o são os direitos humanos. (GALLARDO, 2013, p. 20).

Os direitos humanos não possuem seu fundamento no consenso. O ímpeto motivador são os conflitos sociais das organizações sociais modernas. É importante ter isso em tela para que se tentar compreender sua eficácia jurídica, cultural e política. Os conflitos que fundamentam os direitos humanos são causados mais por interesses econômicos do que por diferenças naturais, apesar de esta explicação ter sido sugerida principalmente no início de seu desenvolvimento. A cada etapa da sociedade do desenvolvimento social, político e econômico, novos direitos se tornam necessários para atender demandas novas ou reconsiderar grupos ou situações ainda não acolhidas.

Apesar de ter, teoricamente, uma aplicação internacional, cada Estado faz a sua leitura e aplica os direitos humanos na medida de suas necessidades, possibilidades e interesses. Ou seja, cada Estado pratica os direitos humanos da sua maneira e, por vezes, usa cortes internacionais para denunciar outros por estarem agindo de forma inadequada. Ao mesmo tempo, não respeitam direitos dentro de seu próprio território ou violam direitos de outros sob a prerrogativa de defender os direitos da humanidade.

Os direitos humanos são divididos em três gerações, ou dimensões – termo usado para demonstrar que eles coexistem ao invés de se sucederem. A primeira é a dos direitos civis, resultado do caminhar da humanidade, que culminou com a Declaração dos Direitos do Homem, na Revolução Francesa, e também influenciada pela Declaração de Direitos da Virgínia, de 1776, na Revolução Americana. Para Comparato (2006), esses documentos foram a chave de entrada em uma fase em que o indivíduo se emancipou da família, do estamento e da religião. “Em contrapartida tornou-se mais vulnerável às vicissitudes da vida. A Sociedade liberal ofereceu-lhe, em troca, a segurança da legalidade com a garantia da igualdade de todos perante a lei.” (COMPARATO, 2006, p. 51). Esses direitos que colocam o indivíduo em liberdade são vistos, por Bonavides (2011), como direitos de resistência ou de oposição perante o Estado, já que o impede de intervir na vida pessoal do cidadão.

Os direitos civis dizem respeito principalmente ao indivíduo e são tidos como naturais, nascem com ele devido à sua natureza humana. Assim, todos os têm por igual e seu limite é o início do direito do outro. São direitos firmados a partir de lutas contra governos absolutos

que pretendem limitar a autoridade do Estado sobre o cidadão com a intenção de preservar direitos como a vida, a liberdade e a igualdade (BOBBIO, 1992). Como se pode perceber logo no Artigo 1º da Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, de 26 de agosto de 1789: “Os homens nascem e são livres e iguais em direitos. As distinções sociais só podem fundamentar-se na utilidade comum”.

Neste período das revoluções europeias floresce também o conceito de liberdade de expressão e a luta pela liberdade de imprensa, como pode ser verificado nos seguintes artigos da mesma Declaração de 1789:

Art. 10º. Ninguém pode ser molestado por suas opiniões, incluindo opiniões religiosas, desde que sua manifestação não perturbe a ordem pública estabelecida pela lei.

Art. 11º. A livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem. Todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na lei.

Os direitos de primeira geração focam em capacidades do indivíduo como um homem genérico, nas quais o Estado não deve atuar a não ser para reconhecer e proteger, uma vez que são anteriores ao próprio Estado. Em sua maioria, são direitos que estão no âmbito das liberdades e têm efeitos jurídicos, como é possível observar no Artigo 11º compilado acima.

A segunda geração de direitos humanos é marcada pela percepção do cidadão como sujeito partícipe de um grupo social e da necessidade do Estado assumir obrigações para com o sujeito. O indivíduo é mais que apenas um ser humano dotado de direitos naturais pelo criador. Esta é a geração dos direitos econômicos, sociais e culturais. São direitos positivos, ligados ao mundo do trabalho, da educação e saúde, no quais o Estado deve atuar para garantir sua eficácia.

A evolução econômica da sociedade que dá ensejo à substituição do homem genérico da Declaração dos Direitos dos Homens e do Cidadão por um sujeito com necessidades materiais. Essa segunda fase tem como estopim as lutas de classes e os direitos são decorrentes das conquistas da classe trabalhadora após a Revolução Industrial, entrando em vigor principalmente após a 1ª Guerra Mundial. De acordo com Bobbio (1992), nesta geração as normativas estabelecem parâmetros para que o Estado promova ações concretas para a promoção da dignidade humana e a garantia do cumprimento dos direitos de liberdade e igualdade conquistados na primeira geração.

Tavares (2010, p. 496) coloca que os direitos de segunda geração “[...] visam oferecer os meios materiais imprescindíveis à efetivação dos direitos individuais”. Também estão aqui incluídos os direitos econômicos, que visam propiciar os direitos sociais. Assim, nesta nova etapa não se percebe direitos de proteção do homem contra o Estado, mas a criação de novos direitos a serem exigidos. Esses direitos sociais buscam propiciar, na verdade, a realização do princípio de igualdade exposto no artigo primeiro da Declaração dos Direitos do Homem, de 1789.

Entendemos que esses são direitos positivos gerados por setores discriminados e vitimizados pela sociedade burguesa já estabelecida, que contestam a ordem social, cultural e política. O que prova que os direitos humanos são de ordem sócio-histórica, como nos diz Gallardo (2013).

A demanda por esses direitos anuncia que “humanidade”, na expressão “direitos humanos”, deve levar em conta o lugar sócio-histórico dos grupos, nações e indivíduos, isto é, que sempre se é humano de uma maneira particularizada, e não numa forma universal/abstrata como se poderia deduzir da primeira proposta de direitos. (GALLARDO, 2013, p. 50).

No contexto das reivindicações que vão respaldar os direitos de terceira geração estão as mobilizações civis e políticas contra o colonialismo e o neocolonialismo, não mais apenas as lutas elitistas presentes na primeira geração ou as lutas individuais da segunda. Gallardo (2013) nomeia esta geração como de direitos dos povos e exemplifica, como documentos dela, a Declaração de Argel (1976), o Projeto de Declaração Universal sobre os Direitos dos Povos Indígenas (1990) e a Segunda Declaração de Havana (1962). São também chamados, no âmbito do direito, por sociais-coletivos; e ainda: direitos de solidariedade ou fraternidade. Eles expõem uma clara preocupação com a manutenção da vida da terra, e surgem principalmente após a 2ª Guerra Mundial. A temática desta geração engloba os direitos da humanidade, a preservação do meio ambiente, cultura, autodeterminação dos povos e as relações de consumo. É marcante nesta geração a preocupação com a coletividade e com grupos ou setores, como o movimento das mulheres.

Há autores os quais enquadram como coletivos o direito do consumidor e o direito ambiental, e, assim, demandam uma participação intensa do cidadão na sua defesa. Um fenômeno novo que coloca em dúvida a atuação da Justiça. Como explica Tavares (2010):

A consequência mais veemente do reconhecimento dessa categoria ampla de interesses foi a de pôr a descoberto a insuficiência estrutural de uma Administração pública e de um sistema judicial calcados exclusivamente no ideário liberal, que

apenas comporta a referência individual, incapaz que é de lidar com fenômenos individuais. (TAVARES, 2010, p. 498).

O contexto histórico obriga os legisladores a reconhecer a necessidade de proteção a temas que vão além do indivíduo atomizado e passam e que exercem forças sobre a atuação de cada um no contexto social. Mais, são temas que perpassam a garantia de condições de vida na terra para o homem e também para os outros seres que nela habitam. Essas novas legislações precisam ser regulamentadas e enfrentam a dificuldade de encontrar sistemas estatais que não estão prontos para lidar com os problemas criados pela sua própria forma de organização. Não consegue fazê-lo pela falta de vontade administrativa ou pelo impedimento imposto por interesses econômicos, mais uma vez o exemplo do direito do consumidor e aqueles relacionados ao meio ambiente.

Bobbio (1992) coloca que cada sociedade convive com sua geração a partir de sua fase histórica e relação econômica com o restante do mundo. Portanto, pode-se afirmar que as gerações dos direitos se sucedem e se sobrepõem de acordo com o tempo histórico da sociedade. Assim, as três primeiras gerações são reconhecidas e não logram grandes divergências. Porém, há autores, inclusive Bobbio (1992), que percebem novas etapas emergindo nos direitos humanos em decorrência do contexto social e cultural, o que torna a compreensão e o exercício da cidadania cada dia mais complexo.

Tavares (2010) e Guareschi (2003) entendem que uma quarta geração de direitos advém de uma esfera maior que a dos direitos individuais do homem ou dele como participante da sociedade de consumo, como o direito do consumidor (já enquadrados na terceira geração). A quarta geração tem, em sua matriz, o direito à democracia, ao pluralismo e à informação. Também podem ser incluídos aqui, dependendo do autor, o direito universal ao desarmamento nuclear e o direito à não intervenção genética. Estes últimos temas são colocados por Gallardo (2013) como de quinta geração, mas ainda não têm respaldo definitivo. Eles são a resposta para preocupações com as pesquisas genéticas desenvolvidas a partir da segunda metade do século XX, que fizeram aumentar a preocupação com relação à autonomia das pessoas sobre seu corpo.

As questões centrais neste aspecto da quarta geração são a clonagem humana, a eugenia, a reprodução dos recursos biológicos humanos pré-programados ou sua utilização como banco de órgãos para transplantes, entre outros, e os efeitos negativos que isso teria na maneira de ser humano (GALLARDO, 2013). Esta preocupação faz sentido no contexto em

que guerras são travadas em nome do lucro, do etnocentrismo, pelo fundamentalismo, pelo racismo, ou seja, pelo apego à dominação política e econômica.

Guareschi (2003) coloca ainda nesta geração que se está tentando defender, o direito a uma democracia participativa e a consolidação ao direito à informação, que podem levar a uma recondução a direitos já ‘garantidos’ em outras dimensões. Porém, o que ocorre não é a proposição de novos direitos, e sim a ampliação de seu escopo, “[...] uma diferenciação qualitativa quando aplicada a certos grupos.” (TAVARES, 2010, p. 499).

O direito à democracia não pressupõe uma eliminação das estruturas de domínio do Estado, mas sua organização com a participação dos governados. Configura-se, assim, o exercício democrático do poder a partir do respeito aos direitos fundamentais, ou seja, a cidadania. Quem explica o que é o exercício democrático do poder é Canotilho (2003)

[...] os direitos fundamentais têm uma função democrática, dado que o exercício democrático do poder: (1) significa a contribuição de todos os cidadãos para o seu exercício (princípio-direito da igualdade e da participação política); (2) implica participação *livre* assente em importantes garantias para a liberdade desse exercício (o direito de associação, de formação de partidos, de liberdade de expressão, são, por exemplo, direitos constitutivos do próprio princípio democrático); (3) coenvolve a abertura do processo político no sentido da criação de direitos sociais, econômicos e culturais, constitutivos de uma democracia econômica, social e cultural. Ao pressupor a participação igual dos cidadãos, o princípio democrático entrelaça-se com os direitos subjetivos de *participação e associação*, que se tornam, assim fundamentos da democracia. (CANOTILHO, 2003, p. 290).

Portanto, não podemos considerar democracia se não houver a participação do cidadão na organização do Estado e se nele não estiver representado. Inclui-se o direito de promover a garantia de direitos e deveres que tenham como função incentivar essa participação - seja de forma direta, seja por meio de associação a classes de representação - e o livre debate de ideias que visem a melhoria para a sociedade como um todo e também da determinação dos processos decisórios. Ou seja, na democracia, o cidadão participa de todas as esferas do poder diretamente ou indiretamente.

A quarta geração de direitos advém do desejo de tomada de consciência dos indivíduos. Percebemos que apenas manifestar a opinião por meio do voto e receber informações pelos veículos de massa não suprem a necessidade de

[...] participar ativamente na construção não apenas de espaços políticos e burocráticos e também na necessidade de criação de espaços que vêm responder a necessidade mais profunda de liberdade e autonomia. Poder-se-ia dizer que eles se materializam no desejo e necessidade das pessoas de dizerem sua palavra, expressarem sua opinião, manifestarem livremente seu pensamento. É o autêntico exercício da cidadania. (GUARESCHI, 2003, p. 23).

Novas configurações sociais são apontadas pelas potencialidades de conectividade decorrentes da crescente virtualização de informação, as quais podem dar ensejo a uma nova fase na era dos direitos. Nesta possível nova fase os direitos virtuais estão intrinsecamente ligados ao direito à comunicação e não apenas à liberdade de imprensa. Com as potencialidades de interação colocadas pela internet, há que se pensar em como proporcionar, ao cidadão, meios para interagir com os conteúdos publicados e transformá-los em ferramentas para o exercício de sua própria cidadania. Em iniciativas como essa devem ser avaliadas a participação com os instrumentos tecnológicos já disponibilizados.

A participação não é novidade nos direitos humanos. Já se insinua, no artigo 6º da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, ainda na primeira geração.

Art. 6º. A lei é a expressão da vontade geral. Todos os cidadãos têm o direito de concorrer, pessoalmente ou através de mandatários, para a sua formação. Ela deve ser a mesma para todos, seja para proteger, seja para punir. *Todos os cidadãos são iguais a seus olhos e igualmente admissíveis a todas as dignidades, lugares e empregos públicos, segundo a sua capacidade e sem outra distinção que não seja a das suas virtudes e dos seus talentos.* (grifo nosso).

Já em 1948, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, formalizou o direito de participação nos artigos 21 e 27 e expôs os deveres decorrentes no artigo 29.

Artigo 21 - 1. Todo ser humano tem o direito de tomar parte no governo de seu país diretamente ou por intermédio de representantes livremente escolhidos.

[...]

Artigo 27 - 1. Todo ser humano tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios.

[...]

Artigo 29 - 1. Todo ser humano tem deveres para com a comunidade, na qual o livre e pleno desenvolvimento de sua personalidade é possível. (ONU - DUDH, 2015)

O princípio democrático não elimina a existência das estruturas de domínio; implica uma forma de organização desse domínio. Cada nação respeita e organiza suas estruturas de acordo com o que lhe é mais caro, e em maior ou menor grau.

O Estado brasileiro já traz, no artigo primeiro da Constituição de 1988 – promulgada após o fim do regime militar no qual se viveu um estado de exceção de direitos civis e políticos em vários níveis – a cidadania e a dignidade humana como fundamentos para todo o texto normativo. Isto significa que o Estado está submetido à vontade popular, e leva em

consideração não apenas os direitos políticos – votar e ser votado –, mas também o conceito de dignidade da pessoa humana. Silva (2010) explica que este é um valor supremo e dele decorre que a ordem econômica e a ordem social devem ter como objetivo a realização da justiça social, a educação, o desenvolvimento da pessoa e seu preparo para o exercício da cidadania. Portanto,

A cidadania qualifica os participantes da vida do Estado, é atributo das pessoas integradas na sociedade estatal, atributo político decorrente do direito de participar no governo e direito de ser ouvido pela representação política. (SILVA, 2010, p. 346).

A participação pode se dar de diversas maneiras e está relacionada diretamente à conscientização política; o que nem sempre é fácil em países como o Brasil, em que o povo viveu por tanto tempo sob o domínio de regimes totalitários. A questão brasileira é ainda pior se retomarmos a história no século XVI, quando os colonizadores chegaram. Os brasileiros, via de regra, viveram tutelados e sem chance de real participação nas decisões do Estado. A imprensa teve um papel fundamental para criar uma consciência política a partir de 1808, com o primeiro jornal brasileiro, O Correio Braziliense – mensário produzido em Londres. O jornal, como tantos outros produzidos no Brasil logo depois, era elitista, não defendia o povo, mas sim um posicionamento político, inclusive, absolutista. Panfletário e político continuou o jornalismo brasileiro até a República, quando passou a ter um viés informativo; contudo, nunca se apartou do poder estatal. Se antes era um jornalismo feito pelo estado e sobre o estado, hoje percebemos que há um atrelamento econômico ainda mais forte do que o político.

O Estado brasileiro tem buscado encontrar formas de dar oportunidade de participação para parcelas que eram alijadas do exercício pleno da democracia. A participação popular contribui para o fortalecimento das instituições políticas e democráticas, o que, em última instância, dá mais legitimidade às ações do Estado, contribuindo também para sua eficácia, uma vez que tem mais adesão popular. Quando falta participação também faltam outros requisitos e a conexão entre a ação do cidadão e o realizado pelo Estado não é estabelecida. Assim, passa a vigorar o sentimento de que o Estado não representa o povo, havendo uma marginalização do papel do cidadão. A marginalização deve ser vista como um resultado natural - ou no mínimo compreensível - do desenvolvimento das sociedades nas quais os benefícios da modernidade são distribuídos desigualmente.

São perceptíveis as tentativas atuais de fazer com que o cidadão participe mais na sociedade brasileira com a implantação de sistemas de cotas e legislações específicas

defendendo direitos de segmentos destacados da sociedade. É a primeira vez que o Brasil é governado democraticamente por representantes alinhados com políticas de esquerda. Sem valorar a eficácia das ações, é preciso admitir que mais instrumentos estão chegando a uma parcela da população condicionada a ser subcidadã, uma vez que sua única participação na esfera pública era votar. Vale ressaltar que votar é a mais básica forma de participação em um estado democrático, uma vez que ele advém dos direitos políticos que são adquiridos paulatinamente, de acordo com a idade, e tem cunho obrigatório.

Assim, é preciso levantar as questões: é interessante ao povo participar? Ou o povo quer participar? A resposta não é fácil. O que podemos afirmar é que a participação é constituinte da democracia. Sem participação o cidadão não é cidadão de sua pátria, apenas mais um pagador de impostos em uma ditadura. Quando usamos aqui a palavra ‘povo’ a fazemos diferentemente do sentido de massa proletária, ou de proprietários; o sentido proposto é o de pessoas, homens e mulheres, que podem decidir ou deliberar sobre a conformação da ordem político-social.

O povo concebe-se como *povo em sentido político*, isto é, grupos de pessoas que agem segundo ideias, interesses e representações de natureza política. Afasta-se, assim, um conceito naturalista, étnico ou rácico de povo caracterizado por origem, língua e/ou cultura comum (CANOTILHO, 2003, p. 75).

O povo, então, precisa querer participar e fazer sua parte. Porém, isso exige tomada de decisões e, portanto, assumir a responsabilidade por sua própria ação. E o que se está acostumado é deixar que o outro tome a decisão, que o outro resolva. A dominação nem sempre é uma luta sanguinolenta, muitas vezes ela é consentida, por ser mais fácil. Isto pode ser visto tanto no âmbito político quanto no social. O cidadão, muitas vezes, acredita que participar da vida de seu país é apenas votar, ou seja, exercer seus direitos políticos. Assim, muitas vezes, o cidadão delega os rumos de sua vida a um terceiro e quer que ele resolva tudo, sem a sua coparticipação. Mesmo quando o escolhido não faz um bom trabalho, ou trabalho nenhum, tem a chance de continuar a ser o escolhido a partir de promessas de que será melhor. Podemos ver isso nos vários casos em que um deputado é reeleito diversas vezes, por exemplo. Ele passa a ter o cargo como profissão e não como um estado temporário de representação de seus iguais.

A participação tem de ser algo decidido de forma lúcida e, como afirma Demo (1988), a participação é conquista. Os direitos humanos estabelecidos propiciam ferramentas jurídicas para se conquistar na prática o direito relacionado. Sobre a participação este autor afirma:

“[...] não é dada, é criada. A participação precisa ser construída, forçada, refeita e recriada.” (DEMO, 1988, p. 82). Vemos mais uma vez que a simples existência de uma legislação não é o bastante para garantia de direitos. O que fará com que funcione é a ação daqueles que compõe a sociedade.

A condição social para a efetiva participação surgiu no Brasil apenas a partir da promulgação da Constituição de 1988. Aquela década foi vista por Bordenave (1988) como a década da participação. Este autor coloca ainda que a participação popular consegue garantir o controle das autoridades, visto que o poder centralizado pode ser facilmente levado à corrupção. Para ele, a participação não pode ser apenas com o voto e tem duas bases. A afetiva é quando participamos por gostar de fazer parte de algo com os demais. E a instrumental é por reconhecermos a eficácia de atuar em grupo por uma causa. É preciso cuidar para que uma base não se sobreponha à outra ou que simplesmente a participação perca seu sentido democrático e passe a ser apenas uma obrigação. Ou ainda, a participação seja vista como modo de atingir um objetivo determinado sem a preocupação com a discussão democrática.

Participar para nós é fazer parte do estado democrático e ter corresponsabilidade nas ações partilhadas. Entretanto, a questão da participação não pode ser reduzida a sim ou não. Ela, a participação, é entendida por Peruzzo (1998) como uma conquista que se pode obter em níveis diferentes, graduados de acordo com o envolvimento. Quanto ao envolvimento aceitamos que eles podem ser: nas decisões, na execução e o da avaliação dos resultados ou nos próprios resultados. A partir desses níveis, podemos aceitar as modalidades de participação colocadas por Peruzzo (1998, p. 78): “[...] a participação passiva, a participação controlada, e a participação-poder”. Elas não são cronológicas, assim como as dimensões dos direitos humanos, são práticas diferentes para uma mesma ação.

A participação passiva a mais comum dentre os que não querem tomar uma atitude. Berlo (1999) já afirmou que não comunicar é comunicar. Essa atitude pode ser motivada tanto pela indiferença como pelo descrédito da eficácia. Esse tipo de participação dá ensejo ao exercício autoritário do poder.

Na participação controlada as esferas detentoras do poder determinam o quanto e em que será permitida a participação. Mesmo assim, é importante, pois é melhor ter alguma participação do que nenhuma. É preciso apenas ter o cuidado de avaliar se, por ser controlada e determinada, essa participação também não é manipulada. Uma situação favorável é poder

opinar e contribuir sobre assuntos determinados, outra é ter de escolher entre opções já pré-determinadas sem poder repensá-las.

A modalidade menos percebida é a participação-poder. Nela é favorecida a democracia e autonomia além de ter o exercício do poder partilhado. Podem aqui existir experiências de co-gestão na qual o gerenciamento é partilhado, mesmo que exista uma esfera hierárquica superior que mantenham o poder sobre as decisões centrais, mas elas são negociadas e discutidas. Os partícipes passam por um aprendizado que favorece a desalienação e propicia o exercício da cidadania. Peruzzo (1998) coloca como opção também a autogestão, na qual as decisões são tomadas de forma coletiva, mas não de forma desordenada.

A autogestão não deve ser confundida com formas que não possibilitem o autogoverno ou a participação efetiva de todos, diretamente ou por meio de delegados representativos, nos diversos níveis das decisões. Ao que tudo indica, ela em sua plenitude, relaciona-se com a mais profunda utopia de igualdade, liberdade e desalienação, como uma fonte, alternativa na busca de uma nova sociedade e de um novo homem. (PERUZZO, 1998, p.86)

A autogestão pressupõe uma capacidade técnica e geral de todos os participantes para tomar decisões, o que muitas vezes – ou na maioria das vezes – é uma expectativa frustrante. No mundo moderno, o conhecimento é compartimentado e poucos são aqueles que conseguem ter a noção do todo. Entretanto, o pouco conhecimento global não quer dizer que as opiniões de todos não sejam importantes. Pelo contrário, mesmo que nem todos estejam dispostos ou preparados, é importante que se amplie os canais de participação e deliberação pública a fim de se alcançar uma cidadania efetivamente ativa.

A participação nas esferas públicas é de extrema importância para construir um ambiente de mais cooperação e consciência política – logo, mais democrático. A principal instância que buscamos entender nesse estudo é a da comunicação social. Mas devemos ressaltar a necessidade da ampliação dos canais de participação política. No estudo empírico deste trabalho analisamos o material publicado pelo Portal Universo Online sobre os protestos de 2013 no qual parcelas da população brasileira foram às ruas demonstrar seu descontentamento com a situação política e social vivida.

Naquele momento histórico os brasileiros expressaram um sentimento que já existia, embora em menor escala, desde o fim do regime militar e a conseqüente reabertura política. Segundo Benevides (1991, p.13), “a representação política é uma instituição deficiente para exprimir com fidelidade à vontade popular e a realização dos interesses do povo”. Ou seja,

apenas a retomada do direito de escolher livremente seus representantes no Congresso Nacional não devolveu ao povo brasileiro a autonomia que tanto buscavam para se ter oportunidades de vida melhor.

Para o exercício da cidadania efetiva é preciso abrir canais de participação que possibilitem “a criação, transformação e controle sobre o poder, ou poderes” (Benevides, 1991, p. 20), não sendo aceitável o uso de ferramentas de marketing que apenas simulem a participação. Assim, seriam apenas instrumentos de legitimação de decisões e propostas que não contam com o apoio ou iniciativa popular. A participação popular deve ser entendida como uma forma de se corrigir vícios próprios de setores políticos, como a defesa de interesses privados ou de grupos afins, bem como a omissão a assuntos de interesse concreto da população. O desprezo de muitos brasileiros aos políticos profissionais fica claro nas palavras de ordem usadas durante as manifestações de 2013. Muitos pediam que representantes eleitos democraticamente fossem expurgados de seus cargos sob acusações de não estarem cumprindo seu dever.

Benevides (1991) propõe o estabelecimento de consultas populares por meio de referendos, plebiscitos e também a oportunidade de se apresentar mais projetos de iniciativa popular. Para ela, essas ferramentas são capazes de romper o isolamento entre o povo e os partidos. Ou seja, nem sempre uma iniciativa popular pode lograr sucesso, mas a discussão que gera pode levar aqueles que devem – hoje na sociedade brasileira – agir de forma concreta para solucionar problemas ou ao menos marcar posições. Muitos os fazem apenas para cair nas boas graças do eleitorado ou pelo menos para não ser chamado a se explicar por sua omissão. Mais importante ainda do que a atuação de políticos é que essas iniciativas contribuem para a formação política da população, uma vez que têm a potencialidade de levantar discussões sobre temas geralmente negligenciados pelo poder público.

Aqueles contrários ao aumento da participação popular nas discussões políticas argumentam que a eleição é um instrumento eficaz para promover a representatividade popular. Entretanto, com as recentes manifestações no Brasil, percebemos que esta não é a realidade, e que os brasileiros são mais condescendentes ao escolher nomes para votar do que ao se posicionar quanto a temas específicos. Personalidades políticas que tiveram menções pouco elogiosas durante os protestos conseguiram se reeleger, no pleito seguinte, como a presidente Dilma Roussef. Projetos de lei e de emendas constitucionais como “Cura Gay” e PEC 37 foram revistos devido à pressão popular.

Assim como Benevides (1991), não defendemos, aqui, a criação de um estado com mais burocracia, e no qual todos os seus atos devessem passar por consulta popular, mas que a população tenha a chance de se colocar como parte ativa nos processos decisórios do País. Desta forma, precisamos entender que a consulta popular gera a necessidade de uma maior democratização da informação, da promoção de mais e melhores debates públicos. Por meio do acesso à informação e a partir dos canais de comunicação, cada cidadão terá melhores condições de se posicionar frente às suas demandas e reivindicações.

Alguns políticos temem que seus eleitores sejam “manipulados” por meio das informações que podem lhes chegar às mãos durante as campanhas de esclarecimentos sobre os temas colocados em discussão. Este é um risco que todos devem correr em nome da democracia, uma vez que as consultas populares, sejam elas feitas por quaisquer meios, devem refletir o interesse e a opinião do povo e não ser apenas instrumento legitimador de decisões autoritárias.

Podemos incluir dentre os pontos a favor da implementação de ferramentas de participação que as consultas populares ou projetos de iniciativa popular podem servir para a inclusão de interesse de minorias na pauta da sociedade como um todo. As minorias, geralmente, não conseguem representatividade no Congresso, abarrotado de representantes de bancadas diversas (ruralistas, evangélicos, sindical, etc.). A formação de bancadas demonstram como se legisla em favor de seus grupos de interesse e não do povo. Ao poder apresentar propostas às minorias conseguiriam colocar em pauta discussões pertinentes à cidadania de grupos, hoje subcidadãos, aqueles sem representatividade e sem condições de exercício pleno de seus direitos e deveres.

No Brasil não é comum vermos a realização de plebiscitos, referendos e a discussão de projetos de iniciativa popular, como proposto por Benevides (1991). Muito se dá pela falta de regulamentação e também pela falta de educação política. Entretanto, a popularização do ciberespaço vem se configurando como um campo de prática mais aberto, mais participativo para a discussão dos interesses públicos e o desenvolvimento do que Pierre Lévy (1999) chama de inteligência coletiva, que é a força motriz da cibercultura.

## 2.1 COMUNICAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA

Na modernidade a comunicação social conseguiu se constituir como parte significativa da esfera pública que abriga as discussões do rumo da sociedade e mais além. Hoje esse

espaço é permanente, porém dominado por aqueles que são os donos dos meios de produção da informação. De fato significa: o que está nos meios de comunicação de massa não é exatamente o que a sociedade gostaria ou seu pensamento, mas sim o determinado pelos interesses econômicos e políticos de uma elite.

A mídia, seja ela qual for, sempre foi instrumento de dominação e discussão mesmo antes da constituição de uma esfera pública permanente com a modernização e profissionalização do jornalismo. Durante a Reforma Protestante, as revoluções Inglesa e Francesa a comunicação social foi utilizada para discutir a ordem social e buscar adeptos para as causas. Todos os envolvidos recorreram à criação de jornais, panfletos, gravuras, para defender suas causas e ideais. Briggs e Burke (2004) colocam que a discussão por meio da mídia favoreceu a criação de uma esfera pública temporária, cada uma em seu momento histórico, que foram determinantes para que os vencedores conseguissem o apoio popular. Entretanto, com o desenrolar das crises, a quantidade de panfletos e jornais a circular sempre diminuía ou se extinguia, fechando a janela de discussões que fora tão importante.

As mudanças na organização social de diversos países europeus foram importantes para o crescimento do jornalismo e a consolidação de seu papel, e, com isso, o estabelecimento de uma esfera pública permanente, especificamente o florescimento do capitalismo. Foi no século XIX que houve o crescimento do público leitor, a partir da maior escolarização das massas por meio da instituição de escolas públicas. Da mesma forma, também criaram um ambiente propício para o jornalismo o aumento da urbanização, com a saída das pessoas do campo para formação do proletariado urbano, além, é claro, das conquistas sociais. Vemos então que a partir do momento em que os direitos são adquiridos e respeitados, ou desrespeitados, maior é o espaço para a comunicação social. Por meio da mídia, quem tem voz também a usa para reivindicar esses mesmos direitos adquiridos ou aqueles que julga necessitar serem concedidos ou reconhecidos.

A expansão da imprensa foi alimentada pela crescente conquista de direitos fundamentais, como a liberdade, cerne de lutas políticas seculares que incendiaram revoltas e revoluções, valor central da emergência de um novo conceito de governação – a democracia. (TRAQUINA, 2007, p. 26).

As modificações políticas, sociais e econômicas não ocorrem em todos os cantos do planeta ao mesmo tempo e de forma análoga, entretanto, tendem a seguir estágios semelhantes – principalmente no ocidente.

Mas a relação entre democracia e jornalismo é fundamentalmente uma relação simbiótica, em que a liberdade se encontra como estrela brilhante de toda uma constelação teórica que fornece ao novo jornalismo emergente legitimidade à atividade/negócio em expansão e identidade aos seus profissionais. (TRAQUINA, 2007, p. 27).

Na nova sociedade que se desenvolve com a queda do absolutismo, o jornalismo será visto como um palco de debate legítimo e como o principal fornecedor de informações que respaldará tomadas de decisões. A necessidade de informações, além daquelas que se tem contato direto, eleva o jornalismo a um patamar de atividade essencial à nova sociedade emergente e assim mais pessoas passam a se dedicar exclusivamente a ele. As revoluções liberais e, posteriormente, a revolução industrial, criaram condições políticas, técnicas e econômicas para a transformação do jornalismo em indústria, além do seu desatrelamento do Estado. A comunicação no século XIX começa a ter uma nova função que é a de fornecer informações mais factuais e também econômicas. A industrialização e o aumento do setor de serviços, características das sociedades urbanas, possibilitaram o desenvolvimento de uma nova forma de financiamento de suas atividades: a publicidade. A partir do momento em que o jornalismo – a comunicação social – passa a ser um negócio, a utilidade pública, e seu papel de esfera pública de debates, passa a ser influenciada, em maior grau, pelo lucro.

Bobbio (1992) afirma que o homem é um animal teleológico, que atua geralmente em função de finalidades projetadas no futuro. Somente quando se leva em conta a finalidade de uma ação é que se pode compreender o seu ‘sentido’. Assim, podemos compreender que as características dos meios de comunicação e de sua forma de trabalhar sempre têm um objetivo. Nem sempre são os objetivos pregados pela teoria, mas sim pela lógica do lucro. Guareschi (2013, p. 106) avalia que “[...] os meios não são absolutos em si mesmos. O fato de existirem não significa que sejam bons e exercendo corretamente a função que devem desempenhar, é necessário ver o agente humano por trás deles”.

O jornalismo conseguiu se legitimar com o apoio de teóricos da opinião pública, é visto como “[...] um produto das filosofias liberais de finais do século XVII e no século XVIII, e, sobretudo, das teorias democráticas do século XIX.” (TRAQUINA, 2007, p. 32). Os jornais eram um meio de tornar públicas as insatisfações da sociedade.

Portanto a legitimidade jornalística está na teoria democrática e, segundo os seus teóricos, assenta claramente numa postura de desconfiança (em relação ao poder) e numa cultura claramente adversarial entre jornalismo e poder. (TRAQUINA, 2007, p. 32).

Desta forma, teoricamente, o jornalismo seria a expressão das diferentes vozes do interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelo governo, assim como ser vigilantes do poder político e proteger o cidadão de qualquer abuso de poder por parte do Estado. Estaria entre os papéis do jornalismo o de obrigar o governo a efetuar reformas sociais (TRAQUINA, 2007). Porém, há que se pensar bem esse papel visto que, na modernidade, o jornal é também uma indústria e tem como objetivo gerar lucros, assim como as demais organizações capitalistas.

A concentração das mídias nas mãos de poucos grupos, na atualidade, e geralmente com filiações políticas, faz com que o jornalismo seja mais um aparato do poder, principalmente no Brasil. Segundo dados do estudo ‘Os Donos da Mídia’, feito pelo Instituto de Estudos e Pesquisa em Comunicação (EPCOM), em 2002, seis redes privadas nacionais reúnem 667 veículos, entre emissoras de TV, de rádios e jornais impressos.

Os dados sobre a concentração da mídia no Brasil fazem com que seja necessário refletir sobre o papel do direito de expressão por meio dos veículos tradicionais, uma vez que é claro que estes grupos tentam fazer prevalecer a sua opinião, mesmo se dizendo isentos e imparciais. É preciso não confundir a liberdade de imprensa com o direito de expressão. O primeiro vem das lutas inglesas pelo direito de se imprimir, em um período em que pequenos tabloides eram afixados por Londres para expor os desmandos de um governo autoritário. Naquele período os impressos eram um contrapoder perseguido e censurado. A liberdade de imprensa era algo imprescindível para a garantia da democracia. Hoje a liberdade de imprensa é confundida com a liberdade das empresas de comunicação e qualquer tentativa de normatizá-la ou de responsabilizá-la é vista como censura. Apoiamos neste trabalho o exercício da cidadania por meio da liberdade de expressão, conforme a definição de Guareschi (2013).

[...] b) Liberdade de expressão: consiste na liberdade de cada ser humano expressar publicamente, através de diferentes meios, suas opiniões, valores e crenças. Esse é o conceito mais usado, nos dias atuais, quando se discutem temas ligados à comunicação. Alguns consideram tal liberdade como absoluta e tudo o que puder impedir ou restringir tal direito não pode ser aceito, venha de onde vier. (GUARESCHI, 2013, p. 99).

A liberdade de expressão só está garantida se o cidadão comum também tiver meios de se expressar e, assim, participar ativamente dos debates sociais, além de apenas ser obrigado a concordar ou discordar silenciosamente com o que é posto pela mídia. É pouco provável que os veículos tradicionais deem abertura para a livre expressão do pensamento de seu público,

mas aos poucos estão criando espaços em que essas pessoas possam demonstrar suas opiniões, sob o risco de que sem isso verem diminuir cada vez mais sua audiência.

Ramonet (1999) já questionava, logo que a internet se tornou uma realidade, se os grupos mais poderosos iriam se apropriar de uma vez por todas das informações para se impor ao mundo ou se iriam abrir uma nova área de liberdade para o cidadão. A preocupação do autor é compreensível, visto que, depois de um breve período sem saber o que fazer as grandes empresas realmente se posicionaram na internet, assim como o fizeram com as demais mídias. Elas agrupam em torno de si *sites* e *blogs* que um dia foram independentes. *Sites* e *blogs*, conectando-se aos grandes portais, precisam seguir suas normas e atender aos seus interesses.

O que nos leva a pensar nas quatro tendências propostas por Thompson (2011) como uma realidade hoje, 20 anos depois. O autor coloca que, dentro do processo de globalização, a tendência na indústria da comunicação é: a) a crescente concentração das indústrias da mídia; b) sua crescente diversificação; c) a crescente globalização das indústrias de mídia; d) a tendência para a desregulamentação. Das quatro proposições do autor, apenas a última não pode ser aplicada no caso brasileiro completamente, haja vista que em 2014 foi aprovado, pelo congresso brasileiro, o Marco Civil da Internet, que passou a vigorar em 23 de abril do mesmo ano. A lei busca disciplinar do uso da internet no Brasil e tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão. Portanto, em tese, a norma busca proteger os direitos do cidadão.

Para discutir a participação do cidadão na comunicação recorreremos novamente a Peruzzo (1998, p. 275) que, sobre o direito de participação como fundamento da democracia, afirma: “Uma das múltiplas instâncias pelas quais o homem pode exercer esse direito e esse dever é a comunicação social, compreendendo-se nela todos os níveis e todos os meios criados para efetivá-la”. A participação é condição intrínseca para o exercício da cidadania, mas depende, em qualquer esfera, de apoio e criação de metodologias para torná-la possível. O incentivo sem o fornecimento de ferramentas, ou o fornecimento de ferramentas sem o incentivo, configuram-se como mero ato demagógico e com fins apenas em si mesmo, sem a possibilidade da cidadania em seu exercício.

Os meios de comunicação têm várias formas de promover a participação, principalmente com a tecnologia da digitalização das informações – tema que será abordado com mais detalhes no capítulo 3 - Comunicação nas Redes Digitais. Porém, é preciso avaliar quais são os objetivos da participação para entender o seu sentido.

A participação tem como objetivos: a autopromoção, a realização da cidadania, a definição das regras do jogo, o controle do poder, a moderação da burocracia, a prática da negociação e a construção de uma cultura democrática. Nós acrescentamos a abertura e a manutenção de canais e a socialização da informação e do conhecimento. (DEMO, 1988 *apud* PERUZZO, 1998, p. 278).

No processo comunicacional todos os participantes tem, ou deveriam ter objetivos específicos, visto que em princípio o objetivo geral é influenciar. Os veículos podem ter os objetivos propostos acima, mas precisam além disso saber exatamente o que querem tornar possível a partir de sua influência. Os objetivos podem ser instrumentais ou meramente consumatórios, porém tem de estar em consonância também com os objetivos comunicacionais do receptor. Ao mesmo tempo em que os veículos precisam da participação do cidadão para legitimar sua prática, o participante também tem objetivos próprios. Quando os objetivos são antagônicos, não é possível estabelecer um fluxo comunicacional, o que impede o exercício da cidadania por meio da participação e do debate.

Peruzzo (1998) estuda principalmente a comunicação popular, mas a coloca como complementar à comunicação de massa. Concordamos com a autora de que é preciso reconhecer “[...] o grande poder da mídia e sua manipulação, a serviço dos interesses das classes dominantes, mas nem por isso ela deixa de dar sua contribuição ao conjunto da sociedade.” (PERUZZO, 1998, p. 131). Ela não é apenas veículo de manipulação, a mídia é responsável pela visão que temos do mundo, como afirma Luhmann (2005), pois o que sabemos da sociedade é aquilo que pode ser comunicado com chances de ser entendido. Portanto, o que não é publicado pelos meios permanece invisível ou pode ser considerado até inexistente.

Ao avaliar a importância da participação popular nos meios de comunicação podemos inferir que ela pode trazer à luz aspectos da sociedade que poderiam ficar encobertos pela cobertura autorreferente das mídias. Assim, é importante entender o nível de participação que essas mídias proporcionam ao cidadão. Para Peruzzo (1998, p. 144), “[...] é premente tentarmos compreender o envolvimento popular na produção, no planejamento, e na gestão da comunicação comunitária, como forma até de contribuir para o avanço em qualidade participativa e na conquista da cidadania”. A autora aborda a comunicação comunitária, mas neste estudo aproveitamos sua categorização para estudar a comunicação social de capital privado, uma vez que o direito à informação também perpassa essas esferas altamente concentradas e elas também fazem uso do povo para legitimar suas ações.

Aceitamos que a participação pode ser percebida em quatro níveis. Quanto maior a participação mais democrática é a mídia. Os níveis de participação na mídia apresentados por Peruzzo (1998) são: produção – no qual é permitida a participação popular na elaboração do conteúdo, inclusive, há capacitação técnica para elaboração própria e periódica dos conteúdos e tomada de decisões técnicas. Este tipo pode parecer com a participação-poder, entretanto, ela é realmente uma participação controlada em muitos aspectos, pois não há interferência do público em uma gestão e em decisões estratégicas.

Da mesma forma é preciso perceber o nível de planejamento, pois este sim tem traços da participação-poder. Aqui são aceitas iniciativas direcionadas à definição da linha editorial, estabelecimento de objetivos e prioridades, até mesmo políticas de comunicação. Mas, será na participação da gestão dos meios em conjunto com as demais que se terá um verdadeiro compartilhamento do poder, pois há participação nas decisões e processos administrativos que vão influenciar todos os demais processos do meio. O nível mais elementar de participação é o colocado por Peruzzo (1998) como mensagens. Neste nível as pessoas se envolvem ocasionalmente, participando nas mensagens apresentadas, como entrevistas, depoimentos e sugestões. Não há relação da atuação do interagente com as decisões tomadas em outros processos.

A participação no nível de mensagens possivelmente é passiva. Entretanto, temos que reconhecer que é melhor participar ocasionalmente do que não participar de maneira alguma. Assim, neste estudo, acreditamos que a qualidade da participação é tão relevante quanto o tipo de participação. Há situações e ferramentas que não permitem uma participação de qualidade e que não expressam a luta ou defesa da cidadania, como comentários em matérias diversionais sobre vida de artistas, por exemplo. Entretanto, um comentário ocasional sobre um tema de destaque, como direito à saúde, à vida, e outros, pode fazer o sistema da comunicação dar mais um passo. Um comentário pode levar a outro, se for exemplo de direito à comunicação.

O que percebemos nos meios de comunicação privados, principalmente no Brasil, é a abertura à participação do cidadão geralmente no último nível, o de mensagens. A virtualização maior da comunicação com o uso de aparatos tecnológicos fez com que a mídia desenvolvesse novas formas para participação do leitor. Entretanto, ela ainda não sabe o que fazer com o conteúdo que chega; e o leitor também, muitas vezes, não sabe como participar com qualidade.

Guareschi (2013) traz uma visão pouco diferente, mas que agrega valor à discussão.

Para ele a prática participativa pode ocorrer de três formas: no planejamento de um projeto, na execução e nos resultados advindos desse empreendimento. A mais importante, ou como ele chama – a verdadeira participação – é a que ocorre na dimensão do planejamento; pois é ele que norteia tanto a execução quanto a participação nos resultados.

No planejamento são determinados os objetivos de se permitir a participação e por onde – além de, no próprio planejamento, a participação é permitida ou natural. Acreditamos que o objetivo da abertura de canais de participação do leitor das mídias tradicionais, mesmo usando novas plataformas como a internet, não é promover a cidadania, mas fidelizar o consumidor. Nos veículos digitais o leitor se move por caminhos já programados pela própria empresa e não interfere diretamente na produção do conteúdo ou na gestão da empresa de comunicação. Vaz (2013) corrobora esta ideia. “O objetivo dessa interatividade não é conhecer o público, mas fidelizar o consumidor, que se sente prestigiado pela sensação de ser ouvido, e servir como termômetro de consumo.” (VAZ, 2013, p. 23).

Entretanto, outros estudos trazem mais respostas para esta questão. Segundo Alves Filho (2011), ao falar da carta do leitor, a empresa de comunicação pode ter como propósito manter um relacionamento constante e fiel com os leitores. Ou seja, o veículo pode usar a participação para fazer uma propaganda indireta dos jornais. A seção de cartas, completamente editorializada, pode servir para publicar elogios ao trabalho da mídia ou mesmo encorajar a visão de que o veículo é plural e serve a todas as vozes da sociedade. Outro motivo para incentivar a participação pode ser a criação de um universo de leitores que consigam se comunicar por meio das ferramentas disponibilizadas. O que hoje, com a tecnologia disponível e com a virtualidade da comunicação, tornou-se tarefa fácil.

Os veículos têm seus motivos, que podem ser os apresentados ou outros, com objetivos mais específicos, para promover a participação. É determinante que o cidadão conheça e entenda quais são esses motivos para que, assim, faça de sua interação com a mídia algo que possa ser reflexo de seu direito de expressão, portanto, de comunicação. Tomar ciência dos objetivos da mídia e optar por interagir faz com que o cidadão seja o responsável por sua participação de maneira completa. A questão não é apenas participar, mas elevar essa participação a um patamar de qualidade que sirva como suporte à cidadania.

A partir de 2009 o mundo foi sacudido por protestos de pessoas comuns, cidadãos articulados por meio das mídias sociais, que buscavam conquistar uma vida mais digna, com respeito aos direitos humanos. Os primeiros movimentos ocorreram na Tunísia e na Islândia, seguidas do Egito, da Espanha e de tantos outros. Nem mesmo os Estados Unidos

conseguiram escapar e viram seu modelo de gerenciamento político e econômico ser colocado em dúvida com o movimento Occupy Wall Street. Este mobilizou cidadãos de diversas partes do mundo, que se posicionaram contra as políticas, ou a falta delas, estadunidenses no campo econômico e social.

Segundo Castells (2013), esses movimentos nasceram do desprezo que os cidadãos sentiam por seus governantes e pela classe política, que se sentiam mais donos do poder do que representantes de uma nação. Ao observarmos quais países deram lugar às manifestações, percebemos que o sentimento de esperança por uma sociedade mais justa foi comum tanto em regimes ditatoriais, a exemplo do Egito, como democráticos, a exemplo dos Estados Unidos. No Brasil, o sentimento que já vinha tomando corpo, extravasou em 2013. O mês de junho foi o período de mais manifestações. Segundo a mídia, elas começaram por causa do aumento das passagens de ônibus em diversas capitais. Mas, já nas primeiras manifestações e pelos comentários sobre as notícias, é possível aferir o que só os historiadores irão comprovar dentro de alguns anos: a luta nunca foi pelo valor passagem ou apenas por ele. A luta era por uma vida digna, por salários que conseguissem pagar a passagem de ônibus e pela garantia dos direitos fundamentais previstos constitucionalmente.

Os meios de comunicação tradicionais (jornais, emissoras de televisão e rádio) contribuem para o reforço da ideologia dominante e manutenção do *status quo*. Devido à força das manifestações, ocorridas predominantemente em junho de 2013, viram-se obrigados a dar mais espaço às notícias sobre aqueles que gritavam por uma nova ordem política e econômica. Assim, foi na liberdade e segurança das redes digitais que os manifestantes encontraram o espaço ideal para se articularem em torno de um objetivo: a busca pela cidadania por meio da participação democrática nas decisões que possam influenciar o seu país, a sua sociedade. Foi usando as potencialidades do ciberespaço e colocando a inteligência coletiva em ação que a população vislumbrou novamente a potencialidade da democracia.

O destino na opinião pública emergiu na Europa graças ao apoio técnico da imprensa, mas nesse processo os meios de comunicação se sucederam – ou seja, cada um em seu tempo histórico polarizou as discussões políticas, no confisco ao exercício da opinião pública (Levy, 1999). A partir do desenvolvimento do ciberespaço, esse roubo consentido já não é mais tolerado e os cidadãos podem usar os espaços virtuais para marcar presença e expressar opinião sobre todo e qualquer tema que julgar relevante. É de se esperar que os governos tentem centralizar o controle sobre as redes, porém, mesmo assim, grupos sociais podem usar a virtualidade do ciberespaço para promover trocas de experiências e saberes, bem como

formar redes de ajuda, e também promover a maior participação da população nas decisões políticas.

A verdadeira democracia eletrônica consiste em encorajar, tanto quanto possível – graças às possibilidades de comunicação interativa e coletiva oferecidas pelo ciberespaço – a expressão e a elaboração dos problemas da cidade pelos próprios cidadãos, a auto-organização das comunidades locais, a participação nas deliberações por parte de grupos diretamente afetados pelas decisões, a transparência das políticas públicas e sua avaliação pelos cidadãos. (LEVY, 1999, p.186)

As redes de comunicação digital fornecem as ferramentas para se haver um amplo debate público sobre temas relevantes, mas é preciso que essa discussão seja incentivada, e para tanto alguém tem de assumir esse papel. Governos podem fazer isso, organizações civis, e também os próprios veículos de imprensa que tem em seu poder a credibilidade auferida pela história e que agora pode usá-la em favor da ampliação do espaço de discussão democrático da sociedade. Teoricamente a imprensa poderia ser uma ferramenta de informação objetiva e isenta que traria ao cidadão informações para serem debatidas e que ajudassem na elaboração da imagem que cada um tem dos mais variados aspectos de sua vida em sociedade e de si mesmo. Assim, ao abrir mais e melhores canais de comunicação com o público, a mídia estaria contribuindo de verdade para cidadania e para a democracia.

A participação não se dá apenas na discussão da legislação, o importante é participar do mundo como um todo, tomar reponsabilidade por suas ações e se envolver com a coletividade. As manifestações de junho de 2013 nos mostram como é possível que as articulações do ciberespaço passem a ocupar o território físico para desencadear mudanças práticas. Assim, devemos concordar com Lévy segundo o qual o mundo das redes digitais e o do território são qualitativamente diferentes, porém se complementam e tornam possível a potencialização da opinião pública. Para ele, a “democracia eletrônica se trata de incitar a colaboração coletiva e contínua dos problemas e sua solução cooperativa, concreta, o mais próximo possível dos grupos envolvidos” (LÉVY, 1999, p.195).

Ao abordar o tema da participação percebemos a necessidade de também lembrar que a interação que buscamos analisar neste trabalho se dá no espaço da esfera pública, sendo a internet apenas a sua plataforma.

A esfera pública (HABERMAS, 1984) é um espaço de discussão no qual são debatidos assuntos de relevância para a cidade. Busca-se promover a interação entre os participantes para que se chegue a um denominador comum, ou ao menos para que se dê a conhecer os vários aspectos de um mesmo tema relevante para a sociedade. A esfera pública é

um espaço virtual que não pode ser encerrado em um único espaço físico, portanto “qualquer local de discussão de ideias é, a princípio, parte disso” (MARTINO, 2014). Assim percebemos que temas relevantes podem ser discutidos nas páginas dos jornais, impressos, cafés londrinos, ou mesmo nos espaços destinados aos comentários em notícias publicadas na internet.

Mais do que a plataforma utilizada, o importante é que os temas abordados na instância da esfera pública carecem de legitimidade. Ou seja, precisam ser do interesse de todos e, mais, precisam ter importância para comunidade. Neste espaço de discussão de ideias é preciso avaliar atentamente se tema e argumentação são de interesse público.

Devido às características intrínsecas ao ciberespaço, a internet seria o palco ideal para abrigar e ser uma das mais importantes telas para a esfera pública. E, assim, acreditamos fortemente que o seja na atualidade. Entretanto, é preciso admitir que nem tudo ao que se dá publicidade nas redes telemáticas pode ser caracterizado como temática merecedora de atenção na esfera pública. Lévy (1996) alerta para o efeito Moebius, um efeito recorrente com a virtualização, que é a passagem do interior ao exterior, e também o contrário. “Esse ‘efeito Moebius’ declina-se em vários registros: o das relações entre privado e público, próprio e comum, subjetivo e objetivo, mapa e território, autor e leitor” (Lévy, 1996, p.24).

Entendemos que desta forma o autor muito bem aponta o problema da constante exposição na internet de conteúdos privados como se fossem públicos. Assim a internet, que poderia ser a expressão máxima da esfera pública, acaba por servir de suporte para fatos e temas que deveriam manter-se privados, como questões de preferências pessoais, relacionamentos e até mesmo rotinas domésticas que não contribuem com o debate público sobre qualquer assunto de interesse ou importância. Ou seja, pode se transformar em apenas um simulacro do real sem complexidade, como tanto alertou Jean Baudrillard (1997). Concordamos com Martino (2014) de que assuntos privados só devem ser tema de debate público quando possui relevância para vida particular de diversas outras pessoas. Ou seja, temas pessoais só devem ser tratados de forma pública quando tem relevância para democracia, conseqüentemente para exercício ou promoção de cidadania.

Os temas são propostos ou tornados públicos por diversas fontes quando trata-se de internet. O monopólio do agendamento ainda existe em grande parte, porém há situações como os protestos de 2013, analisado na pesquisa empírica deste trabalho, em que a esfera pública é dominada pela discussão que emana das mídias sociais atualizadas diretamente pelos cidadãos. Como foi o caso, a imprensa tradicional acabou por ser agendada pelo

público. De toda forma, a força da imprensa é grande e ela influencia a esfera pública em longo prazo. Mesmo em tempos de redes sociais digitais, mídias digitais, e digitalização de veículos tradicionalmente impressos - como o caso do Jornal do Brasil -, o público continua se voltar ao jornalismo para ter informações que eles consideram confiáveis. Matéria publicada pelo jornal Folha de São Paulo, em 19/08/2015, afirma que nunca se leu tanto jornal. O texto se refere a campanha publicitária promovida pela Associação Nacional dos Jornais e afirma que 92% dos usuários de *smartphones* do Brasil leem notícias na internet. Ou seja, as informações jornalísticas ainda são parte extremamente importante para a construção das imagens e conhecimentos que as pessoas possuem sobre fatos os quais não tem contato direto.

Assim, tanto os acontecimentos abordados pela imprensa quanto pelos cidadãos nas redes digitais devem ser analisados para saber se podem ser parte da esfera pública de acordo com o descrito por Habermas (1984). Segundo Martino (2014, p. 95) “vale lembrar que essas normas tem sua razão de ser: elas permitem avaliar não apenas se uma discussão é relevante, mas permitem avaliar também os rumos que ela toma – em outras palavras, ajudam o debate democrático a não se desviar do assunto”. Vemos então que não é qualquer participação no espaço público que pode ser caracterizado como uma ação democrática.

Temas e argumentações que não passem pelo filtro não cabem na esfera pública, muito menos podem ser entendidos como exercício ou promoção de cidadania. São exemplos matérias e outras publicações nas quais o indivíduo se aproveita do ambiente proporcionado pelas ferramentas do virtual para fazer promoção de si mesmo ou de seus interesses privados. Também não faz parte da discussão na esfera pública aquele que não reconhece seu interlocutor como parte essencial e prolonga-se em um discurso sem fim. Este entendimento parte da proposta de Habermas (1984) para três critérios de avaliação os quais visam garantir o que o autor chama de racionalidade da discussão. Ou seja são os filtros para se enquadrar os temas e argumentações na esfera pública. São eles: o reconhecimento do interlocutor; igualdade de condições de participação, e o respeito à regras. Martino (2014) muito bem explica esses critérios da seguinte forma: a) deve haver o reconhecimento mútuo dos participantes quanto ao direito de falar; b) é preciso que todos os participantes possam falar ou expressar-se sem hierarquização, e na internet é possível aceitar até mesmo o anonimato; c) é preciso aceitar-se as regras do debate e manter-se fiel ao tema, além de abster-se de ataques pessoais.

Para entender melhor o campo onde se dá a articulação da participação dos leitores das matérias sobre os protestos de 2013, publicados pelo UOL, estudamos as redes digitais. Buscamos conhecer suas características e as oportunidades que a mídia digital disponibiliza ao internauta para participar da esfera pública.

### 3 COMUNICAÇÃO NAS REDES DIGITAIS

O modelo comunicacional que tem despertado atenção na contemporaneidade é a comunicação via redes digitais usando computadores e tecnologias móveis – como celulares, *tablets* e até mesmo relógios.

O jornalismo para plataformas digitais foi possível graças ao desenvolvimento das tecnologias que, em última instância, possibilitaram a ‘convergência’ das características de meios já existentes em um meio: a internet. Briggs e Burke (2004) afirmam que esse já foi um assunto difícil de se fazer entender, mas que a popularização da informatização tornou mais simples.

Os primeiros equipamentos digitais foram desenvolvidos na década de 1940, mas nos anos de 1970 houve uma virada fundamental, como aponta Pierre Lévy (2001). Naquela década houve o desenvolvimento e a comercialização do microprocessador, o que logo mais possibilitou o desenvolvimento e a disseminação dos computadores pessoais.

Lévy (2000, p. 32) ressalta ainda que as “[...] as tecnologias digitais surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação”. Para ele se delineava também um novo mercado da informação e do conhecimento.

Eu defino o ciberespaço como o *espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores*. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o carácter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço. (LÉVY, 2000, p. 92-93, grifo do autor).

O próprio autor já previa que, com a perspectiva da digitalização geral das informações, o ciberespaço viria a ser o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade. As falas de Pierre Lévy são resultado de seus estudos de muitos anos e do seu testemunho da história. Hoje, a interface mais conhecida do ciberespaço é a internet, ou *world wide web*. Também fazem parte dessa grande teia todas as redes públicas e particulares, que, na visão de Lévy (2000), formam a inteligência coletiva da humanidade, que fica resguardada na memória permanente do ciberespaço.

Ao usar a palavra coletiva, Lévy (2000a) demonstra todo o seu otimismo com relação ao compartilhamento de informações que a internet pode possibilitar, assim como a chance de dar voz e deixar participar ativamente todos aqueles que têm condições de ascender ao ciberespaço.

O jornalismo disseminado no ciberespaço foi possível principalmente graças ao aprimoramento da internet, filha do desenvolvimento das tecnologias de digitalização de informações. A transformação de qualquer informação no código binário 0/1 possibilitou que todo o *know how* jornalístico até então conhecido pudesse ser levado para essa nova plataforma.

Quando falamos em código binário estamos nos remetendo à digitalização da informação e sua conseqüente virtualização. No caso do jornalismo, remetemo-nos à virtualização das informações e de suas narrativas, sejam elas em qualquer formato – áudio, vídeo, imagens fotográficas, textos, ou, mais recentemente, narrativas audiovisuais interativas e até mesmo *newsgames*. Estas duas últimas modalidades se constituem na composição de narrativas jornalísticas, ou não, que utilizam de todos os formatos ao mesmo tempo, e ainda da interatividade com o leitor, para construir o ‘texto’.

A virtualização das informações possibilitou o compartilhamento em redes digitais que não tiveram início já da forma comunitária/compartilhada prevista por Pierre Lévy. Em seu princípio, as redes digitais eram privadas, não tinham seus arquivos virtuais abertos a todos. O que veio a se tornar a *world wide web* foi resultado mais uma vez da busca do homem por meios de se comunicar, e de se comunicar para poder controlar. O governo americano, ao ver seu poder tecnológico ultrapassado pelos soviéticos, em 1957, devido ao lançamento do satélite espacial artificial Sputnik, centrou forças na criação de uma rede de comunicação que seria teoricamente indestrutível.

Em 1967, uma empresa contratada pelo governo americano apresentou o protótipo da primeira rede interligada que usaria a comutação de pacotes e um sistema não hierárquico de informações digitalizadas. Isto significa que, com a transformação das informações em códigos binários (0/1), elas poderiam ser divididas em ‘pacotes’ e multiplicadas diversas vezes para serem compartilhadas. Cada um desses pacotes sairia do equipamento remetente a caminho do destino final, com cada um passando por um caminho diferente na rede conectada. No ponto final a mensagem seria recomposta e apresentar-se-ia em sua completude.

Pinho (2003, p. 24) explica de forma simples que, no sistema de comutação de pacotes, “[...] [o] itinerário específico de cada pacote é irrelevante. O importante é que o modelo garante que todos os pacotes cheguem a seu destino final e sejam reagrupados, reconstituindo a mensagem original”. Ou seja, as informações não poderiam ser interrompidas, como já ocorrera na guerra civil americana com a derrubada de linhas de telégrafos. Em tese, se um pacote fosse interceptado, vários outros ainda teriam a chance de chegar ao seu ponto de destino. No caso de interceptação de pacotes, a informação ainda contaria com uma ajuda a mais para não ser descoberta: a criptografia – codificação própria que pode impedir que se compreenda o sentido original do pedacinho de mensagem interceptada.

No ano de 1969 parte das pesquisas sobre essa nova forma de comunicação foi delegada às universidades nos EUA, o que possibilitou a estruturação da primeira rede, a ARPAnet. Ela foi composta por computadores instalados em quatro instituições: duas unidades da Universidade da Califórnia – Los Angeles (UCLA) e Santa Bárbara (UCSB), a *Stanford Research Institute* (SRI) e a Universidade de Utah. Três anos depois, em 1972, outras 19 universidades e centros de pesquisa passaram a fazer a parte da ARPAnet. No ano seguinte, Inglaterra e Noruega se conectaram à rede. Deste momento em diante o crescimento da rede foi exponencial.

A grande adesão ocorreu já na década de 1990, quando o engenheiro Tim Berners-Lee, do Laboratório Europeu de Física de Partículas (CERN), criou o que veio a ser chamada de internet – que é a entrada para o ciberespaço com o uso de uma interface mais amigável, baseada em protocolos de endereçamento e apresentação de informações usando o *Hypertext Markup Language* (HTML). Esta é a linguagem que se tornou padrão para criar as páginas com os conteúdos a serem disponibilizados na internet por meio de um endereço – o *Uniform Resource Locator* (URL).

A popularização dos computadores e a criação de uma interface amigável para rede – na qual não só técnicos poderiam atuar, mas qualquer pessoa que tivesse acesso e o mínimo de instruções, forneceu a oportunidade que o jornalismo esperava para se lançar de vez no mundo virtual. Até então somente agências de notícia disponibilizavam conteúdos digitais, os quais eram destinados a clientes específicos.

Com a criação da internet como conhecemos, faz-se necessário voltar à questão da virtualização das informações. Ela torna possível boa parte das características da rede que diferenciam esta das mídias tradicionais. Para tanto, é preciso citar mais uma vez Pierre Lévy.

Estará o texto aqui, no papel, ocupando uma porção definida do espaço físico, ou em alguma organização abstrata que se atualiza numa pluralidade de línguas, de versões, de edições de tipografias? Ora, um texto em particular passa a apresentar-se como a atualização de um hipertexto de suporte informático. Este último ocupa “virtualmente” dos os pontos da rede ao qual está conectada a memória digital onde se inscreve seu código? Ele se estende até cada instalação de onde poderia ser copiado em alguns segundos? Claro que é possível atribuir um endereço a um arquivo digital. Mas, nessa era de informações on line, esse endereço seria de qualquer modo transitório e de pouca importância. (LÉVY, 1996, p. 19-20).

O autor reafirma a realidade do texto virtual que mesmo não tendo matéria tem um alcance antes impossível para qualquer fenômeno comunicacional. Mesmo desterritorializado, o texto virtual está presente em cada uma de suas versões como um habitante ubíquo do ciberespaço, em cada máquina que o apresenta em sua tela. Embora precise de suportes físicos para subsistir e ser atualizado, o hipertexto não possui um lugar e está em todos os lugares e em qualquer desses lugares pode ser ampliando e modificado. A informação virtualizada não se desrealiza para Lévy (1996), ela passa a potência. Essa potência permite que cada usuário faça uso da informação da melhor forma que encontrar. A informação tem a potencialidade de atingir todos aqueles que se conectam à rede, fazendo que a comunicação atinja níveis de influência até então não experimentados.

A informação virtual tem ainda a potencialidade de ser atualizada de modo uniforme em todos os seus pontos. Com o aparato tecnológico disponível é possível promover a interatividade entre produtores de conteúdo e leitores, e principalmente entre os próprios leitores. A informação virtual organizada pelo hipertexto possibilita, ainda, uma mudança no modo de leitura linear tradicional. Ou seja, a tecnologia possibilita a potencialização das características colocadas por Groth (2011) para a ciência dos jornais.

As características da informação virtualizada levam à diferenciação entre as mídias já existentes e a nova plataforma internet. Tomando partido das proposições de Pinho (2003), podem ser feitas as seguintes análises:

- a) O que já se apresentava eram mídias com leituras lineares, nas quais o indivíduo precisava começar a ler ou assistir, ou ouvir, de um ponto pré-determinado em diante. O hipertexto da internet possibilita interconexão de conteúdo via *links* em palavras-chave, pelos quais o próprio leitor escolhe o caminho a ser percorrido ou simplesmente abandona o conteúdo inicial e dá partida em nova busca. A internet oferece uma leitura não linear, pois não há regra para a leitura na rede como se tem em um livro. A diferença é que não existe um índice fixo no qual o leitor tem

de retornar, o próprio hipertexto o é. A cada nova página é apresentada uma nova configuração que pode, inclusive, ser atualizada.

- b) O acesso à internet se dá por meio de aparatos que usam telas luminosas que cansam mais o leitor, ou seja, o seu uso é afetado pela própria fisiologia do usuário. Esta característica deve ser levada em conta ao se preparar narrativas virtuais. O problema pode ser minimizado ao se usar princípios de arquitetura da informação, na qual a utilização de uma estrutura de *links* apropriada faz com que o leitor tenha mais oportunidade de ler textos extensos sem se cansar em demasiado. Inclusive, há o desenvolvimento de tecnologias que buscam minimizar esses feitos. É o caso da tela retina, que, ao ser apresentada com uma resolução maior do que a de uma televisão em HD, promete densidade de pixels maior do que a capacidade do olho humano distingue, além de redução no reflexo, o que proporcionaria um conforto para leitura próxima ao do experimentado com o material impresso. Tecnologias como essa possibilitam a chance de o webleitor conseguir se ater a textos mais longos.
- c) Diferenciais como instantaneidade e acessibilidade estão presentes em mídias anteriores como a televisão e o rádio; e a memória no jornal. Porém, as informações das redes digitais potencializam estas características. O formato da rede de comunicação via internet, sem um ponto central de emissão, mas com sua presença potencial em todas as telas ao mesmo tempo, possibilita um grau maior de instantaneidade. Além do que, para a publicação de qualquer informação na rede não é preciso passar pelo processo de impressão do jornal, ou pelo horário determinado de veiculação do noticiário na televisão, ou do boletim informativo radiofônico. A acessibilidade na internet, portanto, é possível 24 horas, sete dias por semana, o que torna a informação perene. Ela não se esvai no tempo como uma notícia na televisão, por exemplo. Ela fica disponível para consulta no momento em que for procurada.
- d) Dirigibilidade: as ferramentas informáticas permitem, ao produtor de conteúdo *web*, fazer um planejamento do direcionamento de mensagens. O que não ocorre com as mídias tradicionais que trabalham com visão de público determinado, mas que não podem ter a certeza de que só aquele público, ou que a maioria dos seus receptores, são mesmo os desejados.

- e) Nos veículos de massa não há como se ter o controle específico de quem tem acesso ao conteúdo difundido. Pinho (2003) aponta que na internet este controle é possível e que, além disso, o público é mais qualificado, com alto nível escolar e de poder aquisitivo. Esta proposição do autor é compreensível, visto que seu texto é de 2003 e a internet ainda não estava tão acessível como já estava em 2013 – época de coleta das informações para esta pesquisa; ou mesmo agora, em 2015 – por causa dos preços de equipamentos e do próprio acesso. Porém, deve-se ressaltar que, com a popularização dos dispositivos móveis, a internet tem se tornando ainda mais acessível para públicos diversos, inclusive aqueles com pouca escolaridade e baixo poder aquisitivo. Fato este positivo para o jornalismo, uma vez que, assim, pode ver sua universalidade crescer junto com seu público potencial.

De acordo com a pesquisa “O Consumidor Móvel”, divulgada pela Consultoria Nielsen, em 2003, 84% dos brasileiros tinham celulares e, destes, 36% usavam *smartphones* (NIELSEN, 2013). Já dados publicados em maio de 2013 pela consultoria Morgan Stanley, o Brasil tinha – até 2012 – 70 milhões de *smartphones* habilitados, dado que colocou o País como o quarto do mundo no uso desta tecnologia (GUIMARÃES, 2013). O Brasil possuía 88 milhões de usuários da rede, o que significa que 45% da população estavam conectados, segundo a pesquisa. E este número, com certeza, não era constituído apenas por um público com alto nível escolar e alto poder aquisitivo.

- f) Os custos de produção e de veiculação menores do que das mídias tradicionais é outra característica que chama a atenção daqueles interessados em se tornar produtor de conteúdo nos ambientes virtuais. Esta é uma realidade principalmente para aquele publicador isolado, dono de um *blog* ou de um *e-commerce* pequeno. Porém, as despesas não são irrisórias e os produtores de conteúdo ainda buscam formas de empreendimentos que gerem receita de uma forma contínua. É preciso ter investimentos em *hardware* e *software*, sem falar na necessidade de qualificação dos profissionais. Ramonet (2013) chama atenção para isso ao dizer que a cada dia as grandes empresas estão contratando mais e mais profissionais recém-saídos da faculdade para trabalhar com conteúdos digitais em troca de salários que mal dão para sua subsistência.

- g) O formato da organização da informação e os modos de publicação na *web* permitiram a criação de diversas formas de interatividade, as quais possibilitaram a interação entre publicadores e leitores, e entre os próprios leitores. Existem ferramentas para criação de grupos de discussão, o *e-mail*, ferramentas de votação, comentários e outras. Para Pinho (2003), a interatividade é muito valiosa, pois, na internet, um veículo de comunicação não fala, mas sim conversa. Segundo Lévy (2000), a comunicação em rede possibilita um tipo de interação todos para todos, que seria a emergência da inteligência coletiva. Enquanto que, nos meios tradicionais, a interação não existe, pois estes são dispositivos de comunicação do tipo um para todos, já que pressupõem único emissor e uma multiplicidade de receptores passivos. Esse contato todos-todos precisa ser entendido não só como a possibilidade de se produzir mensagens para todos, mas que a internet possibilita interação dialógica entre diversos webatores (RAMONET, 2012). O que possibilita o intercâmbio real de informação e que pode ser usada para o exercício da cidadania.
- h) Outra característica distintiva da internet é a pessoalidade do uso. Enquanto a televisão e o rádio foram elementos agregadores, em frente dos quais as pessoas se reuniam para ver e ouvir, a internet se caracteriza pelo uso de forma individual. A experiência de cada indivíduo frente à rede segue o que ele entende do mundo diante de si, e é determinada pelas suas escolhas pessoais.
- i) As pessoas não ficam paradas de frente ao computador à espera do que aparecerá na tela, são receptores ativos. Esta é uma mídia *pull*, na qual o internauta busca as informações relevantes para si. Portanto, na internet, o leitor faz a sua própria ‘pauta’, pode até mesmo editar sua primeira capa e determina o grau de repetição da informação. Ele escolhe sobre o que irá ler, o quanto lerá de cada texto e se buscará mais informações sobre o assunto para comprovar o que leu anteriormente ou para simplesmente ter acesso a novos enfoques.

A internet, com todas essas características, pode ser usada amplamente pela comunicação social – jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, não só pelo jornalismo. Ela é, portanto, mais um suporte para produção e disponibilização de notícias e

tem suas características próprias, que devem ser levadas em consideração para a produção do conteúdo a ser disponibilizado. Pinho (2003) relembra Groth (2011) ao afirmar que

A informação jornalística ainda difere da informação publicitária e de relações públicas pela periodicidade, universalidade, atualidade e difusão. A informação difundida pelo jornalismo responde a uma necessidade social, pois a comunidade precisa informar-se e orientar-se a respeito do que está acontecendo ao seu redor e, sobretudo, sobre os fatos que se sucedem em todo o mundo globalizado. (PINHO, 2003, p. 56).

Percebemos então que a adesão a uma nova plataforma não retira da produção jornalística suas características principais. Em realidade, a nova mídia possibilita a potencialização dessa características a um patamar quase ideal, o qual discutiremos adiante ao falar sobre as características do jornalismo estabelecidas por Otto Groth.

Schwingel (2012) fez um extenso levantamento na literatura especializada para saber quais as primeiras experiências de jornalismo na internet. Segundo ela, não há consenso sobre qual o jornal nos Estados Unidos foi o primeiro a se lançar na rede. Ela coloca que, mesmo quando ainda não havia a internet, mas apenas experiências em rede, algumas tentativas tiveram forma. Entretanto, foi mesmo na década de 1990 que surgiram as primeiras páginas com conteúdo jornalístico pensado para rede.

O Brasil foi conectado à rede mundial nos anos de 1990 e só no meio daquela década os provedores de acesso começaram a oferecer o serviço ao público, ou seja, aos cidadãos. Segundo Schwingel (2012, p. 25), imediatamente “[...] os grandes jornais brasileiros começaram a buscar profissionais e estudantes objetivando montar possíveis equipes para trabalhar com a Internet”. O primeiro jornal a disponibilizar seu conteúdo na íntegra em rede foi o Jornal do Brasil. Anos mais tarde, em 2010, este mesmo jornal anunciou que não teria mais versão impressa e, em setembro daquele ano, passou a publicar seu conteúdo apenas no formato digital. “O *Diário de Pernambuco*, a *Folha de S. Paulo (Folhaweib)*, *O Globo*, *Zero Hora*, *O Estado de Minas*, são apontados como os jornais a terem conteúdos na Internet nesse período inicial.” (SCHWINGEL, 2012, p. 26)

Mesmo com tão pouco tempo de vida, o jornalismo que se tem acesso na rede mundial já passou por fases que não podem ser indicadas em um tempo cronológico definido. São etapas cumulativas e se parecem mais com etapas evolutivas para a dominação das potencialidades que a nova mídia proporciona.

Mielniczuk (2003) afirma que a história do jornalismo passou por três fases, ou gerações, como ela coloca. A primeira é a das experiências transpositivas, na qual os veículos

impressos foram os primeiros a colocar seus conteúdos na rede mundial. As páginas desses produtos jornalísticos eram compostas por partes do conteúdo veiculado nas edições impressas no dia, e atualizadas a cada nova publicação, seguindo a periodicidade do veículo original, como se os veículos ocupassem um lugar na *web* apenas para não ficar de fora da nova ‘onda’.

No que diz respeito ao formato de apresentação das narrativas jornalísticas, não há nenhuma evidência de preocupação com relação a uma possível forma inovadora de apresentação das narrativas jornalísticas. A disponibilização de informações jornalísticas na *web* fica restrita à possibilidade de ocupar um espaço, sem explorá-lo, enquanto um meio que apresenta características específicas. (MIELNICZUK, 2003, p. 33).

Vemos que não há a preocupação, ou possibilidade de se produzir e aproveitar as características da virtualidade para produção de conteúdo inovadores neste primeiro momento. Essa dificuldade se dá não só por falta de conhecimento sobre a nova tecnologia, o que era comum, mas também por falta de profissionais qualificados.

A segunda geração é caracterizada pelo começo de novas experiências, levando-se em conta as potencialidades que as características da internet proporcionam aos produtores de conteúdo. Esta geração é chamada por Mielniczuk (2003), e por outros autores, como fase da metáfora. A pesquisadora coloca que os veículos impressos continuam sendo a base de sustentação das páginas, porém, há maior aproveitamento de ferramentas, como atualizações mais constantes, abertura de canais de comunicação entre leitores e produtores de conteúdo via *e-mail*, assim como a criação de fórum de discussão; além, é claro, de maior aproveitamento das potencialidades da virtualização para a criação de conteúdos e a conexão entre eles.

A terceira etapa do jornalismo na rede é ensejada, segundo Mielniczuk (2003), pela popularização da internet, já em fins da década de 1990. Neste período, novas propostas fossem testadas e surgiram iniciativas direcionadas especialmente para a internet. A isto se junta o fato de que mais veículos da mídia tradicional – impresso, rádio e televisão – já estavam presentes na rede mundial. A possibilidade de acessar páginas de todos os lugares proporcionou trocas de experiências e melhorias em torno da apresentação das informações e da atualização dos conteúdos para ganhar a atenção dos internautas.

Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como chats com a participação de

personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos. (MIELNICZUK, 2003, p. 36).

A internet é uma a mídia que mais rápido conseguiu a adesão de produtores de conteúdo. Até mesmo veículos baseados em outras plataformas entenderam a necessidade de fazer-se presente na internet com seus conteúdos originais e com novas produções específicas para rede. Principalmente, percebeu-se que o interlocutor na internet tem a necessidade de ser mais ativo do que nos meios tradicionais. Assim as ferramentas de interação vão consolidar públicos que passam a acreditar um relacionamento mais próximo com os produtores de conteúdo, pelo menos em tese.

Barbosa (2002) coloca que nesta última etapa está o desenvolvimento dos portais, que são *sites* agregadores de vários serviços e que já utilizam diversas potencialidades da virtualização agregadas à internet, como publicação de informações gerais e especializadas, serviços de *e-mail*, canais de busca e outros. Um exemplo de portal é o Universo Online – UOL, disponível no endereço <www.uol.com.br> – usado neste estudo para a pesquisa empírica.

No entendimento de Canavilhas (2005), a trajetória do jornalismo na internet é um pouco diferente. Para ele há uma primeira fase – a fac-símile, na qual há a simples reprodução da versão impressa do veículo original, seja por meio da digitalização do conteúdo seja por meio da disponibilização de um PDF com as imagens do original.

A segunda fase seria a de um modelo adaptado, no qual o conteúdo é o mesmo do original, porém, há a criação de um *layout* próprio para rede, como uso de *links* entre os conteúdos. Na terceira fase, chamada por Canavilhas (2005) de modelo digital, os veículos originais criam *layouts* e conteúdos pensados para o novo meio. Há maior utilização do hipertexto, tem início a interatividade por meio de comentários e as notícias de última hora são um diferencial importante em relação ao veículo original. Canavilhas (2005) propõe ainda uma quarta fase: o modelo multimídia, que é quando as publicações tiram completo proveito das potencialidades da internet, como a utilização de som, vídeo, animações e interatividades na construção da narrativa jornalística.

Canavilhas (2005) alerta que

A categorização proposta por Cabrera González parece resultar da observação de publicações online nascidas em grupos de comunicação proprietários de jornais em papel, a situação mais vulgar no meio. Se quisermos alargar esta sistematização a

todos os meios de comunicação, podemos restringir o processo a duas fases fundamentais: jornalismo online e webjornalismo/ciberjornalismo. (CANAVILHAS, 2005, p. 2).

No primeiro caso, jornalismo *on line*, as publicações *on line* mantêm as características de seus originais, porém, com a possibilidade de atualização constante, *links* entre conteúdos, e comentários. No segundo, webjornalismo, os conteúdos já passam a ser produzidos pensando nas características da internet, não mais só seguindo o veículo original.

Na fase a que chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infográficos e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura. (CANAVILHAS, 2005, p. 2).

Mais uma autora a traçar esse caminho histórico do jornalismo na internet é Schwingel (2012). A autora divide o jornalismo produzido na e para internet em cinco experiências distintas, mas que se assemelham às propostas dos outros autores em alguns aspectos. Ela começa com as experiências pioneiras, fase compreendida pelos processos de digitalização e informatização vivenciados pelo jornalismo em fins da década de 1960, com o envio de informações via fax e criação de redes privadas para envio de informações. Seguem-se as experiências de primeira geração, com uma divisão cronológica didática, iniciada a partir de 1992, quando começam a surgir as publicações noticiosas na internet, e os produtos são a transcrição integral dos veículos originais.

A partir de 1995, quando a internet entra no Brasil comercialmente e também marco do seu fortalecimento no mundo conectado, há as experiências de segunda geração. As publicações passam a ser pensadas de acordo com as características proporcionadas pelo ambiente digital da rede, mas ainda estão impregnadas do modelo inicial, principalmente do impresso. As experiências de terceira geração ocorrem a partir de 1999, quando as narrativas jornalísticas passam a ser elaboradas sem vinculação direta ao modelo impresso, além de serem utilizados sistemas de gestão de conteúdo e também bancos de dados. Por fim, a partir de 2002, ocorre o que ela chama de experiências ciberjornalísticas,

[...] com o uso de banco de dados integrados das empresas de comunicação, com o uso de sistemas de produção de conteúdo, com a incorporação do usuário no processo de produção, ou seja, com mecanismos do jornalismo colaborativo. (SCHWINGEL, 2012, p. 46).

A contribuição de Schwingel (2012) não é apenas nesta divisão histórica. Ela propõe a divisão didática do jornalismo disponibilizado nas redes digitais como ‘dinâmicas de trabalho no ciberjornalismo’. Segundo a autora, as dinâmicas são separadas em três gerações, mais uma última denominada, por ela, como ciberjornalismo – ou seja, o jornalismo feito na e para a publicação no ciberespaço.

A primeira geração de ‘dinâmicas de trabalho’ proposta por Schwingel (2012), corresponde ao início da implementação dos jornais e outros veículos na rede. Segundo ela, as redações *on line* tinham poucas pessoas envolvidas e, muitas vezes, era apenas um técnico de informática o responsável por publicar nos *sites* o material produzido pela redação à qual estava ligada.

A segunda geração já conta com a elaboração de material específico para internet, mas sua publicação é feita de forma ‘artesanal’, ela depende das habilidades técnicas dos jornalistas e técnicos envolvidos. Há o início do uso de sistemas automatizados para publicação, porém, a produção do conteúdo continua vinculada à redação original, mesmo que o *on line* tivesse uma redação própria.

Ou seja, definições de funções e processos vinculados aos do impresso, do rádio, do telejornalismo, porém elaborados pela redação do on-line sem praticamente ter contato com os jornalistas das demais modalidades. (SCHWINGEL, 2012, p. 133).

A terceira geração de dinâmicas de trabalho no ciberjornalismo é caracterizada pela utilização de sistemas de publicação de conteúdo; o que, de acordo com Schwingel (2012), facilita o fluxo de produção ciberjornalística. Ela coloca ainda que nesta geração as redações do *on line* podem partilhar o mesmo espaço de outras e, muitas vezes, o compartilhamento de informações. Para comprovar este fato ela usa como exemplo a integração do jornal A Tarde com sua versão digital e, posteriormente, com o portal IG – Último Segundo. Apesar da organização espacial, a autora coloca que a produção do conteúdo é trabalho das duas equipes e que, por meio de *softwares* de gerenciamento, eles trocam informações e compartilham conteúdo.

O principal dado desta etapa descrita por Schwingel (2012) que podemos depreender é que o uso de mais e melhores aparatos tecnológicos na produção jornalística, voltada à publicação na rede, facilitou tecnicamente o trabalho dos jornalistas. A autora não aborda as questões de produção de conteúdo, no sentido de determinação do que será publicado. Pode-se inferir, portanto, que a produção do conteúdo segue a lógica normal do jornalismo, a qual é tema dos estudos de *newsmaking* que veremos em capítulo a seguir.

Schwingel (2012) propõe uma nova geração, o ciberjornalismo, visto que ocorre a

[...] transição de uma terceira (quando ocorre a diferenciação do processo de produção) para uma quarta geração (com a sistematização de dinâmicas para a integração de produção de conteúdo dos usuários com os da equipe jornais, expandindo ainda mais o processo de produção ciberjornalística). Nessa transição, todo o processo produtivo estaria integrado, no que pode ser denominado uma completa convergência em termos da produção ciberjornalística (de redação, de processos, de conteúdo). (SCHWINGEL, 2012, p. 146).

As dinâmicas do ciberjornalismo propostas por Schwingel (2012) são delineadas pelo maior e mais efetivo uso de tecnologias digitais para a gestão e publicação de informações jornalísticas a partir da integração de bancos de dados inteligentes e também da produção com ferramentas de sistemas de mídias sociais. Ou seja, nesta fase o comprometimento de leitor é mais importante, pois é propiciada a opção de interagir com o conteúdo por meio das redes sociais, ocasionando o que Zago (2013) chama de recirculação jornalística.

Além dessa forma mais profunda de utilização das tecnologias e da associação entre as ferramentas disponíveis, Schwingel (2012) coloca que há uma abertura para a produção colaborativa de conteúdo. Ela propõe que trabalhem juntos jornalistas, estudantes e ativistas com noções de jornalismo, utilizando o que as novas tecnologias móveis podem oferecer. Ela aponta que seria uma redação com conceito de equipe expandida para se ter um jornalismo colaborativo.

Contudo, mesmo com todas essas divisões e visões sobre o percurso do jornalismo na internet, entende-se aqui como o bastante, fazer a divisão simplificada proposta por Pavlik (2001). Para este autor, o jornalismo no meio digital evolui da seguinte forma: primeira fase *shovelware*, ou seja, transposição dos conteúdos dos meios tradicionais; segunda fase caracterizada pelo início de produção com algum tipo de multimídia e uso de hipertexto; e a terceira fase quando se dá a criação de conteúdos exclusivamente para a internet e se usa por completo as potencialidades deste meio digital.

É importante ressaltar as reflexões de Canavilhas (2005), o qual aponta para a existência simultânea das fases. Ou seja, não há uma estrutura histórica linear. Há iniciativas diversas em todas as fases, porém, ele acredita que a maioria ainda – pelo menos em Portugal, aonde conduz suas pesquisas na Universidade de Covilhã – está na segunda fase proposta por Pavlik (2001). A causa de os empreendimentos *on line* se encontrarem, em sua maioria, na segunda fase, pode estar em questões econômicas. Pois, como explica Canavilhas (2005),

apesar da diminuição dos custos com a impressão, há outros custos que exigiriam um investimento assinalável tanto para a emissão dos conteúdos quanto para a recepção.

Sobre a emissão, é preciso reconhecer que a dificuldade em financiar os projetos *on line* tem sido o maior entrave ao desenvolvimento de uma nova linguagem. A produção de informação multimídia implica na existência de profissionais que dominem o processo de produção noticiosa, mas que, em simultâneo, dominem um conjunto de ferramentas informáticas que lhes permita trabalhar conteúdos multimídia (CANAVILHAS, 2014).

Quanto à recepção, temos de admitir que, enquanto o número de utilizadores continua a crescer de forma exponencial, a banda larga ainda é uma miragem para grande parte da população. A integração de vídeo e som na notícia, por exemplo, exige largura de banda; se ela não existe, os utilizadores desistem de aceder aos conteúdos multimídia. Muitas pessoas acessam a internet através de plataformas móveis que precisam de conexão 3G ou 4G, que no Brasil tem preços altos e uma rede de pouca qualidade.

### 3.1 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO NA INTERNET

Na literatura especializada há listas maiores e menores sobre os aspectos característicos da produção jornalística voltada à internet. Para fins deste trabalho, considera-se um híbrido das listas propostas por Schwingel (2012) e por Zamith (2013) por se tratar de textos mais recentes. Ambos levam em consideração estudos considerados importantes, como os de Palácios (1999; 2002), Bardoel e Deuze (1999), Pavlik (2001), Mielniczuk (2003), Machado (2003), Noci e Salaverría (2003), Deuze (2003), Canavilhas (2005), Salaverría (2005) e Thurman (2011).

São características da produção jornalística destinada à publicação via internet: a) interação; b) hipertextualidade; c) multimidialidade; d) customização do conteúdo ou personalização; e) memória; f) atualização contínua ou instantaneidade; g) ubiquidade; h) flexibilização dos limites de tempo e espaço como fato de produção; i) ferramentas automatizadas no processo de produção. Vejamos cada uma das características, deixando a interatividade por último, já que esta característica está intrinsecamente ligada à pesquisa apresentada neste trabalho.

A hipertextualidade é a característica fundamental e diferenciadora do jornalismo na internet, mesmo não sendo uma novidade. Esta característica já estava presente na

organização de CD-ROM, na organização por indexação de conteúdo em uma biblioteca e até mesmo no sumário de revistas e livros. Na internet ela ganha papel de destaque, pois não tem apenas caráter indexador, mas também de abertura de portas para o caminho desejado pelo leitor, para além do já programado.

O hipertexto da internet não é apenas o que se pode ler ou ver, é o conjunto de tudo, inclusive de seus *links* que levam para outros conteúdos e endereços. Ele permite, ao leitor, controlar a profundidade de sua leitura sobre determinado assunto, bem como abandonar aquilo que não o interessa mais. Por meio dos *links*, o hipertexto é organizado de forma complexa e não linear. Desta maneira, podemos concordar com Santaella (2004, p. 45), para quem o “[...] ciberespaço é um espaço de circuitos informacionais navegáveis”, isso graças ao hipertexto recheado de *links*.

A multimídia é a capacidade, graças às tecnologias de digitalização, de se usar, no ciberjornalismo, diversas linguagens: texto, áudio, vídeo, imagens, gráficos e outros. É a expressão da convergência tecnológica possibilitada. A combinação da multimídia com a hipertextualidade apresenta o que autores como Noci e Salaverría (2003) e Pavlik (2001) chamam de hiperfídia, e que demonstra a potencialidade do ciberjornalismo

A customização do conteúdo ou personalização pode se dar de várias formas: na aparência gráfica, no destaque dos conteúdos informativos, serviços, envio de informações, tipo de visualização e outros. O uso de ferramentas automatizadas possibilita a customização segundo as preferências do usuário arquivadas a partir de sua navegação. Mas também pode ser feita pelo próprio leitor, que, usando as ferramentas disponibilizadas, define o que quer que apareça na página inicial de seu *site* preferido ou quais tipos de notícias deseja receber por *e-mail*.

A customização do conteúdo ou personalização também é possível em outras publicações virtuais que não sejam jornalísticas, visto que é baseada em questões técnicas. Quando realizada de forma ativa, pode ser considerada como interatividade. Outro aspecto interessante dessa customização é que, ao saber as preferências do leitor, o produtor de conteúdo pode alterar seus parâmetros de produção do conteúdo para melhor atender ao público. Em palestra no V Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, realizado em agosto de 2014, na cidade de Campo Grande (MS), João Canavilhas colocou que o papel do jornalista com a internet é o mesmo de sempre: apurar, redigir e publicar informações relevantes para sociedade. Porém, com o ciberjornalismo é possível fazer a customização dos

conteúdos para o que o internauta tenha acesso àquilo que realmente lhe interessa, seja isso feito no texto, seja nas formas automatizadas de disponibilização do conteúdo.

A memória é uma característica distintiva que possibilita o arquivamento e a recuperação, a qualquer momento, de toda a informação que é publicada, a custo muito menor e com muito mais facilidade – quando disponibilizadas as ferramentas necessárias – do que em qualquer outro tipo de veículo informativo. Zamith (2013) expõe que a internet é um enorme armazém que está sempre presente, sem limitações de espaço e de tempo. A explicação do autor liga esta característica à flexibilização dos limites de tempo e espaço propostos por Schwingel (2012) e também a uma forma de interatividade, que é a do homem-conteúdo. A internet se tornou um mar de informações, ou um dilúvio, justamente por causa desta característica: a memória. Santaella (2004) alerta para o fato de que a informação estará sempre disponível, mas que de nada adianta se o navegador/leitor não souber o caminho para retornar a ela.

Atualização contínua, ou instantaneidade, considera o fato de que, estar disponível a todo o momento torna o ciberespaço o único ambiente possível para se dar publicidade às informações a qualquer momento, assim como deixar o acesso aberto de maneira ininterrupta. A periodicidade deixa de ser fechada em um tempo determinado com o jornal, a revista ou um programa de televisão. A capacidade de publicação e de acesso a qualquer momento adquire especial importância, como alerta Zamith (2013), particularmente na cobertura de fatos inesperados. Mas pode ser também um problema quando a pressão por mais agilidade na publicação interfere de forma negativa na apuração.

A ubiquidade, a potencialidade de estar presente em todos os lugares ao mesmo tempo e o tempo todo, é uma característica inserida nesta lista por Zamith (2013). Está ligada diretamente ao que Groth (2011) verificou sobre os jornais. Zamith (2013, p. 27) propõe esta característica, pois “[...] a expansão da Internet possibilitou que uma notícia publicada na rede possa ser acessada (acessada) simultaneamente por utilizadores de todo o mundo”. Vê-se então que a universalidade do ciberjornalismo romperá as barreiras antes tidas pelas mídias tradicionais. Essas que só alcançavam determinado público e, assim, tinham um mundo limitado diante de si. Agora, há a possibilidade de mais assuntos e mais enfoques serem tratados.

Ela permite, às iniciativas digitais, que explorem mercados não apenas locais, mas também nacionais. Dá ainda a possibilidade de que aqueles que estão longe de casa possam ter notícias atualizadas sobre a terra natal. O ciberjornalista tem de entender que produz para

um meio que permite que seu trabalho seja acessado a qualquer momento e em qualquer parte do mundo. Podemos avaliar que isto acarreta modificações até mesmo na narrativa jornalística, como o uso de datas e horários, bem como siglas e nomes comuns em determinadas regiões.

A flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção é proposta por Schwingel (2012) como a possibilidade que o jornalista ou cidadão tem, no caso do jornalismo colaborativo, de utilizar a quantidade de tempo e de espaço que deseja ao compor uma matéria, ao elaborar determinada narrativa. De fato, a autora tem razão na medida da potencialidade que o meio proporciona. Os limites serão impostos, principalmente ao jornalista, a partir das predefinições das ferramentas utilizadas – outra característica proposta pela própria autora – e também pelos seus compromissos de produção com o veículo. A potencialidade da informação digitalizada de alargar infinitamente as barreiras de espaço faz com que o ciberjornalismo não tenha que enfrentar o problema de espaço que muitas vezes limita publicações impressas ou de áudio e vídeo. E mais, há ainda a possibilidade de armazenamento maior e com menor custo do que em qualquer outro formato. Além de tornar a informação ainda mais perene e possível de ser consultada quando necessária ou desejada.

As ferramentas automatizadas no processo de produção, segunda característica proposta por Schwingel (2012), compreende a utilização de sistemas automatizados de gestão de conteúdo para organizar as informações do produto, e sua associação a bancos de dados. Ao contrário de jornais e outros veículos que precisam do trabalho criativo de diagramação ou edição, no ciberjornalismo o uso de ferramentas de publicação facilita a disponibilização do conteúdo em formatos já pré-programados. Inclusive com agregadores de conteúdos que sugerem *links* para conteúdos semelhantes ou complementares anteriormente publicados. São o que chamamos na redação de *templates*. Eles já dão, ao jornalista, os parâmetros técnicos de formatação do hipertexto, tendo o profissional de se preocupar apenas com o tratamento do conteúdo. Estas ferramentas agilizam a produção e tornam possível chegar próximo ao ideal de instantaneidade.

As características do ciberjornalismo propiciadas pelas tecnologias da internet, como a hipertextualidade, a memória, a atualização contínua, a ubiquidade e a flexibilização dos limites de tempo e espaço, não contradizem as características propostas por Groth (2011) para o jornalismo. Pelo contrário, mostram que o estudo de mais de 30 anos do autor continua atual e que o jornalismo se atualiza de acordo com as novas necessidades do mundo globalizado, mas sua essência é a mesma. O jornalismo existe para mediar informações importantes, ou

nem tanto, mas que ajudam o indivíduo a tomar as decisões que lhe cabem no mundo diante de si. Percebe-se, com o ciberjornalismo, uma potencialização das características periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade. Há praticamente uma aproximação com o ideal.

Zamith (2013, p. 26) argumenta que “[...] o jornalismo não tem que ser periódico”. Porém, o que vemos não é isso, mas sim a quebra da marcação temporal da periodicidade. Ou seja, uma aproximação com o conceito ideal de periodicidade, que é a aproximação da simultaneidade. Para Groth (2011), a periodicidade é marcada pelo conjunto da obra e a construção do seu sentido. Portanto, uma publicação jornalística na rede – que se mantenha e seja atualizada, continua tendo o caráter de periodicidade proposto pelo autor alemão. Ela apenas não terá a obrigação de manter seu sentido em uma sucessão de números publicados, visto que está sempre disponível, ininterruptamente.

O ciberjornalismo é resultado das transformações da sociedade e do aproveitamento das tecnologias disponíveis. Portanto, a periodicidade da publicação na internet – que pode não estar ligada a marcações temporais exatas, segue o que o mercado buscou para atender às necessidades – criadas ou naturais – de seus partícipes. Assim como o jornal um dia assumiu uma periodicidade diária, hoje há publicações nas redes digitais que disponibilizam conteúdos a qualquer hora e/ou várias vezes ao dia. É preciso entender também que, como visto sobre as etapas evolutivas do jornalismo na internet, nem todas as publicações *on line* estão neste patamar ideal de ciberjornalismo, mesmo utilizando a redes telemáticas.

A segunda característica proposta por Groth (2011), e avalizada por outros autores, é a universalidade. Esta, a partir da ubiquidade, da flexibilização do tempo e espaço na rede e da hipertextualidade, é potencializada ao máximo. Mas nem sempre sua potencialidade é aproveitada. O mundo globalizado colocou, à frente de cada cidadão, muito mais do que ele tem capacidade de compreender; e isso pode suscitar tanto angústia pela quantidade de informações quanto o desejo de saber mais. Desejo que pode ser saciado virtualmente por meio da rede com sua capacidade de armazenamento infinita e de acolher nós associados, de forma a criar caminhos também infinitos.

O jornalismo na rede continua a apresentar recortes e frações descontextualizadas e recontextualizadas da realidade, assim como as outras modalidades do jornalismo o fizeram e continuam a fazer. Porém, com a possibilidade de ligações infinitas proporcionadas pelo hipertexto, o próprio leitor pode guiar essa recontextualização de acordo com seus interesses e percepções. Ele não precisa parar em uma opinião, pode buscar quantas mais fontes achar

necessário para, em sua leitura não linear, criar a sua própria visão a partir das referências acessadas.

Já a atualidade parece ser a característica de Groth (2011) mais acentuada pelo ciberjornalismo. Com as possibilidades de agilidade na publicação de conteúdo, a atualidade na internet se aproxima do ideal de simultaneidade, quando não o alcança, em caso de transmissões ao vivo. Simultaneidade que, diga-se de passagem, já existia em rádio e televisão no caso das transmissões ao vivo. Como já discutido, a atualidade está intimamente ligada à periodicidade e à universalidade. Com o alargamento de uma, as outras são imediatamente amplificadas.

A velocidade superior com que as informações podem ser publicadas na rede faz com que elas também percam de forma mais rápida a sua atualidade. O que é muito visível em relatos escritos de coberturas de eventos ao vivo, como uma partida de futebol e/ou protestos populares, em ambientes de últimas notícias. O jogo pode estar um a zero para um dos lados e ser noticiado; em menos de dez minutos o outro time pode passar à frente com outros dois gols. Um protesto pode ter mil participantes e isso ser noticiado, para, pouco depois, nova matéria dar conta de mais de um milhão de pessoas na mesma manifestação.

Entretanto, há o lado da atualidade que não se altera. Continua sendo atual para o internauta aquilo que ele não sabe ainda, da mesma forma como sempre o foi para o leitor de jornal impresso. Se ele tiver acesso primeiro a uma notícia de um *site* desatualizado em relação a outro, para ele a notícia que leu continua sendo atual.

Por último, está a publicidade, ou a difusão coletiva, como proposto por autores brasileiros. Esta característica é definida pela abrangência espacial do jornalismo e determina as demais características, uma vez que todas são relacionadas ao mundo diante de seus consumidores. Com a abrangência mundial da rede, percebemos que o jornalismo praticado na internet enfrenta mais um desafio do que uma benesse. A rede diminui barreiras espaciais no sentido subjetivo. Pode-se estar mais perto do que nunca de situações que ocorreram a quilômetros de distância a partir das informações que se tem na internet. As informações noticiosas alcançam, com a internet, um espaço maior do que o jamais conseguido por qualquer outro meio.

Pensando os veículos em separado, não é possível acreditar que eles atingirão o máximo da publicidade, mas o conjunto midiático o faz. O jornalismo é mais uma peça da estrutura midiática usada para convergência transmidiática que elevar a penetração de produtos – materiais ou culturais - a patamares inimagináveis antes das redes. Como exemplo,

Jenkins (2009) explora o filme *Matrix*. Além de ser uma superprodução para o cinema, seus produtores, distribuidores e outros, aproveitaram-se da convergência para transformar a série cinematográfica em produto de desejo disponível em várias plataformas – televisão, livros, *games*, roupas, estilos de vida – criando uma teia de tal forma entrelaçada que podemos dizer que se tornou suporte para uma cultura. Jenkins (2009) chama esses eventos de cultura da convergência. A comunicação digitalizada possibilita a cultura da convergência não só tecnológica, mas também informacional, o que, em última instância, torna a hipótese do agendamento ainda mais presente na sociedade.

### 3.2 A INTERAÇÃO

De acordo com Rabaça e Barbosa (2002), a interatividade é a qualidade do que é interativo, ou seja do que promove a interação entre partes. Não há processo de comunicação sem interatividade, na medida em que comunicação pressupõe participação, interação e troca de mensagens. Ou também a característica de funcionar em interação com o usuário, ou seja, com a participação deste a cada etapa, por meio de comandos diante do repertório de opções disponíveis. Ou ainda, característica do processo de comunicação em que o usuário recebe resposta imediata a um comando feito no computador.

A participação do leitor e os comandos que ele executa de frente à tela de seu equipamento – móvel ou não, podem ser chamados de interatividade. Porém, Primo (2011) esclarece que tal nomenclatura não consegue explicar o fenômeno comunicacional que emerge das relações que surgem a partir redes digitais com o uso da internet. Adotamos neste estudo o posicionamento de Primo (2011, p. 13), que considera que “[...] tanto um clique em um ícone na interface quanto uma conversa na janela de comentários de um *blog* são interações”, não apenas interatividade, e que devem ser diferenciadas qualitativamente. Entendemos a interação, portanto, como a ação entre os participantes do encontro: jornalista/empresa e o leitor; leitor com outro leitor; leitor com a fonte – por meio do texto; e outras. A interação designa a relação dialógica entre as partes.

A interação entre o consumidor de informação e o produto ou seus produtores não é uma exclusividade da mídia *web*. Os jornais já recebiam, há séculos, contribuições de seus leitores. Também no rádio a interação entre produção e ouvintes ajudou na popularização da tecnologia; o rádio; inclusive; funcionou no Brasil como ferramenta de mediação da

comunicação. Muitas pessoas recorriam às emissoras de rádio para conseguir se comunicar com outras, que estavam em lugares distantes; além de até hoje contar a participação dos ouvintes ao vivo, ou não, que dão opinião sobre temas em debate ou pedem músicas. A televisão brasileira também já contou com experiências as quais chamou de interativas, como enquetes para saber o filme que deveria passar; qual deveria ser o fim dos personagens em um programa; e quem deve ser o ganhador de um *reality show*.

Os exemplos televisivos nos fazem refletir sobre a temática da interatividade retomada por Primo (2000) e já discutida por Arlindo Machado e Raymond Williams. Para eles, e nós concordamos, tendo a interação um caráter dialógico, suas ferramentas de interatividade não podem dar espaço apenas para resposta pré-programadas. A interatividade deve ter, em si, a opção de respostas autônomas. Voltamos à questão da participação como elemento da democracia. Podemos dizer que as ferramentas ‘interativas’ que determinam as respostas que podem ser apresentadas não são exemplo de exercício de cidadania. São exemplo de exercício de cidadania apenas aquelas que permitem, ao interagente (aquele que participa da interação), expor sua subjetividade e não apenas escolher entre respostas prontas.

O que vemos com a internet são as possibilidades de interação chegando a novos níveis. Muitas das iniciativas de interação nas mídias tradicionais não conseguiam fazer com que os leitores interagissem entre si. Agora a tecnologia e o contexto social tornam isso possível e necessário.

Quando se estuda a interação por meio da internet há autores que a colocam de diversas formas e, muitas vezes, usam o termo interatividade como sinônimo. Quando fazemos neste estudo o uso do termo ‘interatividade’ o fazemos como ferramenta para proporcionar a interação.

Zamith (2013, p. 22-23) explica que a interatividade é “[...] a capacidade gradual que tem um meio para dar aos utilizadores maior poder tanto de seleção de conteúdo (interação seletiva) com possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa)”<sup>2</sup>. Esta última é a melhor e mais importante possibilidade de interação devido ao objeto do estudo empírico proposto neste estudo. A interatividade comunicativa se mostra pela abertura de espaços para que os leitores emitam suas opiniões e possam realizar ‘intercâmbios dialógicos’ com outros indivíduos, o que pode ser propiciado pelas caixas de comentário

---

<sup>2</sup> A relação dos indivíduos com a máquina é vista como interatividade seletiva. A relação mediada entre indivíduos como interatividade comunicativa. E a dupla dimensão é a junção de ambas. Os termos são propostos por Rost (2006).

disponíveis abaixo das notícias publicadas pelo Portal UOL. Os comentários em si são, para nós, a interação propiciada pela interatividade.

Primo (2011) propõe o estudo da interatividade com a divisão da interação baseada na perspectiva sistêmica da comunicação, que leva em conta que ela é mais uma forma de comunicação interpessoal do que apenas o contato com uma tecnologia. Desta forma, divide a interação entre interação mútua e interação reativa. Esta divisão é de grande importância para se avaliar o que leva um leitor a comentar um texto na internet, no caso deste estudo, uma notícia publicada em um portal de grande audiência.

A interação mútua para Primo (2011) é a expressão da interatividade comunicativa em Zamith (2013), enquanto a reativa vem a partir da modalidade seletiva. À primeira vista ambas podem parecer exatamente a mesma coisa. Porém, é importante para nós estabelecer a diferença para o exercício da cidadania.

A interação mútua se dá pela negociação de sentidos. Cada mensagem recebida é decodificada e interpretada podendo gerar nova etapa de comunicação ou não – o silêncio também comunica (BERLO, 1999). Seu fluxo é dinâmico e se define somente durante o próprio processo. Portanto, há uma liberdade de escolha ou não escolha para o interagente, que pode se expressar da forma como achar mais interessante, sem ter que optar por caminhos já pré-concebidos. Desta forma, sua expressão não tem como ser planejada ou antecipada. A participação na interação mútua é o resultado do confronto da mensagem recebida com a complexidade cognitiva do interagente (PRIMO, 2000).

A interação reativa vem das opções de seletividade. Já está contida em sua resposta a antecipação desejada pelo interagente original. Aquele que interage com o conteúdo não tem oportunidade de fugir das respostas pré-programadas, apenas responde a estímulos já programados no algoritmo. Esse tipo de interação é mero reflexo, existe uma sequência de ações já definidas que não dão margem para a subjetividade. O resultado dessa interatividade é a ausência da criatividade do webator na interação.

A cidadania advinda da participação por meio dos elementos de interatividade será expressa na interação. Ou seja, no conteúdo virtual da interatividade, sendo, portanto, imprescindível para ela que haja interatividade comunicativa, pois só então se pode perceber a existência da interação mútua.

As empresas jornalísticas presentes na internet têm, a cada dia, introduzido novas opções de interação comunicativa e dado mais oportunidades aos leitores de participar. Mas isto não se dá de forma igualitária e por um desejo simples de dar espaço. Provavelmente é

uma resposta à tendência da internet e à sua natureza democrática, e, podemos incluir ainda, à potencialidade de tornar o leitor também um produtor de conteúdo. Rost (2012) diz que:

A Wikipédia, You Tube, os blogs, e mais recentemente as redes sociais, são as expressões mais comuns desta modificação. Essas plataformas abertas e flexíveis adquirem valor pela participação ativa dos usuários e são uma forma de expressão individual como interação. Junto com os buscadores, ocupam os primeiros lugares em quantidade de visitas. (ROST, 2012, p. 13)<sup>3</sup>.

Para ele o que demonstra a maior abertura para interação é: a agregação de *blogs* de jornalistas e também de não jornalistas em *sites* noticiosos, a disponibilização de ferramenta de comentários debaixo das notícias – que é o objeto deste trabalho – e as seções nas quais os leitores podem enviar seus textos para serem publicados junto com o conteúdo produzido pelos jornalistas. A interação tem suporte tanto no desenvolvimento tecnológico, que permite criar ferramentas para possibilitar a interatividade, como também no desejo das sociedades atuais de uma troca cultural mais ampla.

Nas mídias sociais digitais, nos *blogs* e *podcasts*<sup>4</sup>, cada webator pode se manifestar da forma como melhor entender. Porém, eles ainda participam e querem se colocar nos espaços criados pelos veículos de comunicação. Estes abrem espaços de conversação, que são espaços de interatividade comunicativa, mas ainda seguram para si o papel de *gatekeeper* da informação. Ou seja, são eles ainda que decidem o que será publicado como notícia ou não.

Há uma ampla implementação de ferramentas 2.0, mas as mais aceitas são aquelas que permitem aos usuários trabalhar com conteúdos já providos pelos jornais e não tanto para produzir conteúdos, concluem Garcia de Torres e outros. (ROST, 2012, p. 15)<sup>5</sup>.

A estrutura técnica da internet possibilita, aos veículos de comunicação, muito mais formas de interação do que a já conhecida carta dos leitores e a carta ao editor dos jornais. A interação pode ter forma de comentários publicados junto às notícias, troca de *e-mail* entre utilizadores e jornalistas, fóruns de discussão, salas de comunicação instantânea, sistemas de votação ou valoração de conteúdo.

<sup>3</sup> Tradução livre do seguinte trecho: “La Wikipedia, you Tube, los blogs y más recientemente, las redes sociales son la expresión más populares de este cambio. Estas plataformas abiertas y flexibles adquieren valor por la participación activa de los usuarios ya sea en forma de expresión individual como de interacciones. Junto con los buscadores, ocupan además los primeros lugares en cantidad de visitas.” (ROST, 2012, p. 13).

<sup>4</sup> *Podcasts* são arquivos de áudio disponibilizados na internet com conteúdo especializado e, geralmente, publicado de forma seriada e com periodicidade definida.

<sup>5</sup> Tradução livre do seguinte trecho: “Hay una amplia implementación de herramientas 2.0 pero la más aceptadas son aquellas que permiten a los usuarios trabajar con contenidos provistos por los diarios y no tanto para producir contenidos, concluyen Garcia de Torres y otros.” (ROST, 2012, p. 15).

Paralelamente, o cibermeio pode permitir que o utilizador participe ativamente no processo de construção noticiosa, nomeadamente através do envio ou publicação de informações, correções, notícias ou reportagens, em texto, fotografia e/ou vídeo. (ZAMITH, 2013, p. 23).

A disponibilização das ferramentas oportuniza ao leitor, internauta, participar da produção de conteúdo ou ao menos interagir com produtores e outros leitores. A qualidade dessa participação depende por próprio interagente uma vez que ele é quem determina o que irá fazer.

As ferramentas disponibilizadas pelos veículos devem ser atentamente analisadas. Algumas podem ser entendidas, em um primeiro momento, com capazes de promover apenas interações reativas, porém podem ir além. Comentários, fóruns de discussão, *e-mails* e bate-papos são, por si só, ferramentas de interatividade que promovem a interação mútua. Elas dependem do esforço intelectual para haver a participação do interagente. Já enquetes ou sistemas de valoração – como bom ou ruim e *links* para outras matérias, são apenas reativos, dão respostas programadas.

Com o advento das mídias sociais, com *sites* como Facebook, Twitter, Google+, Pinterest, Instagram e outros, as pessoas têm a chance de compartilhar conteúdos produzidos por empresas jornalísticas. Zago (2013) chama isto de recirculação jornalística. Esse compartilhamento pode tanto ser uma interação reativa como uma interação mútua. Ao compartilhar o conteúdo por meio da ferramenta disponibilizada no hipertexto dele, o internauta está reagindo como o esperado. Porém, quando ele compartilha e reelabora o conteúdo por meio de sua publicação, a interação deverá ser considerada mútua.

Desta forma, podemos estabelecer que o ciberjornalismo é a narrativa jornalística que se apropria das características da internet para construir um hipertexto noticioso a ser publicado no ciberespaço, a rede virtual da comunicação que entrelaça todas as redes virtuais e a qual qualquer pessoa pode ascender por meio de aparatos tecnológicos digitais. A participação do leitor por meio dos instrumentos de interatividade é sua forma de exercer a cidadania, é a expressão de seu direito à comunicação propiciada pelos meios tradicionais em ambientes virtuais.

Tendo em vista estas últimas afirmações, mais uma vez voltamos à questão problema deste estudo – a participação do internauta nos comentários de notícia é expressão do seu exercício de cidadania? Pelo estudo das redes e principalmente da interatividade, podemos perceber que a participação pode ser exercício de cidadania, mas isso depende da forma e da

qualidade da participação. Neste estudo as participações analisadas versam sobre as manifestações ocorridas no Brasil em junho de 2013. Por si só são um exemplo de exercício de cidadania pois demonstra a livre expressão dos participantes. Para avaliar as participações é preciso entender a cobertura jornalística e também a natureza da participação neste contexto midiático. Assim poderemos nos aproximar da resposta que buscamos.

#### 4 JORNALISMO E A PARTICIPAÇÃO DO CIDADÃO

“Nós nos comunicamos para influenciar – para influenciar com intenção.” (BERLO, 1999, p. 12). Esta afirmação de David Kenneth Berlo estava correta quando a publicou em 1979 e continua agora. Os estudos de teoria da comunicação dividem o jornalismo e a publicidade e propaganda de acordo com o objetivo de cada um – sendo o primeiro informar e o segundo persuadir. Mas paira sobre esta divisão didática o objetivo maior de influenciar.

Se na publicidade e propaganda o objetivo de influenciar é claro por causa da sua meta de persuadir o indivíduo a uma determinada ação, no jornalismo a influência é vista, muitas vezes, como um mal. O jornalismo moderno assume características que fazem acreditar que o objetivo do jornalismo seja unicamente informar, mas a história conta outra versão (TRAQUINA, 2007). Desde as *Actas Diurna*, se as considerarmos como antepassados do jornalismo, passando pelas cartas e jograis na Idade Média, até o aparecimento das Relações – jornais manuscritos sem periodicidade definida - já no Renascimento, a transmissão de informações nunca foi mero instrumento de esclarecimento, pelo contrário. Sobre a Idade Média é possível afirmar que a meta dos pensadores medievais era muito mais controlar do que esclarecer, ou seja, influenciar – naquele caso, dominar (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003).

O jornalismo é resultado de uma necessidade de informações resultante do medo do desconhecido, aponta Pena (2005). Não adianta haver descobertas e desenvolvimentos se isso não for tornado público; e de uma forma geral isso é conseguido por meio do jornalismo. Ocorre que o jornalismo não apresenta, em seus suportes, tudo o que acontece – programado ou não. Ele o faz na medida de suas limitações tecnológicas, temporais e de interesses.

Antes mesmo de haver o jornalismo como o conhecemos hoje, e após essas experiências pré-Gutenberg, o jornalismo já se fazia presente na sociedade europeia, principalmente nos momentos de crise. Tema que retomamos agora, mas que já foi abordado no capítulo anterior para falar sobre a sua ligação com o exercício da cidadania.

Dentre tantos exemplos possíveis, há alguns mais notórios, como a Reforma Protestante, quando a imprensa foi utilizada para disseminar as mensagens de Martino Lutero. Este aproveitou a inovação tecnológica advinda da prensa de Gutemberg para distribuir panfletos escritos em vernáculo e atingir um público expressivo. O alcance das ideias foi tal que, em vez de reformar a Igreja Católica, Lutero acabou por criar uma nova religião. O mais interessante para esse estudo é entender a utilização da mídia e da informação organizada em

favor da causa luterana. Ele era a favor da leitura laica dos textos sagrados e contra a adoração de imagens, ideias contrárias às pregadas pelos católicos. Entretanto, Lutero usou até mesmo ferramentas tradicionalmente católicas para angariar aliados, como as imagens com ele representado como santo. Em um ambiente em que a maioria era não letrada e que estava entorpecida pelo modo de pensar católico, uma das formas de convencer foi pelo uso da imagem e dos rituais.

Assim como muitos anos antes os romanos usaram a *Acta Diurna* para transmitir informações e disseminar sua cultura nos territórios conquistados, os luteranos usam ferramentas de comunicação para desqualificar o catolicismo e construir novos sentidos. Isso acontece, pois as notícias trazem ao indivíduo o conhecimento que não poderia ter ele mesmo de forma física e imediata. Ou seja, as informações que nos chegam a cada dia faz com que cada pessoa construa a imagem que tem em si sobre o mundo e sobre si mesmo.

Na Inglaterra a imprensa encontrou um ambiente mais receptivo e sempre esteve presente no debate político, com papel decisivo desde a Revolução Inglesa. Participou ativamente nas lutas por direitos sociais à época da Primeira Guerra Mundial e da Revolução Industrial. Um dos primeiros jornais na Inglaterra, o *London Gazette* (1631), serviu ao Rei Carlos II (SOUSA, 2005). O caso inglês é ainda mais significativo quando vemos que, a partir do estudo da comunicação neste país, Habermas (1984) aponta para a formação do espaço público burguês. Segundo ele, nos cafés e *pubs* ingleses surgiu o ambiente propício para discussão pública de assuntos de interesse da coletividade e que eram então expressos nos jornais da época – o que Briggs e Burke (2004) colocam como espaço público permanente.

Na França a imprensa foi usada para a construção de imagens favoráveis dos monarcas, assim como, mais tarde, para disseminar as ideias do Iluminismo, que culminou com a Revolução Francesa. O primeiro jornal francês foi o *Gazete de France* (1631), o qual esteve a serviço do cardeal Richelieu e do absolutismo (SOUSA, 2005). Nos seis últimos meses do ano da Revolução, em 1789, houve, na França, a abertura de pelo menos 250 jornais, dirigidos a diversos públicos, inclusive camponeses (BRIGGS; BURKE, 2004). Os jornais serviam como espaços de discussão dos temas relevantes do período e os textos, mais do que informativos, eram carregados de opinião.

Em Portugal o primeiro jornal a circular foi o ‘Gazeta em Que se Relatam as Novas Todas, Que Houve Nesta Corte, e Que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641’, ou apenas *Gazeta*, que perdurou até 1647 – com vários intervalos em sua produção. A

produção noticiosa em Portugal sofria censura política e eclesiástica, o que, segundo alguns autores, é um motivo para o atraso no desenvolvimento do jornalismo brasileiro.

O que podemos aproveitar desses exemplos é o entendimento de que o jornalismo nasceu carregado com as tintas da opinião. Ou seja, ele foi espaço para lutas de sentidos que buscavam sempre influenciar. O jornalismo foi, em um primeiro momento, opinativo, mesmo quando queria informar. Foram as alterações técnicas, sociais e políticas que fizeram com que se deixasse cada vez mais a opinião, agora recolhida a páginas específicas dos jornais, para assumir um caráter puramente informativo – o que entendemos não ser possível baseado em Berlo (1999).

Traquina (2007) explica que o jornalismo moderno foi influenciado por três aspectos. Primeiramente, pela expansão da imprensa e dos novos meios de comunicação social a partir do século XIX. Em segundo está a transformação da informação em produto comercializável – o que possibilitou seu descolamento do Estado e de outras instituições políticas. E também contribuiu a profissionalização do campo jornalístico, com pessoas se dedicando integralmente ao jornalismo, o qual se configura o terceiro aspecto.

As mudanças na organização social de diversos países europeus foram importantes para o crescimento do jornalismo e a consolidação de seu papel. Foi no século XIX que houve o crescimento do público leitor, a partir da maior escolarização das massas por meio da instituição de escolas públicas; assim como o aumento da urbanização com a saída das pessoas do campo para a formação do proletariado urbano, além, é claro, das conquistas sociais.

As modificações políticas, sociais e econômicas não ocorrem em todos os cantos do planeta ao mesmo tempo e de forma análoga, entretanto, elas tendem a seguir estágios semelhantes, principalmente no ocidente, segundo Traquina (2007). O crescimento do mundo industrial possibilitou a expansão dos meios de comunicação e também a modificação dos conteúdos produzidos pela imprensa – com sua separação do Estado e de partidos políticos. A industrialização e o aumento do setor de serviços, características das sociedades urbanas, foram responsáveis pelo aparecimento de uma nova forma de financiamento de suas atividades: a publicidade. Com o aparecimento da publicidade nos jornais, o jornalismo pôde deixar a opinião para focar na informação.

A industrialização e a modernização, principalmente no mundo ocidental, desembocaram na criação de várias formas de comunicação em massa. Traquina (2007, p. 23-24) coloca que “[...] as inovações na técnica tipográfica possibilitaram o aumento das tiragens

já no século XIX e que a fotogravura, a heliogravura e depois a máquina fotográfica (metade do séc. XIX e início do XX) inspiraram o jornalismo no seu objetivo de ser as lentes da sociedade”.

Os jornais serão, então, encarados como um negócio lucrativo com o objetivo de aumentar as tiragens. “Com a finalidade de oferecer informações e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas em factos e não em opiniões.” (TRAQUINA, 2007, p. 32). Com a independência do subsídio político, a imprensa deu início à delimitação interna de seus padrões de performance e integridade moral, mais relacionados aos seus métodos de apresentação de informações do que ao seu financiamento.

A produção noticiosa delineou características básicas durante sua história. Um dos primeiros a estudar essas características e a sistematizá-las foi o pesquisador alemão Groth (2011), o qual estudou os jornais para estabelecer o que chama de ciência dos jornais. Para Melo (1970), é natural que os estudos de Groth (2011) tomassem como base o impresso – ele também analisa as revistas, uma vez que este foi o formato em que primeiro se deu a prática institucional de circulação de notícias na modernidade e haja vista a publicação do primeiro jornal que se tem registro, o *Einkommende Zeitung*, de Leipzig, em 1650 (KUCZIK, 2002). A importância dos estudos de Groth (2011) pode ser vista a partir do momento em que Melo (1970), um dos principais e mais produtivos pesquisadores brasileiros no campo da comunicação, coloca Groth (2011) no mesmo patamar que pesquisadores como George Gallup, Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell e Wilbur Schramm. Melo (1970) coloca que Otto Groth chegou a verificar e a comprovar as leis que regem a comunicação de atualidades.

As características delimitadas por Groth (2011) são: periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade. Podemos entender a periodicidade e a publicidade como aspectos relativos à forma, e a universalidade e a atualidade relacionadas ao conteúdo. Veremos cada uma, detidamente, a seguir.

Eduardo Medish e Liriam Sponholz afirmam, no prefácio à edição brasileira da obra de Groth (2011), que, mesmo sendo da década de 1960,

[...] as reflexões de Groth não perderam o seu valor científico para quem queira compreender o que é, afinal, o jornalismo. Continua sendo atual e urgente entender que o jornalismo é ditado pelas leis da atualidade e da universalidade, que ao mesmo tempo o limitam e o expandem e o diferenciam nitidamente da ciência e da literatura. (MEDITSCH; SPONHOLZ, 2011 *apud* GROTH, 2011, p. 21).

As características sistematizadas por Groth (2011) seriam extraídas de leis próprias do jornalismo, portanto, transcendem a pesquisa sobre jornais e se colocam muito mais no campo da busca por uma teoria do jornalismo, ou como ele mesmo coloca: da ciência dos jornais.

Melo (1994) propõe, a partir das reflexões de Groth, que

O jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos). (MELO, 1994, p. 14).

Luiz Beltrão (1960) também compartilha as ideias de Groth (2011), uma vez que em seu livro *Iniciação à filosofia do jornalismo*, elenca, como características do jornalismo: a atualidade, a variedade, a interpretação, a periodicidade, a popularidade e a promoção jornalísticas. Não há citação do trabalho de Groth (2011) em Beltrão, mas se pode ver a conexão entre os dois trabalhos. Outro autor que admite as características apresentadas por Groth (2011), sem nomeá-lo, é Michael Kunczik.

Na realidade, os jornais manuscritos podiam driblar melhor a censura e oferecer informação exclusiva, rápida e confidencial. Muito tempo se passou antes de se chegar às quatro características dos jornais modernos: 1. Publicidade; 2. Atualidade (ou seja, informação que se relaciona com o presente e o influencia); 3. Universalidade (sem excluir nenhum tema); 4. Periodicidade (distribuição regular) (KUNCZIK, 2002, p. 23).

As mesmas características já haviam sido colocadas para o jornalismo por José Marques de Melo, o qual definiu o jornalismo em função de quatro características:

[...] atualidade (respaldado no pensamento beltraniano), oportunidade (fundamentado em Dovifat), universalidade (seguindo as pegadas de Otto Groth) e difusão (que Groth) denomina “publicidade” – Publizitat – no sentido de acessibilidade. Mas, nesse caso, preferi buscar ancoragem nas idéias abrangentes de Marshall McLuhan, que extrapolavam o universo gutenberiano (aquele em que viveu Groth, nele moldando suas concepções jornalísticas). (MELO, 2012).

As características então observadas por Groth (2011) definem o que é considerado jornalismo na atualidade. Dessa forma, vejamos cada uma em separado.

Groth (2011) define a periodicidade como característica básica da ciência dos jornais e a vê como a qualidade de um ‘jornal ou revista’ retornar periodicamente. Entretanto, esse retorno não está ligado às edições materiais de um veículo de comunicação, mas de toda a sua

complexidade no fazer do jornal. Ou seja, está explícita na continuidade da obra, do seu sentido. A periodicidade é uma característica essencial e sua medida – espaço de tempo e horas do dia em que os números são publicados – é determinada pelos propósitos de quem os faz e os consome. “As necessidades e os costumes humanos, todas as condições da vida e da produção econômica, cultural e intelectual-cultural da sociedade se impõem ao jornal (à revista) os passos a serem dados.” (GROTH 2011, p. 151).

A periodicidade é demonstrada mais pelo conjunto da obra e a construção do sentido a que se propõe do que pela marcação temporal com que são disponibilizadas suas edições. Desta forma, é possível chamar de jornalismo as folhas volantes que apareciam no século XVII de acordo com os acontecimentos dos fatos interessantes. No Brasil, como exemplo de jornal sem periodicidade definida e marcada no tempo, devemos lembrar a contribuição de Cipriano Barata. Ele foi o redator de a Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco. Sempre com o mesmo vigor crítico ao primeiro Reinado (Dom Pedro I), foi preso diversas vezes e continuou a publicar sua Sentinela da Liberdade das prisões onde esteve.

Groth (2011) saliente que os primeiros jornais a terem uma periodicidade marcada pelo tempo foram os jornais semanais. Este fenômeno foi natural, haja vista que dependiam da correspondência que recebiam semanalmente para produzir seus materiais. A melhoria das condições de circulação de informações, com o aprimoramento dos correios na virada do século XIX, tornou comum a publicação de jornais diários, em sua maioria seis vezes por semana.

Sobre a periodicidade dos jornais nos séculos XVII e XVIII, Groth (2011) afirma que

Os jornais dos séculos XVII e XVIII não podiam e também não precisavam ser publicados em uma determinada hora exata. O ritmo daquele tempo ainda não era regulado segundo horas e minutos a serem observados precisamente. A partir da sociedade moderna de hoje aglomerada sobretudo nas grandes cidades, é que precisa prestar-se atenção à pontualidade em minutos, sem o quê seu andamento poderia ser perturbado gravemente. É a partir do sujeito moderno que se tornou pontual sob a pressão da concorrência capitalista. (GROTH, 2011, p. 159).

A periodicidade do jornal pôde se tornar constante quando “[...] a técnica e a organização da notícia possibilitaram o recebimento regular, seguro do material.” (GROTH, 2011, p. 161). Assim como as tecnologias de impressão permitiram a reprodução ágil, e o correio e o trem a distribuição imediata. A exigência atual da periodicidade com distâncias mais curtas é a síntese da perseguição impossível da concomitância entre o acontecimento e a sua publicação, que só se realiza na cobertura ao vivo. Mesmo assim, ainda há de se pensar

que há um intervalo técnico entre a captação ao vivo e a chegada de informação ao receptor do público. Isto também só ocorrerá nas mídias eletrônicas, uma vez que há uma impossibilidade material existente no caso dos veículos impressos.

As transformações da periodicidade são, portanto, marcadas pelo desenvolvimento da sociedade que – aos poucos em uns períodos e mais rapidamente em outros, moderniza-se a partir da industrialização. O jornal assumiu também características industriais e este será um dos elementos chave para o estabelecimento de uma periodicidade diária; e que mudou o modo de se fazer jornalismo.

Na passagem dos jornais semanais para diários houve um crescimento na quantidade de assuntos abordados, porém, ocorreu o desequilíbrio entre o conteúdo disponível e o que era realmente noticiável (KUNCZIK, 2002). Jornais que antes noticiavam fatos políticos e militares, com mais espaço nas publicações diárias, passaram a noticiar fatos relativos ao comércio, à cultura, a assuntos sociais, e, principalmente, fatos ligados ao sensacional. Kunczik (2002) já coloca aqui uma reflexão sobre os valores-notícia presentes no período. Portanto, podemos já sublinhar a relação intrínseca entre periodicidade e noticiabilidade.

Outro dado salientado é a ocorrência da diminuição da continuidade das reportagens. Kunczik (2002) lembra que antes os leitores do jornal se informavam de menos assuntos, mas de maneira mais contínua sobre eles. Percebemos então que, quanto maior o desenvolvimento das técnicas relacionadas à produção jornalística e o aumento dessa produção, mais fragmentação da realidade ela provoca. Essa fragmentação pode ser vista como uma tentativa de realçar cada vez mais aspectos que os produtores de informação consideravam relevantes, para aquele momento, porém podem provocar um esvaziamento.

Na internet isso fica ainda mais perceptível, uma vez que a imensidão espacial permite que um assunto se sobreponha a outro ininterruptamente, e nem sempre há continuidade na cobertura de cada fato noticiado. O que leva a refletir sobre os efeitos que a periodicidade por vir a ter sobre o leitor. Groth (2011) propõe que a periodicidade permite instruir o público continuamente de acordo com as necessidades do leitor e com as potencialidades do fato.

Jornais e revistas conseguem assim atar e manter o relacionamento ininterrupto, constante entre si e o público, que se renova e com isso reforça-se permanentemente, da forma mais oportuna e prometedora. Com o seu retorno periódico, jornais e revistas incitam e coagem os leitores à leitura, os acostumam a eles, ao seu pensar e querer e alcançam por fim uma dependência uns dos outros, uma ligação recíproca, que se intensifica até o tornar-se imprescindível, não só no aspecto comercial, político, de entretenimento e assim por diante, mas também no emocional, psíquico. (GROTH, 2011, p. 165-166).

O que percebemos é que a internet potencializa a cobertura e permite esse fluxo ininterrupto. Porém, a prática demonstra que o fluxo informacional é influenciado não apenas pelas potencialidades da internet, mas também pelo interesse comercial e o objetivo instrumental que uma informação ou fato venha a ter para o produtor de conteúdo.

A quantidade de informações disponibilizadas não é aspecto importante apenas da periodicidade, mas também da próxima característica apontada por Groth (2011), a universalidade.

Universalidade significa que o ser humano tem de ter informações sobre o mundo diante de si, ou seja, da realidade circundante e que o toca de maneira sensível. As informações que lhe chegam o ajudam a tomar decisões e definir posições. A universalidade de Groth (2011) está relacionada a este aspecto da comunicação. Para ele, as decisões do indivíduo, por mais singulares que possam ser, são contaminadas pela sua percepção do mundo diante de si, a qual é moldada pelas informações que se possui sobre o mundo e que chegam até ele pelos ‘jornais’.

O desenvolvimento das sociedades e as oportunidades tecnológicas que surgem a cada dia levam os indivíduos a ‘precisar’ de mais e mais informações, que são oferecidas a ele por meio das tecnologias da informação, das quais os empreendimentos jornalísticos se apoderaram. A colocação de Groth (2011) sobre isto é valorosa.

Quando mais o mundo diante de si se estendeu e se enriqueceu, quanto mais ele se complicou e se intensificou, quanto mais animada e ativa se tornou a participação do indivíduo nele, tanto mais regulares, seguros e completos, tanto mais urgentes e conseqüentemente rápidos os meios se tornaram, que deveriam ajudar as pessoas a tomar posição com relação ao mundo diante de si, a se adaptar a ele e dominá-lo, a manter as ligações com os outros e trocar experiências com eles, a satisfazer a si próprio e a fortalecer o que há em comum. Entre estes meios, hoje o jornal e a revista estão em primeiro lugar. (GROTH, 2011, p. 171).

Antes mesmo da internet e de sua potencialidade de promoção de interatividade, o autor já postulava que o jornalismo em si tinha a função de manter as pessoas em contato com outras e com fatos exteriores ao seu cotidiano. A função da universalidade do jornalismo pode ser entendida também como o meio de o indivíduo conhecer mais e melhor o mundo, para assim ter condições de tomar de decisões e participar de forma ativa de sua sociedade.

O autor se referia apenas aos jornais e às revistas, mesmo já existindo o rádio e a televisão. Hoje, século XXI, quem está em primeiro lugar é a internet, que faz com que as informações estejam disponíveis ainda em maior volume e mais rapidamente do que à época na qual Otto Groth viveu e pesquisou.

Retornando à universalidade, podemos explicá-la como a resposta social à necessidade de variados tipos de informação para que o cidadão possa interagir com a realidade circundante, cada vez maior devido às tecnologias da comunicação disponíveis e até mesmo da melhoria nos transportes. Para Groth (2011), esse é o “[...] fundamento do periódico, sobretudo o fundamento da universalidade”. Os jornais não surgiram de uma mera curiosidade ou aproveitamento de tecnologias, mas sim de uma necessidade real de autopreservação por parte dos homens.

Pena (2005) coloca que o homem tem o desejo da ubiquidade e o medo do desconhecido, o que leva a crer, portanto, que o trabalho dos profissionais de comunicação é atividade primordial para a sociedade que quer conhecer, seja para proteger, seja para dominar o mundo diante de si.

Deve-se entender que a universalidade é uma característica ideal. Não há jornal ou qualquer veículo jornalístico no mundo que consiga atingi-la completamente. A universalidade de cada um é moldada pelo conjunto de leitores. As decisões sobre quais informações são publicadas levam, ou deveriam levar, em conta os interesses dos leitores.

Como qualquer manifestação da realidade, cada jornal é individual e com isso limitado, tem um conteúdo na verdade diversificado, mas não universal. Assim como a mentalidade do indivíduo, como a sua imagem do mundo é específica e limitada, mas a mentalidade humana com tal é geral e ilimitada, assim ocorre com cada jornal e o jornal como tal. Da mesma maneira, a universalidade é um conceito de tipo ideal, como a periodicidade e como a atualidade e a publicidade também o são. (GROTH, 2011, p. 180).

Com a universalidade o jornalismo busca mediar informações de todas as áreas da natureza, da sociedade e da cultura, mas de acordo com o que interessa, com o que faz diferença para seus leitores. Caso contrário, não encontraria respaldo. A universalidade é moldada pelo tempo histórico e social ao qual a produção da narrativa está associada. Vários assuntos estão na pauta diária dos cidadãos e não é tudo que atrai a atenção jornalística. Aquilo que é comum e recorrente não tem, normalmente, a potencialidade para se tornar notícia por não requer mediação.

Groth (2011) aponta que não apenas as notícias fazem parte dos conteúdos potenciais dos jornais, mas também opiniões e interpretações, assim como o material de entretenimento. Haja vista que não apenas as informações factuais contribuem para a formação e o entendimento do mundo diante de si do leitor. “Fechar-se a isso é não dar conta do mundo diante de si”, afirma Groth (2011, p. 173).

Melo (1970) compartilha essa visão e afirma que a universalidade no jornalismo nunca pôde compreender a realidade objetiva, mas a realidade dos mundos presentes tanto dos jornalistas (intenções) quanto dos leitores (preferências) em relação ao conteúdo. Para demonstrar a abrangência dos temas que podem vir a ser noticiáveis, Kunczik (2002, p. 23) coloca que “[...] já no século XVI os assuntos ‘maravilhosos’ e ‘assustadores’ atraíam o maior interesse, e os editores enfatizavam que eram ‘verdadeiras raridades’”. Vemos mais uma vez a noticiabilidade sendo delimitada por uma das características do jornalismo apontada por Groth (2011). Desta forma,

Universalidade deve ser entendida a priori como potencial, o jornal pode incorporar tudo o que ele sabe sobre o que há e acontece de alguma maneira no mundo. Ela significa, na verdade, a capacidade e disponibilidade do jornal de mediar para os seus leitores tudo de todas as áreas da vida e da produção humana, o que diz respeito àqueles, mas que não pode, sem mais nem menos, ser alcançado por eles, que não lhes é conhecido, que existe deles alguma tomada atitude. (GROTH, 2011, p. 211).

A universalidade é uma característica virtual, na medida que não há possibilidade técnica de se apresentar a cada edição tudo sobre todos os assuntos. Assim vemos nessa característica a necessidade de cada veículo, a cada número, delimitar os temas dentro do que acredita ser o mais interessante para seu público.

Podemos ligar a universalidade à variedade, característica do jornalismo colocada por Luiz Beltrão. Ele aponta que “[...] um jornal moderno precisa trazer a mais completa síntese dos acontecimentos, e ao mesmo tempo, apresentar-se suficientemente segmentado para interessar aos leitores de toda uma família.” (BELTRÃO, 1960 *apud* HOHLFEDT, 2010, p. 31). Outra categoria deste autor relacionada à universalidade é a interpretação, que para ele é a mais importante filosoficamente. Luiz Beltrão acredita ser fundamental que o jornal apresente comentários e projeções para que o leitor se oriente em suas ações futuras. Este é o caráter teleológico do jornalismo, também apontado por Groth (2011).

A universalidade possui limites. Há determinados temas que já lhe são fechados desde o começo, seja por causas das suas características técnicas, por fatores externos ou censura em determinados períodos históricos. Há também assuntos que estão fora do círculo de vida dos leitores e que por isso não encontrariam eco ao serem publicados. “Para o jornal, torna-se impossível uma mediação daquilo que não pode ser alcançado por algum tipo de embaraço ou insuficiência ou quando uma mediação não é permitida.” (GROTH, 2011, p. 192). Pode haver limites naturais, legais, sociais, religiosos, científicos e econômicos. Desta forma, podemos sugerir que os limites da universalidade influem sobre os critérios de noticiabilidade dos órgãos de imprensa.

Percebemos, então, que, devido às suas limitações, o jornalismo só pode apresentar recortes e frações descontextualizadas e recontextualizadas da realidade. A universalidade do jornal é a sua potencialidade de mediar o que for importante naquele momento, o que liga essa característica intrinsecamente à próxima, que é a atualidade.

Atualidade é uma característica marcante que influencia a definição da periodicidade e seus limites são ditados pela universalidade. Ela atende à necessidade básica do ser humano de saber o que acontece para tomar decisões e entender o seu presente. Assim, a atualidade “[...] designa em si a característica e a tarefa de oferecer, de mediar algo atual, portanto, presente, em voga, novo”, diz Groth (2011, p. 223). Chaparro (c1993) complementa com uma definição interessante. Para ele, a atualidade é representada não apenas pelo que acontece, mas também por aquilo que as pessoas querem dizer e saber sobre o que acontece. Podemos dizer que as pessoas querem saber o que há de mais novo sobre o que as interessa, de forma objetiva ou subjetiva.

Melo (1970) afirma que a atualidade é a vivência do presente, do efêmero, mesmo que a perenidade valha apenas por alguns dias ou por algumas horas. Mas devemos nos atentar para o fato de que algo atual não precisa ser necessariamente novo. Como coloca Pena (2005, p. 39), “[...] a novidade nem sempre é atual e a atualidade nem sempre é nova”. Ele coloca ainda que há de se diferenciar o novo do desconhecido, uma vez que o desconhecido para um indivíduo pode não o ser para os demais, e mesmo assim pode aguçar a curiosidade e ter os requisitos necessários para se tornar notícia. Outra vez as características delineiam a noticiabilidade.

Groth (2011) explica esse elo entre atualidade e novidade como uma relação mental do objeto com o sujeito. Segundo este autor, o novo é algo que até o momento era desconhecido. Mas que só adquirirá um significado atual para o sujeito se tiver algum significado no mundo diante de si, ou seja, que faça diferença, que o sensibilize. Ele propõe que a matéria prima essencial para o jornal é o novo-atual.

O novo-atual, por sua vez, tem um significado especial para mim, aguça meu interesse mais avivado, incita os sentimentos da maneira mais forte. Por isso, o âmago do conteúdo do jornal é o atual-novo, ele é o mais valioso para o jornal. [...] ele não se poupa de repetição que confirma e fortalece. [...] o jornalista não repete só para confirmar o que foi noticiado e dito anteriormente, mas sim sobretudo para ratificar e fortalecer a impressão. (GROTH, 2011, p. 224).

Os conteúdos interessantes para o jornalismo, mais do que inéditos devem guardar uma relação com a necessidade do público. Isto não é próprio apenas do jornalismo, mas da

comunicação em geral, uma vez que se os objetivos de produtor da comunicação e o receptor não estejam em sintonia, a comunicação não flui. Mesmo fatos antigos podem ser carregados de atualidade caso sejam trabalhados de forma a demonstrar a sua necessidade no momento de sua publicação. Os fatos novos-atuais, tão caros para o autor, são ainda mais preciosos no âmbito da teoria do jornalismo pois são essencialmente carregados de noticiabilidade.

A atualidade nos remete também a um conceito ideal, assim como a periodicidade e a universalidade. A atualidade como característica de mediação do presente pode trazer em si um ideal de simultaneidade. Que, como já discutido, aumenta com a evolução das tecnologias de comunicação de massa e, podemos acrescentar, com a busca desenfreada pela superação da concorrência. O conceito é ideal, pois não há tecnologia que consiga essa simultaneidade absoluta; até mesmo as mídias eletrônicas em transmissões ao vivo levam um pequeno tempo entre a gravação da informação e a disponibilização ao público. Esta é uma barreira física que não foi transposta.

Os jornais querem sempre diminuir o tempo entre o acontecimento e a publicação do relato sobre ele. Já na década de 1970, quando divulgou seus estudos, Groth (2011) via com preocupação o aumento da quantidade de informações disponibilizadas pelos jornais e alertou para a ocorrência de uma notícia ficar obsoleta antes mesmo de sua ampla divulgação por causa da publicação de outra sobre o mesmo assunto, porém mais atual. Groth (2011) e Pena (2005) relatam a diminuição do tempo em que uma informação foi considerada atual ao longo da história do jornalismo. Antes uma informação que levava até anos para chegar continuava a ser considerada atual. Podemos remeter novamente à história do jornalismo. O Correio Braziliense, de Hipólito José da Costa Pereira, tinha periodicidade mensal e ainda precisava vencer a viagem da Europa até o Brasil para, então, chegar, clandestinamente, aos leitores brasileiros, que tinham suas informações como atualíssimas.

Apesar das novas tecnologias digitais empregadas hoje na indústria da notícia, o ideal de simultaneidade não foi alcançado. Entretanto, essas mesmas tecnologias são responsáveis por reduzir a atualidade de um fato a poucos minutos. Groth (2011) explica que a redução de tempo entre o acontecimento e a produção da narrativa jornalística a respeito dele faz com que seja possível que fatos que não teriam espaço anteriormente encontrem uma brecha para publicação. Isto por causa da sua atualidade, da sua recepção como ‘mercadoria fresca’, sobretudo às técnicas de comunicação, que, ao mesmo tempo, criaram novas possibilidades de extensão da universalidade e multiplicaram a quantidade de material dos jornais modernos. “Como nos séculos XVII e XVIII resta muito mais presente do que hoje, as notícias também

se mantinham por mais tempo frescas, elas viviam mais do que hoje – portanto ao contrário do que as pessoas.” (GROTH, 2011, p. 239-240).

Mais coisas passam a pertencer ao presente do sujeito quanto maior é o seu entendimento da dimensão do mundo diante de si. Além do presente imediato, ele tem necessidade também de ter informações do que se passou, do que se passará e de outros assuntos que não são necessariamente factuais. Fica claro, desta forma, que a atualidade é subjetiva e está intrinsecamente ligada ao caráter teleológico – a necessidade de saber para se preparar para o futuro – dos jornais. Sobre a existência de não atualidades nos jornais, Groth (2011) diz:

Ele tem que ter a pretensão de também trazer aquelas coisas cujo conteúdo não pode ser extraído diretamente do presente, que não são “objetivamente” atuais, mas que são “subjetivamente” atuais, que pertencem ao mundo atual diante dos leitores, com relação às quais uma tomada de atitude se coloca em questão, portanto sobretudo tais coisas que descansam e entretém, instruem e aconselham, elevam e edificam. (GROTH, 2011, p. 246).

As informações que aqui se inserem são principalmente aqueles já conhecidas mas que adquirem novos realces com a análise aprofundada ou descoberta de novos detalhes. Ou seja, nem só de novo-atual consegue viver o jornalismo. A sociedade é fruto de sua história, portanto análise e descoberta de fatos anteriores também se constituem matéria prima para o jornalismo.

A discussão de Groth (2011) quanto à atualidade se mostra ainda mais contemporânea quando ele menciona os perigos de falta de apuração e a ocorrência de publicação de informações erradas em nome da atualização. Para ele, os jornalistas são, muitas vezes, vítima das próprias ilusões, imaginam que seu público quer mais e mais depressa as informações e se descuidam da apuração. “O repórter apressado se engana frequentemente sobre a compreensão e a aclamação que a sua pressa sobre o globo terrestre encontra junto aos leitores do jornal.” (GROTH, 2011, p. 261).

A potencialidade da internet de disponibilizar informações no momento mais oportuno para o produtor faz com que se consiga ficar muito próximo da simultaneidade e também dá abertura para que se cometam os maiores erros. Uma vez que com a ferramenta fica disponível, em tese, 24 horas por dia, os níveis de ansiedade para publicação tendem a aumentar e, com isso, também os erros cometidos devido à falta de apuração e à ambição pelo furo jornalístico.

Publicidade: é a característica definidora da abrangência espacial do jornalismo; ou para Groth (2011), dos jornais. O autor toma a característica como essencial, uma vez que é o que dá a acessibilidade a cada indivíduo à universalidade e à atualidade contidas na produção dos jornais.

A produção jornalística, para ser classificada como tal, deve ter a possibilidade de acesso a um público maior do que aquele círculo que o produziu. Para Groth (2011), quando os ‘jornais’ chegam apenas a pessoas predeterminadas não são jornais, mas sim mensagens secretas. Para serem jornais é preciso dar notoriedade aos seus conteúdos, seja pela venda de exemplares, seja pela transmissão eletrônica, com distribuição gratuita ou não. De acordo com o autor, a publicidade tem o significado objetivo, tanto potencial, como acessibilidade geral, quanto atualizado, como conhecimento geral (difusão).

O pesquisador brasileiro José Marques de Melo nomeia essa característica como ‘difusão coletiva’. Ele coloca a difusão coletiva como o elemento que define a função do jornalismo como instrumento público, ao alcance de todos. Melo (1970) explica que a difusão se processa através dos seus veículos – a imprensa, o rádio, a televisão e o cinema – que poderão ser utilizados, por quaisquer indivíduos, para a recepção de informações.

Groth (2011) deixa claro que assim como as outras características, está também carregada em si um conceito potencial e uma existência atual.

Se a universalidade diz que o jornal é capaz de e deve empenhar-se em buscar as coisas no mundo inteiro e compilá-las nos seus espaços, graças à sua publicidade, o jornal se abre a todas as pessoas no mundo e procura reuni-las em torno de si. A publicidade potencial expressa o possível, a publicidade atual expressa a proporção de fato, em que o número e a distribuição espacial do consumidor (leitor) do jornal estão para o número e a distribuição espacial das pessoas de determinada área. (GROTH, 2011, p. 272).

A publicidade enfrenta também limitações sociais, políticas, econômicas e técnicas, além de geográficas. A abrangência das primeiras publicações jornalísticas institucionais enfrenta ambientes sociais nos quais o letramento era limitado e ao longo de sua história foram vários os momentos em que enfrentou a censura do Estado e da igreja. Assim como podemos apontar hoje os limites impostos pelos interesses comerciais. Novamente nos remetendo à história, é preciso compreender que a falta de letramento é um problema, mas não chega a ser uma barreira intransponível.

Segundo Santaella (2004), mesmo depois de fixado o hábito de ler silenciosamente, continuou existindo leituras em voz alta. O que ocorria com duas funções: comunicar o texto

aos que não sabem decifrá-lo e cimentar as formas de sociabilidade em espaços comunitários. A internet não pode romper a barreira do analfabetismo, ainda, porém alarga e muito as fronteiras da publicidade.

Então, as características do jornalismo moderno são: a periodicidade, a atualidade, a universalidade e a publicidade. Um dos seus produtos principais é a notícia, a qual tem características próprias que emergem das características do jornalismo. A notícia precisa ser inédita, atual e de interesse público – e muitas vezes do público. São características importantes para este estudo, uma vez que buscamos analisar os comentários sobre esse produto do jornalismo na internet.

Para discutir o que é notícia nos aproximamos da vertente de pesquisa denominada *communication research*. Hohlfeldt (2001) esclarece que essa vertente dos estudos em comunicação surgiu no final da década de 1960, especialmente na década seguinte, nos Estados Unidos. Segundo ele, diversos pesquisadores se propuseram a trabalhar em equipe, com a utilização cruzada de diversas teorias e suas metodologias, para compreender mais amplamente o processo comunicacional. Faz parte das teorias construtivistas (TRAQUINA, 2007; SHUDSON, 2003) que têm a notícia como uma reelaboração dos fatos por indivíduos que operam, inconscientemente, dentro de um sistema cultural que exerce forças sobre seu trabalho e suas escolhas.

Jorge (2013) aponta, em seu trabalho sobre gêneros jornalísticos na internet, que o estudo do jornalismo com base no referencial teórico das notícias como construção abre três vertentes, que já foram apontadas por Mauro Wolf. São elas: as rotinas e o modo de produção; a cultura profissional e os jornalistas em seu local de trabalho; o produto jornalístico – as notícias.

As principais hipóteses estudadas na *communication research* são: a *agenda setting* – traduzida como hipótese do agendamento, a espiral do silêncio – cujos principais responsáveis pelo seu desenvolvimento foram Maxwell McCombs e Elisabeth Noele-Neuman, e o *newsmaking* – que inclui os estudos sobre *gatekeeping*.

A hipótese da *agenda-setting* está ligada diretamente aos conceitos de acumulação e onnipresença. O conceito de acumulação diz respeito à capacidade da imprensa de criar e manter vivo o interesse por um tema. A consonância está estreitamente ligada ao primeiro conceito, uma vez que se refere ao fato de as semelhanças nos processos produtivos de informação. O que significa que são publicadas mais informações que se confirmam do que ao contrário. Por fim, o conceito de onnipresença representa a noção de que é do

‘conhecimento público’, que o saber produzido pela imprensa é ‘publicamente conhecido’, o que leva muitos consumidores a assumir aquele conteúdo como próprio.

A compreensão que pessoas têm de “[...] grande parte da realidade é fornecida predominantemente pelos meios de comunicação”, dizem Temer e Nery (2009, p. 72). E, tendo consciência deste fato, os veículos de comunicação apresentam ao público aquilo que determinam como necessário discutir e ter uma opinião sobre.

Os principais pressupostos da hipótese de agendamento são: sua capacidade de fornecer um fluxo contínuo de informações; a capacidade de influenciar mais a médio e longo prazo – o que explica o fluxo contínuo de informações; a capacidade de influenciar sobre o que se deve pensar – que é atingida devido também ao fluxo imposto. Essas capacidades são de importante entendimento para se analisar a mídia, pois a pessoa tem noção e conhece a realidade a partir do que tem acesso sobre essa realidade por meio da mídia. O contato do indivíduo com a realidade ocorre de maneira direta, mas a percepção dela é mediada, pois ele avalia o que se tem contato físico a partir da imagem que possui sobre o tema, e essa imagem é construída por meio das informações que recebe pela mídia.

Há duas importantes variáveis para a pesquisa sobre o agendamento. Primeiro: ele se dá necessariamente no tempo, pois é um efeito em longo prazo, e há uma correlação entre a agenda da mídia e a do receptor (tema da hipótese); mas também ocorre o inverso e o receptor pode e acaba por influenciar a agenda da mídia. Segundo: a influência da mídia na formação da agenda do receptor “[...] depende dos graus de percepção da relevância ou importância do tema, além dos diferentes níveis de necessidade de orientação que, em torno daquele tema, observará o receptor.” (HOHLFELDT, 2001, p. 198). Para nós é clara a conexão do agendamento com a universalidade proposta por Groth (2011), uma vez que é a partir do que é noticiado pela imprensa que o cidadão terá conhecimento do mundo.

Dentre os efeitos em longo prazo estão também as pesquisas sobre os *gatekeepers*, que levaram ao entendimento de que há características universais na escolha das notícias. São as principais: os *gatekeepers* pouco conhecem seus públicos e, desta forma, levam mais em consideração referências implícitas aos colegas e ao sistema de fontes. Porém, a filtragem das informações se distingue totalmente da censura, uma vez que está vinculada às rotinas de produção da informação.

Wolf (1999) aponta ainda que normas internas profissionais e institucionais parecem ser mais fortes do que as preferências pessoais. Ele cita os estudos de Breed (1955 *apud* WOLF, 1999) que fazem a distinção de seis motivos para aderência dos *gatekeepers* às

orientações do jornal, sendo que essas raramente são explícitas, mas sim apreendidas no cotidiano das redações com colegas e superiores. Os motivos são: “a. a autoridade institucional e as sanções; b. os sentimentos de dever e estima para com os superiores; c. as aspirações à mobilidade profissional; d. a ausência de fidelidades de grupo contrapostas; e. o carácter agradável do trabalho; f. o facto de a notícia se ter transformado em valor.” (WOLF, 1999, p. 182).

As causas citadas para o enquadramento à política editorial podem ser vistas como cancelas que devem ser transpostas pelas informações a fim de serem tornadas notícias. Porém, barreiras como essas não estão apenas na figura do editor, mas em vários pontos do processo de construção da narrativa jornalística, o que nos leva ao *newsmaking*.

A teoria do *newsmaking* se vale, segundo Wolf (1999), da lógica de produção do trabalho da comunicação de massa para entender como se efetua a construção das mensagens. Todos os meios de comunicação sobrevivem na era industrial a partir da publicação de informações relevantes para seus ‘consumidores’. Consumidores querem receber o relato do que ocorre no mundo ao seu redor e que ele mesmo não tem condições – sejam físicas, sejam econômicas, de saber por ele mesmo. Assim, é dada, aos órgãos de imprensa, a tarefa de definir quais, dentre todos os acontecimentos diários, são aqueles que merecem/precisam ser relatados, tornados notícia, uma vez que é impossível que tudo o que acontece seja noticiado.

Os fatos que se tornarão notícia são escolhidos de acordo com duas linhas principais: a) a cultura profissional dos jornalistas; b) a organização específica do trabalho e dos processos produtivos da informação, em suas relações e conexões, consideradas em cada veículo em especial. A primeira diz respeito do conjunto subjetivo de códigos, estereótipos, entendimentos relativos à comunicação de massa e ao seu trabalho que influenciam nos paradigmas profissionais e na autoimagem dos produtores de conteúdo. A segunda são as normas e convenções que legitimam o processo produtivo. Juntas e entrelaçadas, elas definem um conjunto de aspectos norteadores da escolha das informações que têm a potencialidade de se tornar notícia. Ao conjunto desses aspectos, ou critérios, chama-se de noticiabilidade.

[...] ou seja, a aptidão potencial de um fato para se tornar notícia ou, dito de outro modo, o conjunto de critérios que operacionalizam instrumentos segundo os quais os meios de comunicação de massa escolhem, dentre múltiplos fatos, aqueles que adquirirão o *status* da noticiabilidade [...]. A *noticiabilidade* de um fato pode então ser analisada segundo sua possibilidade de integrar-se ou não ao fluxo normal e rotineiro da produção de informações. (HOHLFELDT, 2001, p. 208).

Nicklas Luhmann explica a noticiabilidade pelo viés histórico. Para ele o jornalismo necessitou criar uma forma de escrita que despertasse a impressão de que o que acabará de passar ainda interessava, tinha valor informativo, e que, para o veículo, rendesse continuidade. Para este autor, a determinação do que tem valor informativo é feito sob condições restritivas.

[...] o problema, portanto, não está na verdade, mas na seletividade que é inevitável mas também desejada e regulamentada. [...] tampouco pode haver correspondência ponto a ponto entre informação e fatos, entre realidade operacional e realidade apresentada. (LUHMANN, 2005, p. 18).

A seletividade colocada pelo autor tem o papel de indicar que se noticiem informações que sejam o mais compreensível possível para uma gama de receptores maior. Ele coloca ainda que essa seleção não é uma liberdade de escolha, é feita de acordo com parâmetros previamente aceitos.

O conjunto de elementos e princípios utilizados para avaliar os fatos e definir a “[...] sua potencialidade de produção de resultados e novos eventos, se transformados em notícia” (HOHLFELDT, 2001, p. 207), são os valores-notícia da noticiabilidade.

Os valores-notícia (*news value*) não podem nem devem ser analisados isoladamente. Na verdade, eles se combinam sempre enquanto infinitos compostos, só verificáveis após sua concretização, ou seja, apenas depois que um evento se tornou notícia, de modo retroativo, pode-se analisar a narrativa e reconstituir os valores que influíram na decisão de torná-la enquanto tal, a partir do acontecimento primeiro. (HOHLFELDT, 2001, p. 208-209).

Traquina (2005) aponta Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge como os primeiros a tentar identificar e sistematizar os valores-notícia. O resultado do trabalho dos pesquisadores foi uma lista com 12 itens: a) frequência, ou seja, a duração do acontecimento; b) amplitude do evento; c) clareza ou a falta de ambiguidade; d) significância; e) consonância; f) inesperado; g) continuidade; h) composição, com as demais matérias; i) referência a nações de elite; j) referência a pessoas de elite, ou seja, a proeminência das fontes; k) personalização; l) negatividade.

Wolf (1999) ressalta que apesar de esses valores serem apresentados de forma simples e até como um inventário, eles funcionam, na realidade, de forma complementar. Os valores-notícia não estão presentes apenas na seleção do fato, mas em todo o processo produtivo, o que facilita a gestão das inúmeras informações que chegam todos os dias às redações e que sem um método processamento seria quase impossível trabalhar.

#### 4.1 VALOR NOTÍCIA

Assim, Wolf (1999) propõe, metodologicamente, a separação dos valores-notícia em cinco categorias genéricas, o que na verdade se mostra mais eficaz no trabalho de análise, uma vez que cada veículo de imprensa estabelece, dentro dessas categorias, os seus critérios de acordo com suas práticas e linha editorial. Cada uma das categorias é relativa a uma fase do processo produtivo da notícia. São elas, como colocado por Hohlfeldt (2001), e também com contribuições propostas por Pena (2005):

- a) Categorias substantivas – ligam-se ao acontecimento a ser tornado notícia e seus personagens;
- b) Categorias relativas ao produto – refletem os processos de produção. Incluem aspectos relativos à disponibilidade de materiais e características específicas do produto informativo;
- c) Categorias relativas aos meios de informação – dependem mais de como a informação é veiculada e características técnicas;
- d) Categorias relativas ao público – o que os jornalistas entendem de seu público;
- e) Categorias relativas à concorrência – levam em conta o que é publicado pelos concorrentes quanto ao fato e ao enfoque.

Traquina (2007) divide os valores-notícia em seleção e de construção. Os valores de seleção podem ser ainda subdivididos em critérios substantivos que avaliam o fato de acordo com sua importância e interesse; e critérios contextuais que dizem respeito à produção da notícia – apuração, acessibilidade e outros. E os valores de construção funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, ao enfoque a ser dado e ao que ser ignorado.

Neste estudo levamos em conta os valores-notícias abordados pelos três autores como valores-substantivos, pois, por serem inerentes ao fato noticiado, há como percebê-los no texto. No QUADRO 3 estão os valores-notícia apontados por Traquina (2007) e que contribuem para a etapa metodológica deste trabalho.

QUADRO 3 - Valores-notícia em Traquina (2007)

VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO		VALORES-NOTÍCIA DE CONSTRUÇÃO
Critérios substantivos	Critérios contextuais	
Morte	Disponibilidade	Amplificação
Notoriedade	Equilíbrio	Relevância
Proximidade	Visualidade	Personalização
Relevância	Dia noticioso	Dramatização
Novidade		Consonância
Tempo		
Efeméride		
Notabilidade: quantidades; insólito; falha; excesso/escassez; escândalo		
Inesperado		
Conflito/violência		

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Traquina (2007, p. 186-201).

Os valores expostos no quadro são exemplos de valores-notícia, mas que podem se desenrolar em vários outros de acordo com o fato em classificação. Este tem mais chances de ser noticiado quanto mais valores-notícia conseguir agregar. Por exemplo, no caso concreto desta pesquisa, as matérias sobre as manifestações já tinham de pronto o critério da relevância, uma vez que as manifestações tiveram importância no campo social do país. Declarações de personalidade políticas continham o valor notoriedade. Podemos afirmar ainda que as matérias continham o valor visualidade uma vez que os protestos geraram cenas que esteticamente chamavam a atenção do público. Matérias expondo casos pessoais de participantes das manifestação possuíam o valor-notícia de construção dramaticidade, e foram fortalecidos pelo critério personalização.

O público não costuma questionar os critérios de escolha dos meios, mesmo porque não ele sabe quais são. Porém, é a partir da narrativa construída com o uso dos critérios estabelecidos previamente pelos veículos que cada indivíduo constrói sua própria visão da realidade. Por isso, os critérios de escolha do que será publicado ou não são importantes para se entender qual o objetivo da comunicação jornalística.

## 4.2 O JORNALISMO NO BRASIL

Como afirmamos anteriormente, as modificações e os desenvolvimentos no jornalismo não são homogêneos no globo terrestre. O Brasil só foi conhecer o jornalismo depois da vinda da família real portuguesa, em 1808. Isto não significa que não circulassem por aqui publicações, elas existiam, mas não eram produções brasileiras.

A falta de produções brasileiras é atribuída, por Romancini e Lago (2007) e outros autores, a fatores como: a natureza feitorial da colonização, o atraso das populações indígenas, a predominância do analfabetismo, a ausência de urbanização, a insipiência das atividades comerciais e industriais, a censura religiosa e o obscurantismo metropolitano.

Este último fato é o denominador comum entre todas essas condições que impediram o desenvolvimento da imprensa e, conseqüentemente, do jornalismo no Brasil, o reflexo da censura e do obscurantismo metropolitano. Ou seja, o atraso intelectual português frente ao resto da Europa – Inglaterra, França e Alemanha principalmente – que se modernizava, podia ser percebido a partir do rigoroso sistema de censura existente em Portugal. Enquanto os lusitanos estiveram à frente no desenvolvimento marítimo e nos descobrimentos, a censura os levou a ficar em uma posição de extrema dependência, principalmente em relação à Inglaterra, no que diz respeito ao desenvolvimento científico e cultural.

Tanto o Estado como as instituições católicas proibiam a circulação de qualquer publicação sem a autorização dos órgãos censores (ROMANCINI; LAGO, 2007). Logo, não poderia ser diferente com suas colônias. A censura permeou também o processo colonizador de tal forma que não era permitido sequer imprimir documentos oficiais se a burocracia assim o exigisse. A impressão na colônia se tornou ainda mais proibitiva quando, no século XVII, Portugal temeu que ideias e princípios das revoluções francesa e norte-americana levassem os então brasileiros a questionar o poder que os mantinha atrelados.

Pode-se perceber então que, nesse primeiro momento, não poderia mesmo haver jornalismo no Brasil, pelo fato de faltar fatores sociais que o incentivasse. A metrópole e quem aqui vinha não acreditavam que tinha algo ou alguém a influenciar.

Entretanto, a vinda da família real e de sua corte deu nova vida à comunicação no País. Já em 1808 o príncipe regente, Dom João, instituiu várias medidas com o objetivo de tornar a colônia habitável para ele, sua corte e as mais de duas mil pessoas que vieram de Portugal acompanhando-os. Romancini e Lago (2007) citam, dentre as mais importantes do período: abertura dos portos às nações amigas; permissão para criação de indústrias; fundação do

Branco do Brasil, da Academia de Belas-Artes, do Museu Nacional, da Biblioteca Nacional e do Jardim Botânico; aparelhamento das Forças Armadas; ampliação do sistema escolar; promoção de melhoramentos urbanos; criação de uma escola de medicina; e elevação do Brasil à categoria de Reino Unido. Para os comunicadores a mais importante foi a instalação da Imprensa Régia, que reservou para si o monopólio de impressão no Reino Unido, de 1808 até 1822, ano posterior à suspensão da censura prévia.

O jornalismo naquele período se encontrava, segundo vários autores, focado em dois jornais principais: a Gazeta do Rio de Janeiro, redigida pelo frei Tibúrcio José da Rocha e impressa nas máquinas reais e o Correio Braziliense ou Armazém Literário, de propriedade e fruto do esforço de Hipólito José da Costa Pereira. Este último era impresso em Londres, longe da censura joanina e católica. Seus primeiros números conseguiram entrar no Brasil, porém, no segundo ano de existência foi proibido e só chegava a terras brasileiras de forma clandestina. O Correio Braziliense ficou ativo até 1822, quando seu criador viu na Independência o fim de sua missão.

Os textos do período são chamados por Romancini e Lago (2007) de ‘jornalismo de ensaio’, ou seja, eram mais reflexões sobre os temas e problemáticas do período do que um noticiário baseado em fatos. Ou seja, o gênero opinativo era predominante, o que perdura na história do jornalismo até mesmo após a proclamação da república. Barbosa (2013) também contribui para o entendimento da conformação do jornalismo no período ao explicitar que dentre as principais fontes de informação da Gazeta estavam as cartas recebidas.

As cartas são uma constante no jornalismo brasileiro, como é possível inferir pelos estudos de Barbosa (2013). Dentre seus exemplos estão cartas destinadas a vários veículos de imprensa, que demonstram o interesse do cidadão em participar dos veículos e de opinar sobre o que é exposto por eles – como a carta de Cecília Meira sobre a chegada do homem à lua e a transmissão do feito na TV. Ela escreve ao Jornal do Brasil para falar sobre o tema.

Aqui em casa, não vimos o homem descer na Lua. Por quê? Porque – como foi dito no Caderno B de 23 de julho de 1969 – “para televisão carioca, o grande feito dos cosmonautas americanos se não chegou a ser um programa de rotina, nem por isso mereceu um tratamento diferenciado daquele que é dado às partidas de futebol” (Jornal do Brasil, 26/07/1969). (BARBOSA, 2013, p. 313).

A participação do leitor no jornalismo moderno se intensificou ao longo dos séculos XVIII e XIX, época também do aumento das tiragens devido ao maior letramento e ao aumento da população citadina. Ribeiro (2014) conta que os jornais tinham como intenção “[...] inscrever nestes espaços [dedicados à participação dos leitores] as opiniões de líderes

destacados ou mesmo de personalidades reconhecidas publicamente, a evolução da história da imprensa deixaria de tomar este facto como uma obrigatoriedade”. De acordo com o pesquisador, o jornal americano “The New York Times foi o primeiro a publicar uma carta de um leitor num espaço inteiramente dedicado à opinião dos cidadãos, a 18 de Setembro de 1851, apenas cinco dias após o seu lançamento.” (RIBEIRO, 2014). Antes do NYT, o primeiro jornal americano – *Publick Occurrences, Both Foreign and Domestik* – reservava uma de suas folhas para ser preenchida com informações e comentários enviados pelo público (SCHWINGEL, 2012).

A participação do cidadão na produção do jornalismo moderno é restrita basicamente a essas iniciativas de cartas dos leitores. Com o desenvolvimento tecnológico, como, por exemplo, o telefone, e de novos meios de comunicação, houve também a oportunidade para se ligar às redações.

José Marques de Melo, em seu livro *A opinião no jornalismo brasileiro* (1985), afirma que enquanto não surgissem soluções tecnológicas que viabilizassem a participação do público nas experiências jornalísticas, restava ao cidadão recorrer à carta. Ele estava se referindo à seção de carta dos leitores disponível em várias publicações. Para ele, essa era a forma de qualquer cidadão intervir no debate público sobre assuntos que não o afetavam pessoalmente – pois nesse caso ele poderia recorrer ao direito de resposta, por meio do sistema Judiciário.

As cartas dos leitores são geralmente publicadas em locais próprios dentro da lógica de paginação do jornal, e, assim José Marques de Melo, entende como parte do gênero opinativo. São “[...] escritas por instâncias autorais externas ao jornal, onde a interpretação e a opinião são deliberadas.” (SILVA, 2005, p. 1.214). Como todas as outras seções da publicação, a seção Carta dos Leitores, ou Carta ao Editor, “[...] obedece critérios de edição que coadunam com a política editorial da empresa.” (MELO, 1994, p. 177). No caso dos jornais, as cartas são recebidas e selecionadas para que caibam no espaço físico destinado a elas.

Silva (2005) explica as quatro regras levadas em conta pelos editores para seleção e seguinte publicação das cartas enviadas à redação.

A relevância, ou seja, o conteúdo das cartas deve corresponder a temas que já estejam previamente estabelecidos na agenda mediática; a brevidade, isto é, as cartas devem ser curtas e concisas; o entretenimento ou a preferência por cartas polêmicas ou de interesse humano; e, por fim, a autoridade ou preferência pela publicação de cartas de figuras da autoridade e de textos que possuam um estilo dito eloquente. (SILVA, 2005, p. 1.216).

Isso comprova a editorialização da seção de carta dos leitores e mostra como suas produções são usadas pelo veículo mais para promover temas de seu interesse do que o verdadeiro debate de ideias. Desta forma a carta do leitor tem poucas chances de ser um exemplo de exercício de cidadania. Vemos ainda mais problemas quando são escolhidas cartas de autoridades ou personalidades em detrimento a produção de pessoas comuns. A notoriedade já é um valor-notícia importante para definir o que será ressaltado como notícia, quando atinge também o espaço destinado ao leitor, demonstra que o produto jornalístico é feito por uma elite e para ela própria.

É interessante lembrar o posicionamento de Melo (1994) sobre as cartas. Ele entende que escrever ao jornal representa, para o cidadão, muitas vezes uma última oportunidade – mesmo que a carta não seja publicada – de dizer o que se quer aos seus contemporâneos, de influir nas decisões dos governantes, de participar dos destinos da sua sociedade. Entretanto, essa oportunidade pensada por Melo (1994) é utópica em situações de cartas selecionadas como se fossem notícias.

Devido à existência de regras de escolha dos comentários dos leitores, definidas explícita ou implicitamente a priori, os editores constroem o debate público ao selecionar as cartas que vão publicar em seu jornal. Eles dão preferência a determinados tipos de discurso público, o que está refletido não só na escolha das cartas, mas também na disposição das cartas na página e na decisão sobre o momento em que elas serão publicadas. Ou seja, decidem não apenas quem pode falar, mas também o modo e a razão de quem fala (SILVA, 2005). É interessante perceber, então, que, mesmo participando, essa carta tem poucas chances de ser um exercício de cidadania, já que não será publicada da forma programada, pensada e redigida pelo autor.

Outra contribuição importante sobre as cartas dos leitores vem de Bahia (1990), para quem as cartas denotam um caráter democrático à publicação. Para ele, quanto maior for o grau de participação dos leitores, maior será a intensidade do debate. Afirma ainda que, “[...] em qualquer país e em qualquer sistema de governo, cartas dos leitores concorrem ativamente para qualificar o papel da imprensa.” (BAHIA, 1990, p. 108). Propõe que as cartas sejam indicadores importantes para se aferir a receptividade de “[...] determinadas posições ou matérias; para testar fórmulas de estilos e linguagem do veículo; para aferir legibilidade ou alcance do conteúdo; para denotar tendências políticas, partidárias ou éticas.” (BAHIA, 1990 p. 109).

A editorialização da seção de cartas não é vista por Bahia (1990) como uma forma de controle ou de censura. Ela serve para:

a) ajustar a correspondência ao estilo do veículo; b) para conferir e esclarecer aspectos legais, como identidade, procedência, etc. das cartas; c) para coordenar as relações do veículo com os leitores, destes entre si e com outras áreas afetadas – órgãos oficiais, entidades de direito privado, etc. e d) para acompanhar detalhes como oportunidade, mérito e significação das cartas, considerando-se que algumas delas podem e devem ter chamadas de primeira página, tratamento especial – destaque dentro ou fora da seção – pelo seu conteúdo, alcance ou sentido jornalístico. (BAHIA, 1990, p. 110).

Como se percebe a editorialização não é vista apenas como problema, mas também como forma de facilitar o entendimento do que foi exposto aos outros leitores. Quando o leitor não tem a oportunidade de dialogar diretamente com o poder público, pode fazê-lo por meio das páginas dos jornais nas cartas dos leitores, ou mais atualmente por mensagens no rádio e agora por meio de comentários das notícias veiculadas na internet ou nas próprias páginas eletrônicas dos órgãos. O resultado disso é o deslocamento da responsabilidade para solução de problemas da cidade, do poder público para a imprensa. Muitos cidadãos acabam por recorrer à mídia em busca de solução para problemas que na verdade quem poderá resolver é a prefeitura, governo do estado, etc. Daí muitas vezes advém o noticiário de “cidades” pautado em reclamações da população.

Melo (1994) nos traz um levantamento da tipologia dos leitores que escrevem as cartas, descrito em estudo de 1979, e, a partir disso, podemos perceber que todas as cartas são conferidas, identificadas e avaliadas. Menos aquelas anônimas, que, segundo este autor, não merecem qualquer atenção. São assim classificados os leitores:

1) as autoridades – que procuram louvar ou retificar “determinadas informações ou conceitos publicados”; 2) os perfeccionistas – leitores que não deixam passar equívocos, erros ou omissões do jornal e exigem a necessária retificação; 3) os lesados – aqueles que, consideram-se prejudicados ou injustiçados pelas instituições, desabafam seu descontentamento através de denúncias, admoestações ou lamúrias; 4) os anônimos – pessoas que, “sem coragem de assumir posições, valem-se de mil subterfúgios para ver publicadas suas opiniões”. (MELO, 1994, p. 178).

Vemos então que os leitores podem ser classificados segundo os objetivos que querem alcançar com sua participação. Na proposta de classificação apresentada por Melo (1994) não percebemos a intenção de debate entre leitores, mesmo porque no período não havia a certeza de que o fosse possível. Já com as tecnologias digitais, além das opções apresentadas

poderíamos acrescentar o leitor debatedor que questiona a opinião de outros leitores que já se posicionaram.

A realidade da comunicação via internet modifica o relacionamento entre o produtor do conteúdo e o leitor. Hoje existe a possibilidade de se mandar uma carta ao editor, ao veículo e até mesmo ao jornalista responsável pelo texto. Mais do que se comunicar com quem é o responsável pela produção do conteúdo, os leitores podem conversar entre si para promover uma interação mútua e em tempo real (PRIMO, 2011). Na internet a modalidade carta do leitor, percebida como os comentários dos leitores nas matérias publicadas, muitas vezes foge da editorialização a qual era subordinada até então. Na internet é, inclusive, permitida e aceitável a participação sem a identificação real do interagente. Não apresentar seu nome verdadeiro não o desqualifica para a participação da discussão na esfera pública virtual da internet.

## 5 A PARTICIPAÇÃO DOS INTERNAUTAS NO UOL

Este capítulo apresenta a organização e a discussão dos dados coletados durante a pesquisa. A partir deles buscamos apontar o exercício de cidadania promovida com a interação nas matérias publicadas pelo Portal Universo On Line (UOL) sobre os protestos ocorridos no Brasil em junho de 2013.

A amostragem foi determinada após um primeiro levantamento das matérias que estavam sendo publicadas nos principais portais brasileiros – como Terra, Globo e Último Segundo, além do UOL, sobre os protestos. Buscamos saber quais e como os acontecimentos estavam sendo noticiados. Os manifestantes demonstraram nas ruas seu descontentamento sobre vários temas relevantes, como corrupção, política, economia, inobservância de direitos sociais e outros. Como não poderia deixar de ser, a imprensa – usando todas as plataformas, inclusive a internet – fez coberturas extensas após um primeiro momento de inércia.

A partir do trabalho de exploração da *web*, o portal escolhido foi o UOL para coletarmos a amostra deste trabalho, o qual já havia sido definido por Jorge (2013) como portal horizontal. A autora define os portais como centros de armazenamento e distribuição de tráfego para uma série de *sites* ou subsites, dentro e fora do domínio da empresa gestora, sendo caracterizados como horizontais aqueles destinados a um público não específico. Esta última característica foi importante para esta pesquisa, uma vez que não buscamos um perfil específico de internauta, mas sim a busca de um produtor de conteúdo que disponibilizasse, para todos os leitores, a ferramenta ‘comentário’ nos hipertextos das notícias.

Ainda sobre a escolha do portal UOL é importante mencionar que, de acordo com o expediente publicado na página do UOL<sup>6</sup>, ele é o principal portal de conteúdo do Brasil desde 1996, quando iniciou seus trabalhos. Alcança audiência superior a 34,3 milhões de visitantes únicos e mais de 4,9 bilhões de páginas vistas por mês. Além de suas próprias informações, contribuiu para a escolha a pesquisa de opinião pública ‘Democratização da Mídia’, publicada pela Fundação Perseu Abramo, em 16 de agosto de 2013<sup>7</sup>. No trabalho o UOL é apontado como o segundo portal mais acessado no Brasil. Acima dele estão: a rede social Facebook, o portal de pesquisa Google e o também portal horizontal Globo.

Como o portal é constituído por vários *sites* e subsites, foi preciso determinar qual o conteúdo publicado pelo UOL faria parte da análise. Recorremos novamente a Jorge (2013),

6 Expediente publicado no endereço: <<http://sobreuol.noticias.uol.com.br/>>. Acesso em: 17 jan. 2014.

7 O texto da pesquisa está disponível em: <<http://novo.fpabramo.org.br/content/fpa-lanca-pesquisa-sobre-democratizacao-da-midia-0>>. Acesso em: 20 ago. 2013.

que diferencia as notícias quanto ao conteúdo em duro e ameno (*hardnews* e *softnews*) e quanto ao tempo em que são liberadas ao público como: *hot news*, *breaking news* e outras. As *breaking news* são *hard news* que ocorreram há pouco. Jorge (2013) coloca nesta categoria as matérias publicadas na seção Últimas Notícias dos portais, que é onde se agrupam os hipertextos com as informações mais atuais e cujo conteúdo geralmente é disponibilizado em ordem de horário.

O UOL é uma empresa privada com fins econômicos que norteia sua atuação de acordo com seus interesses institucionais. De acordo com informações em sua página<sup>8</sup>, sua Central de Jornalismo possui mais de mil canais de jornalismo, as quais atraem sete em cada dez internautas brasileiros. Nela trabalham mais de 200 profissionais de imprensa, além de uma rede de mais de 400 parceiros, entre os quais estão: Folha de S. Paulo, Band, Discovery, ESPN, RedeTV e Jovem Pan. Os conteúdos noticiosos do UOL estão divididos em dez estações, dentre elas o UOL Notícias. Neste espaço estão agrupadas as *breaking news* e foi onde, no período das manifestações, foi disponibilizado um *link* específico para as notícias acerca do assunto, denominado ‘Protestos pelo Brasil’ (UNIVERSO ON LINE, 2013). As hipernotícias publicadas neste espaço contam com a ferramenta ‘comentário’ do webleitor e outras mais, sem as quais não seria possível a realização da pesquisa. Assim, o campo da pesquisa definido contém as hipermatérias publicadas neste *link* do UOL.

No mês de junho de 2013 foram publicadas 771 notícias sobre os protestos no *link* ‘Protestos pelo Brasil’ do UOL. Devido à impossibilidade de tempo de se trabalhar com todas as notícias, foram escolhidos, para análise nesta pesquisa, os 50 textos mais comentados. Os comentários destes textos somaram mais de 28 mil interações. A seleção da amostragem passou ainda por uma segunda etapa, na qual dois filtros foram determinados. Só entraram na amostra textos de redação do próprio UOL e, destes, os 20 primeiros comentários publicados. Assim, o *corpus* da pesquisa é composto por 50 textos de autoria do UOL e mil comentários publicados pelos leitores destas notícias.

A primeira análise pela qual passaram os hipertextos foi para se aferir se o tema discutido e a forma como foram discutidos poderiam ser enquadrados como congruentes com o esperado para o debate de idéias no espaço público. Portanto, aplicamos os critérios já estudados anteriormente: a) se a temática é de caráter público ou privado, devendo obrigatoriamente ser público; b) se há o reconhecimento do interlocutor; c) a existência de igualdade de condições de participação, d) o respeito a regras.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://sobreuol.noticias.uol.com.br/>>. Acesso em: 21 jul. 2015.

Sem dúvida a temática dos textos, as manifestações de junho de 2013, atende ao primeiro critério sendo de interesse público. As manifestações alteraram a rotina de inúmeras pessoas em diversas cidades do país. Aqueles que não tiveram suas vidas alteradas ficaram ansiosos por saber quais seriam o resultado de toda movimentação. Assim, definitivamente, o tema manifestações que permeou toda a amostragem era de interesse público.

Sobre o segundo critério, o reconhecimento dos interlocutores, afirmamos que o UOL reconhece que possui interlocutores e que a eles deve ser dada a oportunidade de fala, uma vez que promove a interação. Nos hipertextos dos conteúdos os internautas encontram várias formas de interação. O leitor pode compartilhar a notícia nas mídias sociais, como Facebook, Twitter e Google+, ou ainda enviar o *link* da matéria por meio de mensagem de texto para o *e-mail* de uma terceira pessoa. Pode também enviar uma mensagem para a redação usando a ferramenta ‘comunicação de erro’ e participar de enquetes sobre o tema da notícia.

Quanto ao terceiro critério, não é possível garantir que o internauta tenha igualdade de oportunidade, uma vez que mesmo tendo a sua disposição uma variedade de ferramentas, a ele não é dado o mesmo espaço que possui o veículo. Tendo em vista que o UOL é uma empresa privada direcionada ao lucro, não era de se esperar uma postura diferente. Aqui faz-se necessária mais uma observação quanto aos segundo e terceiro critérios. Apesar de dar oportunidades para que o internauta participe o UOL não o faz em igualdade com seu próprio espaço e também não promove um diálogo com o internauta.

Dessa forma passamos ao último critério, o respeito às regras. A todas as formas de interação já mencionadas soma-se o campo de comentários no qual o internauta pode deixar suas impressões sobre o que leu. Para tanto ele precisa se cadastrar e concordar com os termos propostos pelo portal. Quais sejam:

O UOL não se responsabiliza pelo conteúdo, opiniões e comentários dos frequentadores de nenhum blog/fotoblog. O conteúdo publicado por assinantes ou visitantes nos produtos interativos não é revisado pelo UOL. O UOL se reserva o direito de, a seu próprio critério, armazenar as informações de usuários que se conectarem ao sistema de comentários, como forma de viabilizar eventuais identificações que se façam necessárias. (UNIVERSO ON LINE, 2015).

Pode-se perceber pelos termos que não há mediação dos comentários por parte do UOL. Mesmo se reservando o direito de armazenar as mensagens publicadas, não há provas de que as utilize ou que elas influenciem na sua produção jornalística. Chama atenção a quinta matéria mais comentada da amostragem “Na sua opinião, qual deve ser o principal tema dos

próximos protestos populares no Brasil?”. Apesar de fazer a pergunta e receber 1.082 respostas, o portal não se preocupa em avaliar em dar continuidade ao processo comunicacional. Mesmo com a fragilidade quanto as regras propostas por Habermas (1984), ainda assim entendemos o espaço do hipertexto do UOL como uma tela para o espaço público, pela força do poder de agendamento da imprensa e também devido a promoção da interação entre internautas, principalmente, no campo de comentários.

Podemos ainda avaliar na produção jornalística o espaço destinado a participação dos manifestantes no texto, ou seja as fontes utilizadas pelos produtores de conteúdo. São elas todos aqueles que fornecem ao jornalista as várias informações que ele utiliza, que são uma subjetiva interpretação de um fato; ou seja, nem tudo o que se colhe é a verdade absoluta e acabam por expressar uma versão e contribuir para certa construção de sentido. As fontes sempre apresentam ao jornalista suas visões, ou verões, sobre determinado acontecimento (PENA,2005). Portanto na escolha do uso de determinada fonte para construção de seu texto, o produtor escolhe também a versão a qual dará publicidade. Ressaltamos que aqui nos referimos as fontes que aparecem ostensivamente no texto.

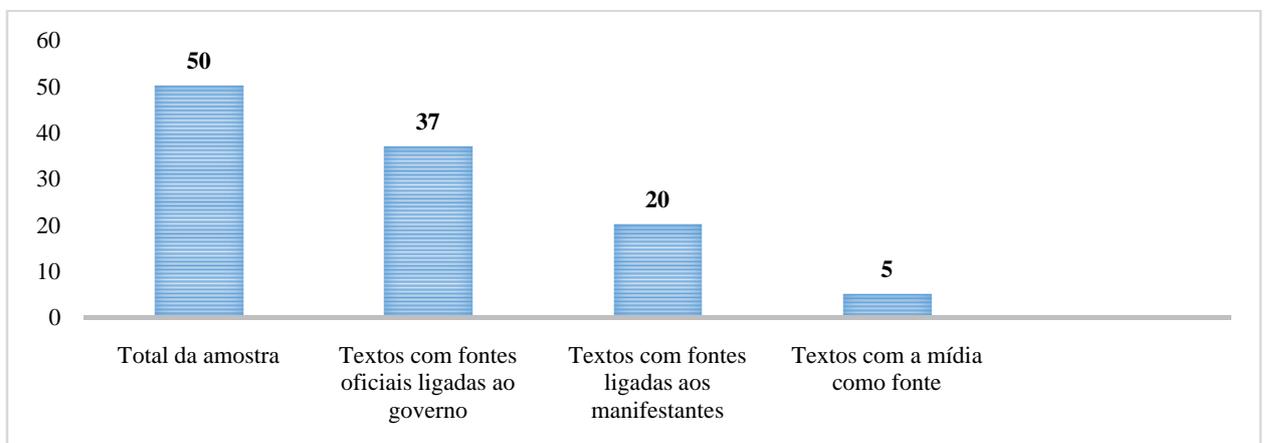
Dentre os 50 textos analisados 74% se utilizam de fontes oficiais governamentais, ou seja aqueles que tem ligação direta com o poder institucionalizado e legitimidade para falar por eles. Destes 51% se utilizam apenas de fontes oficiais e mais nenhuma outra na construção do texto. Dentre as fontes oficiais nominadas estão A presidente Dilma Rousseff, os ministros da saúde, da segurança, dos transportes, e da fazenda no âmbito nacional. No âmbito estadual percebe-se o maior número de fontes de São Paulo, o governador Geraldo Alckmin, e o prefeito da capital Fernando Haddad, secretário municipal de transportes, porém há encontramos também o prefeito do Rio de Janeiro Eduardo Paes, bem como o secretário de cultura e o diretor do Teatro Municipal. Dentre as fontes que exercem cargos majoritários no poder executivo estão também o prefeito de Belo Horizonte e o governador do Distrito Federal. O executivo é citado como prestador de informações e nominado também como Planalto, Secretaria de Segurança Pública, Assessoria do Governador. Também são muitas as fontes no âmbito do poder judiciário, que nem sempre são personificados no texto, como no caso da delegada e do Tenente Coronel ouvidos em mais de uma matéria. Em várias das matérias que pode-se perceber ostensivamente o uso de fontes ligadas ao poder judiciário elas são mencionadas como PM – polícia militar, polícia, polícia civil. Representantes do legislativo também estão no grupo de fontes oficiais encontrados nos textos são deputados federais que tem seus nomes citados assim como presidente da Câmara dos Deputados.

Outras fontes também são usadas na produção jornalística, como o Movimento Passe Livre - MPL, que está em 26% do total de textos da amostra. Manifestantes e outros cidadãos também aparecem nos textos, mas em escala bem menor, em apenas 14% dos textos da amostra. Juntos todas as fontes ligadas aos manifestantes estão em 40% dos textos. Chama a atenção que o MPL denominado com entidade e seus representantes também tem seus nomes expressos. Já os manifestantes nem sempre, mesmo quando são fontes ostensivas, tem seus nomes revelados. O que demonstra uma generalização, ou mesmo um registro da falta de importância que um manifestante pode ter no meio de tantos em um protesto. Fica claro que para o jornalista, um manifestante é igual a todos os demais. A não ser que o caso concreto da fonte sirva como gancho para que mais leitores se identifique com sua história ou que o valor-notícia preponderante no texto seja o interesse humano. Nesses casos os nomes dos cidadãos são mencionados e geram uma dramatização que busca dar um efeito de realidade maior às suas afirmações.

"Além de trabalhar como cuidadora 26 dias por mês, ainda chego em casa e preciso fazer bordados e crochê em panos de prato para complementar a renda", afirmou Humbertina Lima da Silva, 47, nesta quarta-feira (12), na praça da Sé, região central da capital, onde ontem ocorreu um **enfrentamento entre a polícia e manifestantes** que pediam a redução das tarifas. (Texto 26)

Esse é um dos exemplos que podemos avaliar o uso de uma fonte fora de rotina usada para dar mais veracidade e dramaticidade ao texto. Na mesma produção, outras três fontes são utilizadas com a mesma função. Mesmo assim, nesta amostragem apenas 8% são baseados apenas em fontes não oficiais e sem ligação com o governo. Esses dados podem estar visualmente expostos no GRÁFICO 1.

GRÁFICO 1 - Fontes utilizadas ostensivamente nos textos



Fonte: Elaborado pela autora.

O último dado interessante relativo ao uso de fontes neste estudo é em 10% dos textos profissionais da imprensa ou outros veículos de imprensa aparecem como fontes nominadas nos textos. Isso prova que há uma metacomunicação que comprova a teoria do newsmaking de que os jornalistas levam em conta mais seus próprios colegas do que seu público em sua produção. O que podemos afirmar então é que o UOL reconhece os manifestantes como partes da realidade em conflito representadas em seus textos, mas não tem a preocupação de dar-lhe espaço equivalente ao que dispõe para as fontes oficiais. Assim, percebemos que há uma hierarquização das fontes no texto jornalístico, o que é contrário ao proposto por Habermas (1984) para um debate racional, proveitoso, na esfera pública.

Pela análise das matérias vemos que a cobertura jornalística expressa nesta amostragem é baseada principalmente na violência e nas informações oficiais sobre os protestos. Poucos são os textos que buscam o lado das pessoas que participam, uma vez que em 60% dos textos usam fontes ligadas à segurança pública, como secretarias de segurança pública, polícia militar, polícia civil, ministro da justiça, e ocorre também de fontes oficiais ligadas ao executivo darem informações ou comentarem sobre os atos de violência por parte tanto dos manifestantes quanto da força policial.

Passamos agora para análise das ferramentas de interação disponibilizadas pelo produtor. De acordo com os pressupostos de Peruzzo (1998), a interação promovida pelo UOL pode ser classificada na modalidade participação controlada. Ou seja, o internauta participa na medida em que o veículo propicia um espaço determinado de manifestação. O UOL o faz de diversas formas. Em pelo menos uma delas, as enquetes, a participação é tão controlada que pode ocorrer manipulação, uma vez que todas as respostas são apresentadas prontas para o interagente. Entretanto, nas demais formas, apesar de controladas, elas dão ensejo a uma interação mútua, no sentido de que há uma negociação de sentidos na reelaboração seguida da manifestação livre do leitor (PRIMO, 2011).

Outra gradação apontada por Peruzzo (1998), essa específica para participação na mídia, diz respeito ao nível em que ela se dá, sendo estes os possíveis: nas mensagens, na produção das mensagens e outros conteúdos, no planejamento dos meios e na gestão dos meios. Para Guareschi (2013) a participação verdadeira e mais democrática seria no nível de planejamento, por esse interferir em todos os demais processos. Entretanto, sabemos que nas mídias tradicionais poucas são as chances de um leitor interferir no planejamento, muito menos de essa interferência ser do tipo participação-poder ou poder compartilhado. Então, a

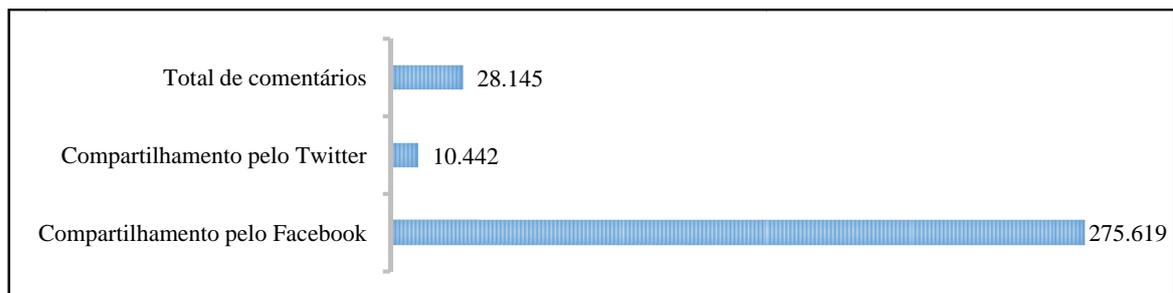
participação do internauta no UOL se dá no nível da produção de mensagens, mas não em todas as atividades propostas por Peruzzo (1998) para a comunicação popular participativa.

No UOL percebemos um interesse grande em fazer com que o internauta participe, dada a quantidade de ferramentas disponibilizadas. Algumas dão ao leitor a oportunidade de interferir mais na criação de sentido do que outras. Começamos a análise dos dados pelas ferramentas que interferem menos no hipertexto do veículo, as de compartilhamento em mídias sociais, como Facebook, Twitter e Google+.

No capítulo dois discutimos a diferença entre interatividade e interação. O que podemos avaliar, com os dados coletados nas páginas de notícias da amostra, é o resultado numérico promovido pela interatividade das ferramentas de compartilhamento. O portal possibilita verificar a quantidade de compartilhamento nas duas primeiras ferramentas. Mesmo assim, os dados que pudemos aferir são importantes.

Percebemos, conforme se vê nos dados apresentados no GRÁFICO 2, que a quantidade de compartilhamentos via Facebook é muito grande, bem maior do que a do Twitter. A explicação disto pode estar no fato de esta ser uma das mídias sociais que mais tem crescido no Brasil nos últimos anos.

GRÁFICO 2 - Total de compartilhamentos em mídias sociais em comparação com o total de comentários



Fonte: Elaborado pela autora.

Segundo dados do vice-presidente do Facebook na América Latina, Alexandre Hohagen, o Brasil contava, em 2013, com 67 milhões de usuários (QUAINO, 2013). O Twitter não divulga números exatos sobre sua participação no mercado brasileiro, entretanto, seu diretor-geral no Brasil, Guilherme Ribenboim, afirmou, em entrevista, que o público brasileiro está entre os cinco maiores no microblog (GOMES, 2014). Informações do *site* TechTudo dão conta de que a plataforma possui mais de 214 milhões de usuários ativos (SOUZA, 2014).

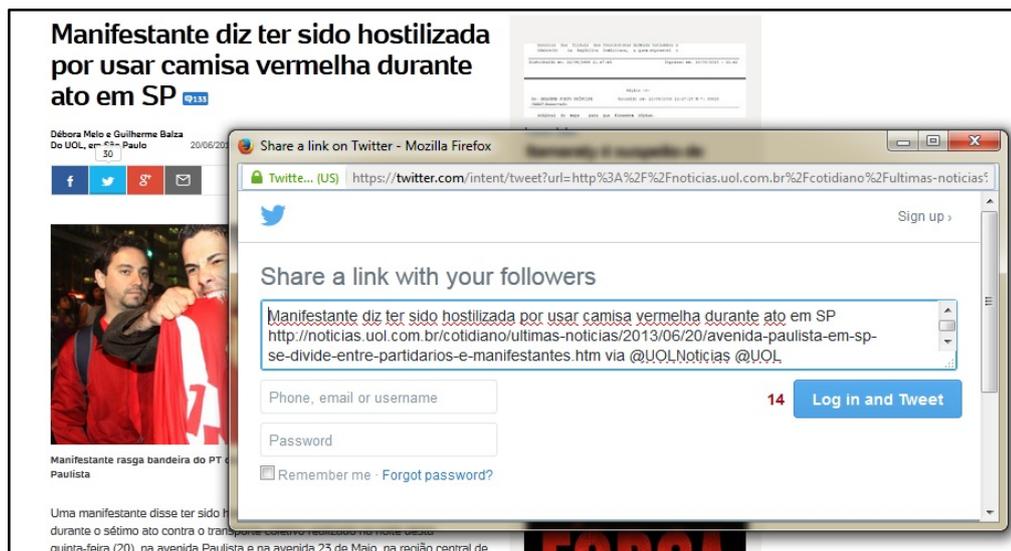
Ambas as ferramentas de compartilhamento são fáceis de usar e não requerem que o internauta elabore um texto, como se pode ver nas FIGURAS 1 e 2. Os internautas podem adicionar seus comentários ao texto, mas não são obrigados.

FIGURA 1 - Compartilhamento via Facebook



Fonte: Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/avenida-paulista-em-sp-se-divide-entre-partidarios-e-manifestantes.htm>>. Acesso em: 10/7/2015.

FIGURA 2 - Compartilhamento via Twitter



Fonte: Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/avenida-paulista-em-sp-se-divide-entre-partidarios-e-manifestantes.htm>>. Acesso em: 10/7/2015.

O compartilhamento pelas mídias sociais é importante, uma vez que promove a recirculação jornalística e contribui para propagar ainda mais o acontecimento jornalístico

(ZAGO, 2013). E com ele o produtor do conteúdo também, uma vez que não é o texto que é compartilhado, mas sim o *link* para o texto original.

Os comentários são expressivamente menos numerosos do que os compartilhamentos, porém, é a partir deles que se pode ter um real entendimento da interação dos leitores com a mídia e com os conteúdos publicados. A relação estabelecida por meio dos comentários é visto por nós como a oportunidade mais nítida de que por meio desta ferramenta se constrói uma interação mútua. Apesar de ser um espaço controlado, só o é no sentido de ter o espaço disponibilizado pelo veículo, mas nas regras de uso o UOL deixa claro que não há mediação do conteúdo. Assim, há a possibilidade de se estabelecer uma interação mútua que permite o diálogo entre os interagentes, e daí pode se ter a emergência de uma inteligência coletiva.

Antes de analisar os dados qualitativos da interação é preciso entender o ambiente em que ela se dá. Desta forma, chegamos a uma discussão importante neste estudo. Qual o motivo de o UOL disponibilizar ferramentas de interatividade aos seus leitores. Uma vez que os editores não revisam os textos publicados nos comentários, podemos inferir que também não buscam, nas mídias sociais, os perfis que compartilham os *links* para seus textos. Tendemos a concordar com Vaz (2013) e com Alves Filho (2011) quando estes dizem que essas ferramentas têm, como objetivo maior, o *marketing* dos produtores de conteúdo, não a democratização da informação e dos meios.

A análise numérica das ferramentas de interação nos permite analisar também o perfil dos textos mais compartilhados. Por eles conseguimos saber qual a aderência dos internautas a determinados temas. Mas, para tanto, primeiro tivemos que avaliar os textos jornalísticos aos quais esses compartilhamentos diziam respeito.

Os textos jornalísticos da amostragem foram categorizados de acordo com o valor-notícia preponderante no texto. Para determinar quais seriam os códigos desta categoria, primeiro foi realizada a análise de conteúdo para se descobrir quais substantivos aparecem com mais frequência no texto. As palavras que grafadas em tamanho maior na nuvem de palavras (FIGURA 3) são as que aparecem mais vezes nos textos. Não há avaliação de valor – positivo, negativo ou neutro.

Podemos perceber em destaque as palavras manifestantes, pessoas, PM (polícia militar), protestos, polícia, aumento e tarifa. Isto leva a crer que a cobertura deu bastante importância aos manifestantes e também ao aumento de tarifas. Já as palavras polícia e PM deixam perceber que houve a intervenção da força policial durante os protestos, e que este fato é importante para a cobertura jornalística. Também aparecem em destaque as palavras



relativos a pessoas notórias e/ou seus depoimentos. Em sua maioria, usam fontes oficiais na qual baseiam a credibilidade do fato enunciado. Bahia (1990) afirma que grande parte da credibilidade de um jornalista ou de um veículo repousa no uso que ele faz das suas fontes na elaboração das notícias. Precisamos aqui lembrar que o uso de fontes oficiais e basear os textos em valor-notícia de notoriedade faz com que seja patente o papel de agente de manutenção do *status quo*, ou seja, de reprodução das ideias das elites dominantes.

O código 'violência' aglutina as matérias feitas com base em aspectos violentos das manifestações, sejam eles por parte da polícia ou por parte dos manifestantes. Aqui colocamos a violência como um código à parte de poder, mesmo com a afirmação de Arendt (1985) de que nenhum poder é maior do que aquele que provém do cano de uma arma. Assim o fazemos, pois, segundo a mesma autora, o poder que emana das instituições políticas pode se deteriorar caso não tenha o apoio popular, e o uso da força é na maior parte das vezes o último instrumento para tentar manter um poder que já não possui legitimidade (ARENDR, 1985). Assim, a violência na cobertura jornalística, neste caso, pode demonstrar tanto o desgosto dos manifestantes com relação às instituições políticas (poder) quanto o desespero dessas mesmas instituições para manter o poder.

As matérias classificadas como 'impacto' são aquelas publicadas principalmente pelo grau de significação, proximidade geográfica e potencial de evolução. Podemos afirmar que elas atendem ainda a um requisito particular para o jornalismo na internet: contêm informações precípeis, com prazo de validade muito curto. Estas informações são publicadas na correnteza da internet com a certeza de que em pouco tempo serão superadas. Com as novas tecnologias digitais, textos como esses, que relatam ações muito próximas e praticamente sem interpretação, são aceitáveis. Eles dão ensejo ainda à redação de mais textos, acompanhando o desenrolar dos fatos – o que atende ao senso comum dos veículos de comunicação que atuam na internet de que quanto mais conteúdos publicados melhor.

Entretanto, a quantidade de matérias publicadas não está realmente relacionada à qualidade dos textos ou da informação disponibilizada. Os veículos seguem, com isso, o entendimento de que os consumidores querem cada vez mais conteúdos em vez de informação ou conhecimento. Entretanto, a realidade é que os consumidores não leem mais do que poucas linhas de cada texto, ou seja, não passam mais do que poucos segundos em cada tela. Isto torna mais importante ainda a pesquisa sobre a relação entre o que é noticiado e o que é comentado. Ao comentar o leitor tem que dedicar mais de seu tempo a um mesmo tema ou texto.

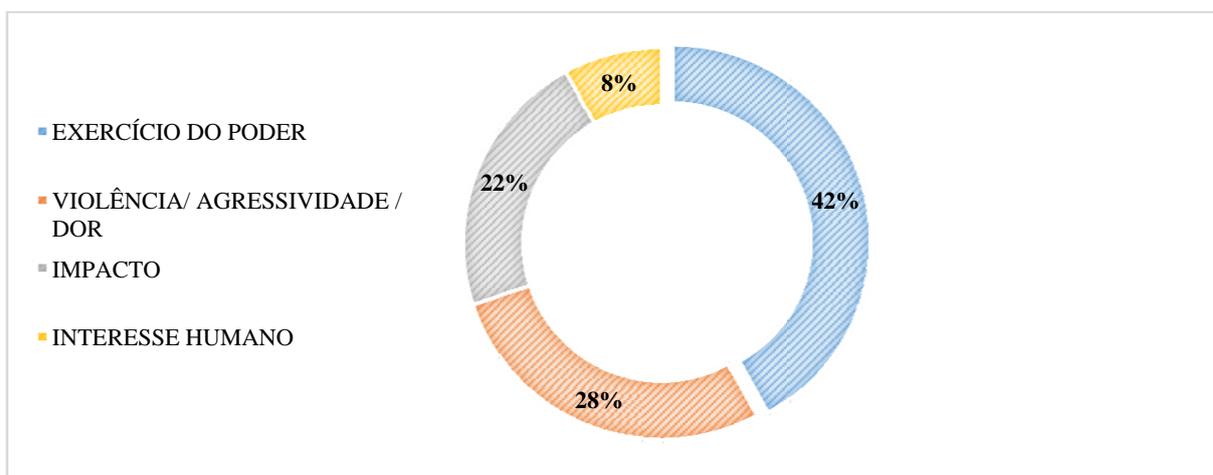
O último código da categoria é o ‘interesse humano’. Este é um valor-notícia comum e já relatado por vários autores. Erbolato (202) entende como interesse humano as matérias que falam do próprio homem que participa dos acontecimentos. Esta técnica vale para a definição do que é noticiável para que o leitor se identifique não só com a história, mas também com o veículo que a publica.

Normalmente textos baseados no interesse humano são escritos com base em fontes fora de rotina e diretas. Ouve-se o maior número possível de envolvidos e/ou se relata depoimentos com declarações sentimentais e/ou surpreendentes. Servem aos propósitos do jornal, porém, pouco tem de interesse público, ou seja, tem pouca valia para a vida do leitor cidadão, pouco pode auxiliá-lo das decisões que deve tomar sobre os fatos de sua vida diária pessoal e pública. A não ser que sirvam como exemplo de comportamento ou forma de pensar. Entretanto, deve-se ficar atento ao fato de que, como toda cobertura noticiosa, ela faz parte da construção diária que os veículos fazem da realidade. De acordo com Schudson (2003), as notícias não são espelho da realidade, são representações, e como toda representação, é seletiva. Assim, podemos afirmar que o UOL, ao escolher as histórias pessoais determina qual a representação deseja transmitir para seus leitores.

Percebemos, na cobertura do UOL, uma característica incomum para o jornalismo na internet. Eles usam textos extremamente longos. E vários textos são compostos por parte de outros textos já publicados anteriormente. O leitor provavelmente não lê o texto completo, por isso há autores que defendem técnicas de redação próprias para a publicação em hipertexto, que levam em conta as características dos ambientes virtuais e seu público (CANAVILHAS, 2014).

Vejamos no GRÁFICO 3 como ficou a classificação dos textos jornalísticos analisados de acordo com os códigos para noticiabilidade a partir de seu evento gerador.

GRÁFICO 3 - Evento deflagrador da notícia



Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre as matérias mais comentadas, que são as que compõem o *corpus* desta pesquisa, 21 textos (42%) têm como fator preponderante o ‘exercício de poder’. Dentre os textos neste código estão, por exemplo: ‘MPL anuncia que não vai convocar novas manifestações ‘no momento’; ‘Haddad sinaliza redução da tarifa em SP’; ‘Secretário propõe imposto sobre a gasolina da bomba 1854’; ‘Dilma quer plebiscito que autorize Constituinte para reforma política’; e ‘Dilma diz que receberá líderes de protestos e propõe pacto para melhorar transporte, educação e saúde’.

A primeira matéria pode ser colocada como exercício de poder, pois é redigida a partir de declarações do Movimento Passe Livre, o qual se intitulava organizador das manifestações e que assumiu o papel de articulador das demandas da população frente ao governo e a mídia. Os demais textos trazem a marca do poder nas figuras da presidente Dilma e do prefeito de São Paulo no período, Fernando Haddad. Ambos, Dilma e Haddad, são figuras de poder legitimadas pelo voto, tornados, portanto, representantes de instituições políticas. “Todas as instituições políticas são manifestações do poder”, afirma Arendt (1985, p. 22).

O que vemos aqui na cobertura noticiosa do UOL, representada pelas amostragem, é que 28% dos textos são redigidos com base na violência das manifestações, seja ela por parte dos manifestantes ou por parte do Estado, lá representado pela polícia. Aqui nos valem ainda das reflexões de Arendt (1985), que afirma que o poder não é propriedade de um indivíduo, mas de um grupo que existe se permanecer unido. Assim, a violência por parte da polícia é um instrumento de poder para tentar, em última instância, manter a autoridade do Estado, que é o reconhecimento da legitimidade sem a necessidade de coerção ou persuasão.

Ao se basear ou dar enfoque na violência, a mídia demonstra mais do que uma expressão do contrato de leitura entre imprensa e internauta – que quer ter as notícias mais recentes, mais relevantes sobre os protestos, verdadeiras. Este tipo de abordagem dos acontecimentos expressa a intenção da mídia em demonstrar que as instituições políticas, ou seus representantes ora legitimados, estão em decadência. O fato de as matérias sobre violência ou com enfoque na violência estar entre as mais comentadas demonstra que os internautas compartilham esta ideia, ou, ao menos, sentem-se compelidos a aderir a ela. O objetivo é o mesmo quando se enfoca a violência dos manifestantes, uma vez que ela demonstra o esgotamento da legitimidade do poder ou ainda promovem a deslegitimação do próprio protesto. Isto ocorre em matérias em que a violência por parte dos manifestantes é atribuída a ‘vândalos’.

Exemplos de textos que estão classificados no código ‘violência’ são: ‘Existe terror em SP: o dia em que PMs atiraram ante aplausos e pedidos de não violência’; ‘Após vandalismo, PM mineira anuncia ‘tolerância zero’; ‘PEC 37 é ignorada em BH’; ‘Homem que depredou prefeitura é identificado pela polícia e está sendo procurado’; e ‘Tropa de choque joga bomba e atira em direção a hospital que atende manifestantes no Rio’. Todas são matérias feitas enfocando algum caráter violento ou agressivo resultante dos protestos ou nos protestos.

Ainda de acordo com a análise dos eventos deflagradores das notícias, encontramos 22%, 11 textos, classificados no código ‘impacto’. São matérias como as seguintes: ‘Na sua opinião, qual deve ser o principal tema dos próximos protestos populares no Brasil?’, ‘Após passeata com 65 mil, São Paulo tem novo protesto hoje’, ‘Ao menos dez capitais e outras 23 cidades têm protestos hoje; PEC 37 domina a pauta’, e ‘Rodovias de acesso à cidade de SP e avenida Paulista são liberadas por manifestantes’. São textos que querem promover a aproximação com o leitor e passam informações de cunho mais prático, ou seja, servem como subsídio para a tomada de decisões práticas – por exemplo, como participar de uma manifestação, como escolher outro caminho ou como sugerir temas.

No código ‘interesse humano’ são poucas as matérias classificadas, apenas quatro: ‘Vi o policial mirar e atirar na minha cara, diz repórter ferida no olho’, ‘Aumento de R\$ 0,20 na passagem obriga paulistanos de baixa renda a pular refeições’, ‘Empresário que atropelou e matou em Ribeirão (SP) não será punido, diz uma das atropeladas’, e ‘Artigo: ‘Foi a população de SP que se levantou’, diz o Movimento Passe Livre’. Nestes textos estão as histórias pessoais dos personagens e suas impressões sobre os acontecimentos.

No APÊNDICE A está disponibilizado o quadro com a classificação de todas as matérias, bem como a quantidade de comentários e quantos compartilhamentos tiveram cada uma delas. Estes são os dados que passamos a discutir em seguida.

Tendo ciência sobre o que se noticiou na cobertura dos protestos de 2013, podemos então avaliar qualitativamente os compartilhamentos e comentários. Nesta etapa vamos analisar as dez matérias mais compartilhadas em cada mídia social.

Dentre as matérias mais compartilhadas no Facebook, o código ‘exercício do poder’ aparece em igualdade com ‘impacto’. O mais interessante aqui, além da quantidade imensa de compartilhamentos (185.900), é o aparecimento de uma matéria de ‘interesse humano’. Ou seja, dentre as pessoas que leram o texto, 33.600 viram a matéria em destaque com uma importância singular, considerando que ela merecia ser compartilhada (QUADRO 4). Ela é a segunda mais compartilhada, o que pode nos levar a crer que o internauta gosta de ver histórias mais próximas a ele sendo tema na mídia. Percebe-se pelos dados que nem sempre a matéria mais comentada é a mais compartilhada.

QUADRO 4 – Matérias mais compartilhadas no Facebook

<b>F*</b>	<b>T*</b>	<b>C*</b>	<b>TEXTO</b>
38 mil	1,1 mil	1.784	Dilma quer plebiscito que autorize Constituinte para reforma política
33,6 mil	645	432	Aumento de R\$ 0,20 na passagem obriga paulistanos de baixa renda a pular refeições
32,2 mil	570	1.854	Haddad sinaliza redução da tarifa em SP; secretário propõe imposto sobre a gasolina da bomba
30,6 mil	407	637	MPL ataca 'pauta conservadora' em protestos e se diz 'a favor' de partidos em ato
19,4 mil	682	315	Tropa de choque joga bomba e atira em direção a hospital que atende manifestantes no Rio
14,5mil	622	686	Militantes da CUT são agredidos e expulsos de protesto no Rio de Janeiro
8,8 mil	195	760	Manifestantes invadem Congresso Nacional, em Brasília; 2 são detidos, diz PM
8,8 mil	244	547	Em dia de maior mobilização, protestos levam mais de 1 milhão de pessoas às ruas no Brasil
8,4mil	1,1 mil	1.030	Protestos se espalham e reúnem mais de 250 mil; grupos invadem Congresso, sede do governo do Paraná e Alerj
8,1mil	471	877	Existe terror em SP: o dia em que PMs atiraram ante aplausos e pedidos de não violência
*F= Facebook T= Twitter C= Comentários			

Fonte: Elaborado pela autora.

No QUADRO 5 estão as dez matérias mais compartilhadas por meio do Twitter. A matéria mais compartilhada nesta rede social coincide com a matéria mais compartilhada por meio do Facebook. Porém, podemos ver que o número de compartilhamentos é expressivamente menor. Neste caso, é menor até mesmo que o número de comentários.

QUADRO 5 – Matérias mais compartilhadas no Twitter

F*	T*	C*	TEXTO
38 mil	1,1 mil	1.784	Dilma quer plebiscito que autorize Constituinte para reforma política
8,4 mil	1,1 mil	1.030	Protestos se espalham e reúnem mais de 250 mil; grupos invadem Congresso, sede do governo do Paraná e Alerj
19,4 mil	682	315	Tropa de choque joga bomba e atira em direção a hospital que atende manifestantes no Rio
33,6 mil	645	432	Aumento de R\$ 0,20 na passagem obriga paulistanos de baixa renda a pular refeições
14,5 mil	622	686	Militantes da CUT são agredidos e expulsos de protesto no Rio de Janeiro
32,2 mil	570	1.854	Haddad sinaliza redução da tarifa em SP; secretário propõe imposto sobre a gasolina da bomba
8,1 mil	471	877	Existe terror em SP: o dia em que PMs atiraram ante aplausos e pedidos de não violência
30,6 mil	407	637	MPL ataca 'pauta conservadora' em protestos e se diz 'a favor' de partidos em ato
3 mil	297	620	Após vandalismo, PM mineira anuncia "tolerância zero"; PEC 37 é ignorada em BH
1,3 mil	295	260	Grupo de manifestantes tenta invadir Palácio dos Bandeirantes, em SP
*F= Facebook T= Twitter C= Comentários			

Fonte: Elaborado pela autora.

Para efeito de comparação colocamos também, no QUADRO 6, as dez matérias mais comentadas. Elas são, em sua maioria, matérias baseadas ou no exercício do poder ou na violência. Outro fator importante que pode ser observado é que o número de comentários é sempre bem menor do que o de compartilhamentos, no total, e principalmente via Facebook.

QUADRO 6 – Matérias mais comentadas no período analisado

<b>F*</b>	<b>T*</b>	<b>C*</b>	<b>TEXTO</b>
3,6 mil	55	2.029	MPL anuncia que não vai convocar novas manifestações 'no momento'
32,2 mil	570	1.854	Haddad sinaliza redução da tarifa em SP; secretário propõe imposto sobre a gasolina da bomba
38 mil	1.1 mil	1.784	Dilma quer plebiscito que autorize Constituinte para reforma política
2,4 mil	101	1.517	Dilma diz que receberá líderes de protestos e propõe pacto para melhorar transporte, educação e saúde
393	16	1.082	Na sua opinião, qual deve ser o principal tema dos próximos protestos populares no Brasil?
8,4 mil	1.1 mil	1.030	Protestos se espalham e reúnem mais de 250 mil; grupos invadem Congresso, sede do governo do Paraná e Alerj
8,1 mil	471	877	Existe terror em SP: o dia em que PMs atiraram ante aplausos e pedidos de não violência
3,8 mil	106	769	Pegou mal para a polícia, diz Haddad, ressaltando que "PM é do Estado"
8,8 mil	195	760	Manifestantes invadem Congresso Nacional, em Brasília; 2 são detidos, diz PM
3,6 mil	152	691	Ato com 65 mil participantes fecha marginal Pinheiros, em SP, e chega ao Palácio dos Bandeirantes
*F= Facebook T= Twitter C= Comentários			

Fonte: Elaborado pela autora.

Os dados nos mostram que o Facebook é a ferramenta mais utilizada, mais até mesmo que a de publicação de comentários. Possivelmente o fato se dá pela facilidade propiciada pela ferramenta, uma vez que no compartilhamento não é preciso redigir coisa alguma; enquanto o comentário pressupõe um esforço para materializar o pensamento. Já no Twitter percebemos uma adesão bem menor, mesmo sendo uma mídia social que também não requer muita elaboração de conteúdo para compartilhar. No QUADRO 7 é possível ver todas as matérias que estão entre as dez mais comentadas e compartilhadas, o grupo é composto por 18 textos e nove não aparecem em mais de uma plataforma.

Ao observar atentamente o QUADRO 7 percebemos que apenas três textos aparecem em todas as plataformas, e, destas, duas têm como fato gerador enunciações vindas de representantes políticos; ou seja, estão classificadas no código 'exercício do poder'. No total das 18 matérias, a violência é o critério preponderante. A violência chama muita atenção dos leitores, principalmente daqueles que republicam as matérias nas redes sociais.

QUADRO 7 – Matérias mais comentadas no período analisado

F*	T*	C*	TEXTO
X	X	X	<b>Dilma quer plebiscito que autorize Constituinte para reforma política</b>
X	X		Aumento de R\$ 0,20 na passagem obriga paulistanos de baixa renda a pular refeições
X	X	X	<b>Haddad sinaliza redução da tarifa em SP; secretário propõe imposto sobre a gasolina da bomba</b>
X	X		MPL ataca 'pauta conservadora' em protestos e se diz 'a favor' de partidos em ato
X	X		Tropa de choque joga bomba e atira em direção a hospital que atende manifestantes no Rio
X	X		Militantes da CUT são agredidos e expulsos de protesto no Rio de Janeiro
X		X	Manifestantes invadem Congresso Nacional, em Brasília; 2 são detidos, diz PM
X			Em dia de maior mobilização, protestos levam mais de 1 milhão de pessoas às ruas no Brasil
X	X	X	<b>Protestos se espalham e reúnem mais de 250 mil; grupos invadem Congresso, sede do governo do Paraná e Alerj</b>
X		X	Existe terror em SP: o dia em que PMs atiraram ante aplausos e pedidos de não violência
	X		Existe terror em SP: o dia em que PMs atiraram ante aplausos e pedidos de não violência
	X		Após vandalismo, PM mineira anuncia "tolerância zero"; PEC 37 é ignorada em BH
	X		Grupo de manifestantes tenta invadir Palácio dos Bandeirantes, em SP
		X	MPL anuncia que não vai convocar novas manifestações 'no momento'
		X	Dilma diz que receberá líderes de protestos e propõe pacto para melhorar transporte, educação e saúde
		X	Na sua opinião, qual deve ser o principal tema dos próximos protestos populares no Brasil?
		X	Pegou mal para a polícia, diz Haddad, ressaltando que "PM é do Estado"
		X	Ato com 65 mil participantes fecha marginal Pinheiros, em SP, e chega ao Palácio dos Bandeirantes
*F= Facebook T= Twitter C= Comentários			

Fonte: Elaborado pela autora.

Após descobrir o que buscávamos sobre os textos jornalísticos e avaliar quantitativamente essas interações, debruçamos sobre os comentários publicados no hipertexto da amostragem, ou seja, os 50 textos mais comentados do período de julho de 2013.

A análise dos comentários teve início pelas regras de racionalidade de Habermas (1984). Percebemos que a maioria dos participantes segue as regras propostas, ou seja, há o reconhecimento do interlocutor, igualdade de condições de participação e o respeito às regras. Porém, sendo a temática tão polêmica há aqueles que ultrapassam os limites da racionalidade

e tentam desacreditar seu interlocutor como na resposta de Alino Anito Pedrosa, que diz: “É do PT. Explicado” e também no comentário seguinte de Brasileiro, apenas, “Sim, espero que goste também do atendimento do SUS, quando precisar”. Ambos estão respondendo a participação de Maskeranu que usa o espaço de comentários para parabenizar a presidente Dilma após um pronunciamento e diz: “PARABÉNS DILMA, EU GOSTEI DO QUE OUVI”. Maskeranu tem a sua legitimidade retirada pelos colegas comentadores apenas por ter uma opinião divergente da maioria, o que caracteriza uma violência contra o seu direito de se manifestar.

Quanto ao respeito às regras podemos colocar como exceção as mensagens que extrapolam ao tema tratado pontualmente e também na avaliação contextual. Como o comentário de ‘jr’: “Será que vão achar o BANANA DE PIJAMA?”. Ou mesmo o comentário de Nel44, que diz: “Se o Presidente do Brasil Blatter mandou tá mandado. Tolerância zero e pronto. FIFA terá partido e candidato nas próximas eleições? Assim podem legitimar seu poder nas urnas FORA”. Os comentários não condizem com a temática das matérias as quais estão relacionados, texto número 45 e 13, respectivamente (ver anexo A). Dentre tantos comentários analisados era de se esperar que houvesse aqueles que não atenderiam aos critérios de racionalidade. Porém, isto não desqualifica o debate promovido pela ferramenta de interação uma vez que em sua maioria eles conseguem passar pelos filtros.

Sendo assim devemos analisar ainda mais um aspecto dos comentários, as marcações linguísticas como, por exemplo, o uso do vocativo. Este pode ser visto como uma expressão da racionalidade uma vez que é mostra do reconhecimento do interlocutor. O uso do vocativo garante uma aproximação entre os interagentes e garante o tom a informalidade e afetividade. Esta marcação forma um ambiente de grupo entre os participantes. São expressões: Pessoal, Gente, ou o uso do nome da pessoa a quem se quer falar. Podemos ver os exemplos abaixo, retirados do grupo de comentários do texto 43 (ver anexo B).

Maysa Penna

Gente, só um apelo: o acesso a nove dos principais hospitais de São Paulo (inclusive o Hospital das Clínicas) dependem do tráfego da Avenida Paulista e arredores. Vamos pra Faria Lima, Berrini, Marginal, qualquer outro endereço e dar uma folga pra nossa avenida, por favor. Cidadania é responsabilidade social. O acesso à saúde agora está dependendo da nossa responsabilidade de cidadãos. Por favor, mudança de endereço é importante e urgente, há vidas dependendo disso!

Eu mesmo

Pessoal, estamos protestando com qual objetivo? Queremos que alguém saia? Quem? Queremos menos corrupcao? Vamos gritar para quem? Queremos ou nao queremos copa? Vamos lutar contra os absurdos dessa camara de deputados? Se

sim, como? Manifestar eh otimo, e contem comigo pois TUDO ESTA ERRADO...  
 agora qual eh o OBJETIVO No1?

Ambos participantes recorrem ao vocativo para chamar a atenção e simular maior conhecimento de seus interlocutores, que podem ser todos aqueles que acessam ao hipertexto. Inclusive usam a primeira pessoa do plural, ou seja, incluem-se nas ações com fins de demonstrar que participam do grupo.

A escolha de recursos de pontuação como a grande quantidade de exclamações e interrogações e expressões utilizadas principalmente na troca de mensagens de texto por telefone também marcam a informalidade das participações no campo dos comentários. Como exemplo, colocamos a participação de 'magdinhaaaaa': "talvez pq na concepção do Estado os "BANDIDOS" sejam " OUTROS" e não os que nos" ASSALTAM" (literalmente falando, oops digo escrevendo!)!!!! rrsrrsrs neh não??!".

Além do uso de exclamações e interrogações e ainda usa 'rsrrsrs', que significa uma risada, ou seja, ela usa o tom de humor característico da oralidade. Também se percebe o uso de palavras em caracteres maiúsculos que é tido na internet como uma expressão de exaltação.

É comum perceber das mensagens o uso da primeira pessoa. Assim, quem se manifesta se assume como sujeito de seu discurso. As marcas linguísticas que caracterizam esse efeito são os pronomes pessoais, as desinências dos verbos e também as marcas enunciativas presentes na escolha de palavras que denotam a subjetividade afetiva do remetente. Essas marcas podem ser avaliadas nos exemplos abaixo, principalmente nos termos sublinhados.

Paulo Campana

Certamente não é ter o PT como aliado ; pois o movimento se esvaziará  
 !!!!!

Concordo e acrescento: E depois ? Quem vai organizar tudo para discutir , punir responsáveis , decidir , agir ? Quem tem perfil para isso ? Em quem confiar para que de continuidade a esse movimento? O povo realmente sabe como cobrar e pedir novos rumos e será pra quem? Cuidado para não cairmos em um outro conto do vigário.

Alicio Verdão

Tudo tem limite, eu começo a sentir saudade do Presidente Emilio Garrastazu Médici.

Percebemos ainda que é comum o uso de advérbios de intensidade para destacar e dar ênfase nas manifestações opinativas.



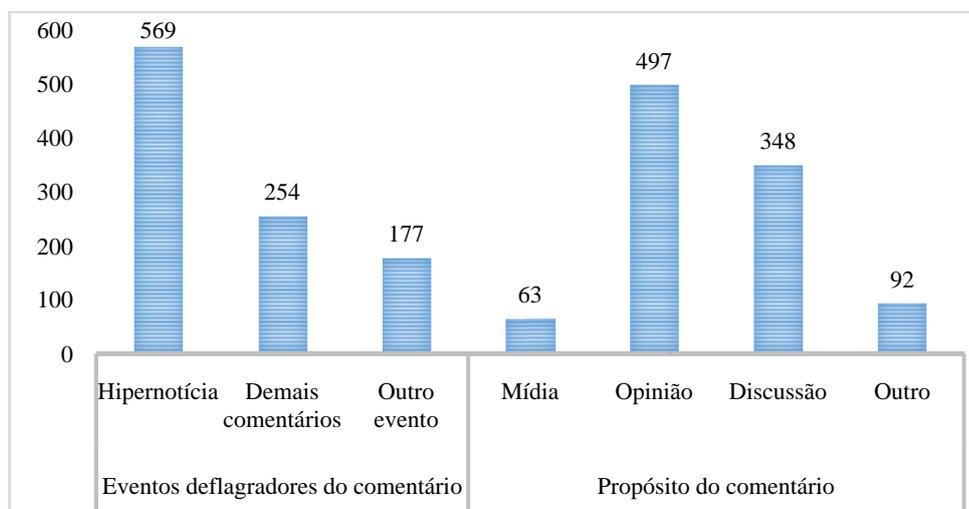
Outra palavra que aparece em destaque é políticos, ou seja, percebe-se uma preocupação com instâncias de poder e suas representações, pois aparecem também as palavras prefeito, partidos e democracia, a sigla do Partido dos Trabalhadores – além, é claro, da menção direta ao nome da presidente Dilma Roussef. Ainda aparecem, dentre as mais mencionadas, palavras como transporte, educação e saúde, o que auxiliou na criação das categorias de análise dos comentários. Neste grupo de palavras vemos algumas que não apareceram na representação relativa aos textos jornalísticos, ou tiveram destaque muito inferior, como Brasil.

Os textos produzidos pelos leitores foram analisados também por meio de análise de conteúdo, assim como as matérias jornalísticas. Após análise da nuvem e com o respaldo teórico da participação, delimitamos duas categorias: ‘evento deflagrador’ (causa) e ‘propósito do comentário’ (objetivo). A nomenclatura ‘evento deflagrador’ vem das pesquisas de Alves Filho (2011), que estuda os gêneros jornalísticos. Em seu trabalho ele coloca a carta do leitor como um gênero de responsabilidade dos leitores. Para ele, “[...] com a mídia eletrônica o leitor é convidado a participar mais intensamente do processo de comunicação.” (ALVES FILHO, 2011, p. 128).

Na primeira categoria, ‘eventos deflagradores do comentário’, buscamos verificar o que levou o eleitor a querer dedicar parte do seu tempo a escrever um comentário. Temos três códigos: ‘hipernotícia’, ‘demais comentários’, ‘outro evento1. Em ‘hipernotícia’ estão agrupados os comentários nos quais está claro que foram motivados pela leitura do texto ou de demais elementos do hipertexto produzidos e publicados pelo UOL. No código ‘demais comentários’ agrupamos as participações motivadas pela leitura de outros comentários, ou seja, esses comentários são a expressão do diálogo direto entre participantes.

É importante ressaltar que a ferramenta de comentários do UOL permite que o usuário responda diretamente um comentário específico, mas há casos em que o leitor não usa a ferramenta de resposta e mesmo assim se remete a um leitor em específico. Os comentários que não têm conexão direta com o texto ou com outro comentário foram agrupados no código ‘outros’. Normalmente os comentários deste código fazem referência ao contexto da cobertura jornalística, ou contêm chamamentos para participar de outros atos no período. O resultado quantitativo das duas categorias propostas para os comentários estão no GRÁFICO 4.

GRÁFICO 4 - Resultados numéricos da análise de conteúdo dos comentários



Fonte: Elaborado pela autora.

Como exemplo para categoria ‘eventos deflagradores dos comentários’ utilizamos as interações dos internautas no hipertexto da notícia 4 – ‘Dilma diz que receberá líderes de protestos e propõe pacto para melhorar transporte, educação e saúde’ (veja APÊNDICE A). Esta matéria traz o relato sobre o pronunciamento da presidente em 21 de junho de 2013. Naquele momento ela afirmou que chamaria para conversar prefeitos e governadores para discutir um pacto com foco em mobilidade urbana, royalties do petróleo e saúde. Não há, no texto, qualquer menção aos líderes dos protestos como o título enfatiza. O próprio texto afirma que no início do pronunciamento a presidente comentou sobre os protestos e criticou a violência, entretanto, a matéria é trabalhada com informações sobre os pactos que a presidente queria propor. Os pactos e o discurso em si são respostas aos protestos que ocorriam no período.

Os comentários sobre a notícia trazem exemplos dos três códigos da categoria ‘evento deflagrador’. Sob o código ‘hipernotícia’ podemos colocar o seguinte comentário do usuário:

Roberval2: Em outras palavras: fingiu que não é com ela e jogou a culpa nos governadores e prefeitos. É o cinismo habitual do petismo.

Ou seja, o leitor leu e se posicionou sobre o que encontrou no texto; portanto, o texto e/ou seu conteúdo foi o motivador do comentário. É o mesmo caso quando os leitores remetem seus comentários a dados do texto para fazer seus posicionamentos sobre o conteúdo.

Marcelo Marcelo: Discurso vazio de Campanha.

Ainda o de Eu mesmo: Que fiasco e quanta baboseira... Dilma te cuida... IMPEACHMENT vem ai!

Percebemos, nesta mesma notícia, que o usuário Peneira Furada usa o espaço de comentário para requer mais informações e ações sobre temas que não foram abordados no discurso da fonte. Assim, o texto também é o deflagrador do comentário.

PENEIRA FURADA: “E A VIOLÊNCIA, DILMA??? E AS FROUXAS LEIS??? E A BANDIDAGEM??? E AS PENSÕES ARROCHADAS E ACHATADAS DO INSS??? E A EDUCAÇÃO??? E A LÁSTIMA DO SUS??? E AS ESTRADAS??? E OS ALTOS PEDAGIOS???”

A participação de Peneira Furada gerou ainda outros comentários que podem ser classificados no código ‘demais comentários’, como o da leitora SandraSueli, que usa a ferramenta de resposta ao comentário para dizer ao usuário Peneira Furada: “cobre do deputado que você votou”.

O participante Quero ver jogo também tem seu comentário motivado pela participação de Peneira Furada, mas não a apresenta como resposta, e sim complementa sua fala. Inclusive, dirige-se ao colega leitor de forma íntima, como se compartilhassem as mesmas ideias.

QUERO VER JOGO: desculpe amigo, mas quero acrescentar enquanto isso o excesso de partidos políticos só para confundir mais o eleitorado, precisamos de no máximo 3 partidos, assim eles políticos, não se elegem por um e depois muda para outro partido.

No texto da hipernotícia está mencionado que a presidente reafirmou a necessidade de existirem partidos políticos, entretanto o leitor não menciona o texto nem faz referência a ele. Provavelmente ele não viu a fala da presidente sobre o tema, já que ela estava ao fim do texto, que é longo. A fala dele toma como ponto de partida os questionamentos do comentário de Peneira Furada.

Outro comentário, também classificado no código ‘hipernotícia’, que gerou respostas, foi o do usuário Maskeranu. Ele congratula a presidente pelo pronunciamento.

Maskeranu: PARABÉNS DILMA, EU GOSTEI DO QUE OUVI.

Alino Anito Pedrosa: É do PT, Explicado.

Brasileiro, apenas: Sim, espero que goste também do atendimento do SUS, quando precisar.

Os comentaristas deixam claro suas opiniões sobre o texto, porém o que os motivou a se manifestar foi mesmo o comentário de Maskeranu.

No campo de comentários da matéria 22 (veja APÊNDICE A) – ‘Protesto contra aumento da tarifa de ônibus termina em confronto em São Paulo; 15 são detidos’ é possível encontrar a interação entre dois usuários com nomes parecidos e que não usam a ferramenta de resposta. Ambos colocam suas falas como comentários ao texto; porém, a segunda é um comentário motivado pelo comentário anterior, enquanto o primeiro se expressa em relação ao texto.

Lea BraMar: Eu concordo, mas será que não dá para atrapalhar a vida do prefeito que vocês votaram e não da cidade?

LealFlores: Pois é isso mesmo Lea BraMar, que culpa tem o shopping, as lojas, bancas de jornais, carros estacionados...? O prefeito pede ao governo, o governo manda a polícia e está, bem por último, acaba sendo a culpada... Que país!

No código ‘outros’, onde estão os comentários motivados por outros fatores, além do texto jornalístico e do comentário de outro leitor, podemos buscar exemplos como a participação do leitor Boing nos comentários da matéria 10 – ‘Ato com 65 mil participantes fecha marginal pinheiros, em SP, e chega ao Palácio dos Bandeirantes’ (veja APÊNDICE A).

Boing: Cambada de baderneiros, vagabundos. O comércio tem que fechar as portas mais cedo por causa desta turva.... quem vai pagar o prejuízo deles?

O texto não faz referência ao fechamento de ruas e lojas, apenas aos manifestantes. Porém, o leitor vê a oportunidade para trazer um elemento das manifestações que vem causando inconvenientes para ele, não só naquele momento, mas por todo o contexto dos protestos. Outro leitor encontra, no mesmo hipertexto, a oportunidade de falar sobre outro veículo de comunicação.

Carlão santo amaro: TV Record com seu programe-te sensacionalista nesse momento exibindo imagens da semana anterior, está querendo o que???? ... que os fatos se repitam..?? ora... vão fazer jornalismo sério ou passem o desenho do Pica-Pau.

Já Lebeau aproveita a ferramenta para descrever a manifestação que estava participando.

Lebeau: hurru isto aqui tá parecendo a praça taksim misturada com a tahir, vamo que vamo em paz. Fora bandeira ideológicas de partidos carolas fora daqui!!!!

Vemos, portanto, que os comentários podem surgir a partir de várias motivações, mas a principal que foi identificada foi mesmo a leitura do texto jornalístico. Isso comprova que a imprensa, de certa forma, dirige a discussão; faz o agendamento do que é discutido pelo leitor, mesmo que ele não tenha o mesmo posicionamento que o veículo. Mesmo quando os comentários são motivados por outros comentários, eles giram em torno da temática exposta nos textos. Os comentários que partem de interações com elementos exteriores aos textos constituem apenas 17,7% do total das unidades avaliadas.

Com a segunda categoria de análise dos comentários – ‘propósito do comentário’, buscamos aferir quais eram os propósitos principais para interação. A participação tem objetivos que vão além da simples expressão da opinião. Por meio de sua participação o leitor pode de fato exercer pressão em relação às mídias e discutir temas relevantes. A participação do leitor funciona como uma ferramenta para as pessoas exigirem seus direitos e para colocar em pauta temas que consideram importantes.

Segundo Alves Filho (2011), a participação do leitor por meio da carta – que é o que mais se assemelha ao comentário do leitor na internet, tem se transformado em um espaço de expressão pública de opinião e de pressão dos leitores em relação às mídias. Para ele, é uma ferramenta que pode ser usada pelos indivíduos para exigir seus direitos, ou seja, mover-se a favor do exercício de cidadania. Complementamos ainda que esta função aparece ainda mais forte nos comentários, já que, além de possuir as características das cartas dos leitores, tem o seu alcance potencializado pelo meio virtual. Os comentários também não sofrem uma pré-seleção e/ou edição, como a carta enviada à redação de um jornal ou revista sofreria.

Nesta categoria os códigos definidos expressam os propósitos comunicativos da interação do leitor com a mídia. Os quais são: recorrer às empresas jornalísticas para estas lhes servirem de porta-voz diante do poder público; participar ativamente do mundo por meio da expressão de opinião e discussão de assuntos da atualidade; fiscalizar e criticar os próprios jornais. Esses propósitos foram transformados neste estudo em quatro códigos, como apresentado anteriormente, no GRÁFICO 4 (p. 108): ‘opinião’; ‘discussão’, ‘mídia’ e ‘outro’.

O código que conta com o maior número de participações é o ‘opinião’: 49,7%. Aqui estão agrupadas as interações que expõem as opiniões do leitor sobre o que é noticiado. Já no código ‘discussão’, que conta com 34,8% das participações, além da opinião, o interagente coloca em pauta temas ligados aos direitos do cidadão. No código ‘mídia’ estão os comentários que se referem aos meios de comunicação em geral, não só ao UOL. O último

código, ‘outros’, agrega os textos de internautas que não se enquadraram nas categorias anteriores.

No código ‘opinião’ encontramos participações como a da leitora que usa o comentário para expressar seu apoio à atuação da Polícia Militar, no hipertexto da matéria 29 – ‘Em dia de maior repressão da PM, ato em SP termina com jornalistas feridos e mais de 240 detidos’ (veja APÊNDICE A).

Alva sardenha: Estive perto das manifestações, sou uma pessoa que paga meus impostos, e a PM não faz mais da obrigação em agir com dureza, eh só ver de perto para ver que boa parte são vândalos afim de bagunçar!

Pela expressão de sua opinião, outro leitor deixa transparecer até o que fará futuramente, enquanto uma leitora usa de expressões do discurso oral para manifestar sua incredulidade quanto à seriedade dos eventos retratados no texto jornalístico.

Ailton77: Se depender do meu voto, no próximo ano o governador perde o emprego no Palácio dos Bandeirantes!!!

Gabriela Amaral: esses protestos, viu...

O que vemos nesses excertos é que os leitores buscam sua exercer seu direito de expressão se colocando a favor ou contra os fatos noticiados e outros mais que participam do contexto. Podemos ver exemplos também nos comentários do texto 49, no qual os leitores rechaçam a participação de sindicalistas nos protestos.

Airsp sem: pior que estes altos impostos no Brasil, é estes carrapatos chamados sindicatos, que ganham sem fazer nada... achacando ainda mais o salário do trabalhador Brasileiro!

Josansan: sindicalistas ... políticos ... gente que se diz comunistas ... eu já vi coisas parecidas nos anos anteriores a 1964.

A ferramenta de interação comentários também oportuniza o diálogo entre os participantes que se manifestam sobre os comentários de outros leitores. Como nos exemplos a seguir.

mac29: Manifestação encomendada, PTralhas traidores da nação, comunistas bolcheviques, fora da nossa nação! Governador, mete o Choque neles e pronto, pau neles!!!Volta FHC, o único estadista de verdade desde a ditadura!!! São Paulo para paulista!!!!Fora PTralhas, a vergonha da nação!!!

EDSON X EDSON: MUITO BEM OBSERVADO!!!!CONCORDO!!!

thon2121: APOIADO!!!!

Narcio Baldi: oh vc tem que trabalhar até os 65 anos e pegar um salarinho miséria de pensão ficar recolhido na sua casinha graças a este estadista (me

faz rir) não vale nada, aliás na época dele quando todo mundo queria ser engenheiro, médico, físico nuclear, e outras áreas importantes o cara foi ser sociólogo, aonde a concorrência no vestibular tinha mais cadeiras do que aluno...e não sou petista não alias detesto estes dois partidos PT e PSDB os vagabundos de carteirinha.

Portanto há comentários que podem ser considerados respostas aos outros anteriormente postados. Isto caracteriza a interação entre os leitores e qualifica o espaço com uma plataforma para debate de ideias. Lembrando que existe a ferramenta de resposta ao comentário, mas se pode também responder em um novo post de comentário independente.

Já no código ‘discussão’ a opinião dos leitores vem também com reivindicações e temas para debate. Na maior parte deles os interagentes levantam bandeiras de defesa de direitos fundamentais e falam em nome da nação, não defendem apenas seus direitos individuais. Neste tipo de comentário é possível ver como as pessoas se sentem em relação às instituições políticas brasileiras. Principalmente nestas mensagens os autores participam da discussão social e deixam sua marca na construção dos acontecimentos noticiados.

O comentário de Blatatata no texto 46 – ‘Manifestantes voltam às ruas em Brasília e criticam pronunciamento de Dilma’ (veja APÊNDICE A), demonstra a preocupação com direitos e com as instituições políticas, que, em sua opinião, não satisfazem os brasileiros.

Blatatata: Pessoal. Não podemos perder nosso objetivo. Estamos insatisfeitos com esta situação. A corrupção impune, a sobrecarga de impostos, o custo de vida altíssimo, a decadência da polícia, da saúde pública e principalmente da educação. Devemos derrubar este governo juntamente com este congresso e fazer outra eleição onde nenhum destes atuais pudessem se candidatar. Vamos lutar para isso. Temos que exigir. Somos nós quem mandamos neste país.

O leitor menciona justamente direitos importantes para a dignidade da vida humana que estão sendo negligenciados pelo Estado, segundo sua participação e de tantos outros mais. Fica clara a sua descrença com a classe política, mas não com o sistema político, uma vez que acredita na força do voto para promover mudanças. Ou seja, ele percebe o voto como instrumento garantidor da cidadania, uma vez que é a sua forma de participação ativa nos rumos da sociedade. Para ele, então, a democracia é o caminho certo, errados são os atuais representantes eleitos.

Nos comentários do texto 31 – ‘Ato com 50 mil ocupa região central de SP; grupo tenta invadir prefeitura e começa quebra-quebra’ (veja APÊNDICE A), encontramos a participação de um internauta que coloca o que deve ser feito e como.

Cidadão BrasileiroSP: Vamos ver se agora o governo ACORDA e resolve fazer algo decente pela população. Reduzindo a maioria penal, melhorando a saúde sem criar mais impostos, melhorando a saúde sem criar mais impostos e melhorando o transporte sem criar mais impostos. É só acabar com o desvio de verbas públicas e com a corrupção neste país que se resolve. TEM QUE CRIAR VERGONHA NA CARA.

No código ‘discussão’ é onde encontramos as representações mais claras sobre o que os participantes assumem como importantes para a garantia da cidadania, ou de uma vida mais digna ao cidadão. Como podemos ver no comentário publicado na notícia mais comentada da amostra, texto 1 – ‘MPL anuncia que não vai convocar novas manifestações 'no momento’ (veja APÊNDICE A).

gpl2 Gente, não podemos protestar só por protestar, não podemos transformar os protestos em vandalismo senão vamos a perder tudo o que já foi feito. Também, temos que ter foco, então que tal defender ferrenhamente 5 pontos: 1 - Redução dos valores das passagens, que é o menor problema, pois é consequência de corrupção de licitações e dinheiro por baixo do pano; 2 - Corrupção - cobrar ações imediatas para devolução dos valores e cadeia para os culpados; 3 - Contra os gastos da copa e olimpíadas - exigir, pelo menos, que os mesmos valores que foram e que serão gastos com a copa e olimpíadas sejam investidos diretamente em saúde, educação e segurança. 4 – Contra a PEC37 5 – Não deixar que partidos políticos se infiltrem e usem nossa força de protesto. Acho que só assim os políticos vão "entender" e mostraremos que sabemos o que queremos.

Dentre os direitos mais mencionados, como sendo negligenciados pelo governo ou como importantes para o cidadão, estão saúde e educação, mas outros também fazem parte. Na lista constante no QUADRO 8 podemos verificar os direitos mais citados pelos internautas nos comentários.

QUADRO 8 - Expressões ligadas aos direitos mais mencionadas nos comentários

1	Saúde	10	Voto
2	Educação	11	Justiça
3	Segurança	12	Liberdade
4	Transporte	13	Infraestrutura
5	Direitos iguais	14	Cultura
6	Aposentadoria	15	Habitação
7	Patrimônio	16	Liberdade religiosa
8	Manifestação	17	Democracia
9	Dignidade		

Fonte: Elaborado pela autora.

O texto 15, ‘Haddad ‘corrige’ informação de ministra e diz que ‘reajuste de tarifas já foi feito com desoneração possível’ (veja APÊNDICE A), é focado no problema dos

transportes públicos e na tentativa do governo paulistano de esclarecer o quanto seria possível ou não conter o aumento das tarifas de ônibus e de metrô. Dentre os comentários no hipertexto da matéria, duas participações chamam mais a atenção.

cesar11111111: NÃO VAMOS PARAR POR 0,20...VAMOS CONTINUAR NOSSO PROTESTO CONTRA A FALTA DE CONDIÇÕES HUMANAS DE SOBREVIVENCIA COMO O TRANSPORTE, SAÚDE E EDUCAÇÃO...CHEGA DE VIOLENCIA .....CHEGA IMPUNIDADE.....FORA DILMA...FORA GOVERNANTES CORRUPTOS.

Darwinjunior: Este Sr., na verdade, não quer entender o óbvio. Imagine se o P\_T entenderá o que não interessa. O óbvio é que nós, cidadãos deste país, estamos fartos de sermos enganados e lesados por vocês, políticos. Vocês vivem para seus conchavos, corrupções e pela própria existência. O povo, que os elege, é logo esquecido no dia da posse e daí, é o que nós vemos todos os dias: faltam hospitais, faltam escolas, falta transporte em quantidade e qualidade, falta creches, faltam portos, aeroportos e rodovias decentes, falta segurança, sobram impostos, sobra elevado custo de vida, sobra corrupção, sobram estádios inúteis, sobra roubalheira, sobra conchavos, sobra podridão dos políticos. ESTAMOS FARTOS de vocês, políticos e governantes DESTA PAÍS!

As duas participações sintetizam o sentimento dos internautas. Ambos desejam que fique claro que os protestos não são apenas por causa do aumento nas passagens, mas sim por condições dignas de vida, que para eles se traduzem também em saúde e educação. Ou seja, para eles as instituições políticas e seus representantes não estão cumprindo seus papéis na garantia da cidadania. E eles se posicionam falando não apenas em seus nomes, mas em nome dos brasileiros.

O código ‘mídia’, na categoria ‘propósitos’, expressa nesta análise a vontade do leitor de participar da mídia ou, na maior parte das vezes, de fiscalizar e opinar sobre seu trabalho. Dentre os comentários da matéria 29 – ‘Em dia de maior repressão da PM, ato em SP termina com jornalistas feridos e mais de 240 detidos’ (veja APÊNDICE A) estão as intervenções de dois interagentes indignados com a cobertura do Portal UOL sobre os protestos.

Bruno888: UOL, imprensa suja! Comprada! Caiu totalmente no (pouco) conceito que tinha.

Rodrigo bico: Está dando nojo a tendenciosidade do UOL/FOLHA. A grande maioria dos manifestantes são “rebeldes sem causa”, filhinhos de papão e manipulados por partidos pseudo-socialistas. Representantes do passe livre são estudantes de direito e história da USP. Tente achar vários pobres que fazem direito na USP. Eu tenho um a proposta para eles: A USP começa a ser paga e esse dinheiro vai para o transporte público. Ou justiça social é um monte de filhos de papai ricos são fazerem faculdade de graça e ainda fazer protesto por 0,20 centavos? Ser socialista com dinheiro alheio é fácil! Podem dar o exemplo e dar a sua vaga em uma universidade grátis para um pobre que não possa pagar? Hã?

O papel fiscalizador dos comentários fica mais nítido no comentário de Lebeau: “Não mintam com relação aos números foi muito mais, que saco!!!”. Ele acusa o Portal UOL de mentir – no texto 6, ‘Protestos se espalham e reúnem mais de 250 mil; grupos invadem Congresso, sede do governo do Paraná e Alerj’ (veja APÊNDICE A) – quanto ao número de participantes. Esse caráter fiscalizador e de defesa do direito a ter a informação correta pode ser visto também em outra participação no mesmo hipertexto.

Alvinegro das Montanhas: Senhores desinformados do UOL, não limitem os protesto à tarifa de ônibus, leiam mais, se liguem nos acontecimentos ou apenas leiam os cartazes e constatarão os motivos.

Encontramos 63 comentários que mencionam a mídia no geral ou o próprio UOL, e/ou jornalistas. Destes, 48 têm uma abordagem negativa, apenas seis são positivos e nove não fazem juízo de valor quanto à atuação da mídia, como é o caso de Kaxangá, que diz: “As empresas jornalísticas deveriam informar seus jornalistas a como se portar em situações como essa”. Seu comentário fez parte do hipertexto na notícia 14 – ‘Vi o policial mirar e atirar na minha cara, diz repórter ferida no olho’ (veja APÊNDICE A), no qual a jornalista relata um cenário de campo de guerra durante manifestação em São Paulo, capital.

Os 63 comentários dentre os mil analisados podem parecer pouco numericamente, mas têm o seu significado. O dado mais importante aqui é que, dentre os que foram verificados, mais de 76% das participações são negativas. Isto demonstra que os leitores estão atentos ao seu papel de fiscalizador do trabalho da mídia e cobram seu direito à informação. Eles discutem, têm suas agendas influenciadas pela imprensa, mas exigem seus direitos de serem informados com correção.

Os internautas usam o espaço disponibilizado pelo UOL para falar também de outras mídias, para elogiar – mas principalmente para criticar.

JR Dee Jay: PEC37 significa roubo geral com blindagem anti-tudo. Precisamos evitar que esses ladrões aprovelem isso. Vcs sabem quanto a Globo vai ganhar com as imagens da Copa-Gate? Por isso, as manifestações são apenas um protesto contra os 0,20 a + no ônibus e não passava de 200 mil Brasil. Tinha 200 mil só em SP. Parabéns rapaziada e que a coisa aumente muito até a Copa. Queremos presídios, escolas e hospitais; leis novas e justiça. Fora Dilma e chupa Alckmin.

Verax: Esse ataque ao Hospital Souza Aguiar a Globo não mostra e nem o repórter q levou bala na testa que é da Globo News VERGONHA !

Iricio: Não gosto da Globo, mas estão fazendo uma bela cobertura.

carlão santo amaro: TV Record com seu programete sensacionalista nesse momento exibindo imagens da semana anterior , está querendo o que ??? ...que os fatos

lamentáveis se repitam..??? ora...vão fazer jornalismo sério ou passem o desenho do Pica-Pau.....

Humberto: A Globo está confundindo o termo "liberdade de Imprensa". Imprensa livre é aquela que não fecha pacto com o Governo para manipular a população, que não tapa os olhos diante da corrupção nas obras da copa (a Globo é a maior beneficiária), que não manipula eleição para eleger presidente (Fernando Collor), que não manipula um esporte (futebol) de domínio público, que não fica de mão atadas perante o governo em virtude de altíssimos empréstimos concedidos por este. Como se vê, a Globo, na verdade, é um canal da imprensa a mando e desmandos do Governo Federal. E outra, os manifestantes estão repudiando somente a Globo e um pouco a Record, vez que estas mamam nas tetas do Governo através de vultuosos empréstimos de dinheiro, onde quem paga a conta na final é o povo. Após essas considerações, vejo que somente algumas pequenas redes de TV merecem o nosso respeito pela sua independência, como é o caso da TV Cultura.

Estas mensagens deixam claro que o jornalismo e, principalmente, os veículos mencionados não possuem a confiança completa dos leitores. Muitos fazem avaliações da produção jornalística em comparação com o que eles presenciaram ou tiveram informação por meio de outras fontes para estabelecer um relacionamento de respeito ou não pelo divulgado. É interessante ainda perceber que muitos utilizam a plataforma do UOL para criticar outros veículos midiáticos. Esse fenômeno ocorre provavelmente pela impossibilidade de se expressarem naqueles veículos, em sua maioria, emissoras de televisão. Estas parecem ser as menos confiáveis, de acordo com as mensagens publicadas. Sem dúvida, dentre elas, a rede Globo é que sofre o maior número de críticas. Também chamam atenção as mensagens que apontam a atuação dos profissionais da mídia.

Ana Paulla: como a imprensa ainda adora ser vítima... tem gente torcendo para tomar um tiro na perna (é claro) e virar herói !

O.B.S.Wadão: esses reporteres são todos iguais; ficam querendo ver o circo pegar fogo para vender sua matéria,não respeita ninguem,quer ser a boazuda da situação e agora fica dando uma de coitadinha; tinha que ter apanhado mais para criar vergonha na cara e não querer se promover acusando a Policia pelos erros cometidos por ela mesmo(reporter).

Wallop: Essa moça estava vestida, adequadamente, como repórter em situações de conflito? Pelo que vi na TV, não havia um único repórter trajando algo que o identificasse. Ponto para os braços terroristas do PT.

Sernada: Estudantes tão inteligentes e cutucam a PM e não sabe o que vai acontecer? Será que algum lider foi atingido ou respirou gaz. Eles dominam em seu favor e com certeza se reúnem em baladinhas a base de cerveja e outras coisinhas com reporters e intelectuais baratos para dominar pessoas que ainda acreditam nas boas intenções.

A descrença quanto aos veículos, por vezes também é atribuída a atuação dos profissionais. Os leitores chegam a dizer que o repórter se faz e vítima ao redigir seu relato. Este é um problema em usar um processo autoreferente para produção jornalística, ou seja.

quando o jornalista vira a fonte do texto noticioso. Podemos perceber então que esta prática, apesar de comum na cobertura analisada, é vista por alguns internautas como pouco profissional, uma vez que recebe críticas, principalmente pouco construtivas.

‘Outros’, o último código da categoria ‘propósitos’, possui 92 comentários, ou seja, encontramos essa quantidade de interações que destoavam dos principais objetivos propostos para uma interação do leitor com a mídia neste estudo.

Zorell: DECLARAÇÃO DO MINISTRO JOAQUIM BARBOSA Ministro e futuro Presidente da Nação Brasileira: "Somos o único caso de democracia no mundo em que condenados por corrupção legislam contra os juízes que os condenaram. Somos o único caso de democracia no mundo em que as decisões do Supremo Tribunal podem ser mudadas por condenados. Somos o único caso de democracia no mundo em que deputados após condenados assumem cargos e afrontam o Judiciário. Somos o único caso de democracia no mundo em que é possível que condenados façam seus habeas corpus, ou legislem para mudar a lei e serem libertos". (Declaração do Ministro do STF, Joaquim Barbosa, sobre o projeto de submete à aprovação do Congresso as decisões do STF).

Este comentário foi publicado no hipertexto da notícia 17 – ‘Ao anunciar que tarifa volta a R\$3. Alckmin e Haddad falam em ‘sacrifício’ e corte de investimentos’ (veja APÊNDICE A). A matéria apresenta o pronunciamento dos dois representantes políticos que explicam como fariam para refrear o aumento das tarifas do transporte. Desta forma, para os efeitos desta pesquisa, o comentário de Zorell e de outros como ele, que não dizem respeito à produção do UOL, não são considerados como exercício de cidadania. Nesta categoria estão relacionadas aquelas mensagens que fogem às regras de racionalidade propostas por Habermas (1984) e já abordados anteriormente.

A leitura dos comentários nos levou a outra reflexão de cunho importante no estado democrático. Na maior parte das mensagens analisadas fica claro como os cidadãos brasileiros estão descrentes com a política e com os políticos. As instituições governamentais são, na sociedade moderna, instrumentos garantidores da ordem (CANOTILHO, 2003) e precisam de legitimidade e autoridade (ARENDRT, 1985) para fazê-lo se não se quisermos voltar a um modelo de sociedade baseada apenas na força.

Retomando Arendt (1985, p. 25), lembramos que “[...] o poder institucionalizado nas comunidades organizadas aparece frequentemente sob a feição de autoridade, a exigir imediato e indiscuto reconhecimento: sociedade alguma poderia funcionar sem ela”. Tendo já afirmado que o poder se materializa nas instituições, podemos buscar o nível de autoridade que elas possuem a partir da análise do relacionamento dos leitores por meio das interlocuções propiciadas pelos espaços de comentários.

O que se pode aferir nos comentários é que existe um elevado grau de descontentamento com os representantes das instituições, mas ainda há a crença no modelo político. Podemos perceber essa crença, pois dentre os direitos mais mencionados está o direito ao voto.

FelipeNWo - FORA DILMA!!! FIM DOS PARTIDOS POLÍTICOS!!! POLÍTICOS ESCOLHIDOS POR VOTO POPULAR E RESPONDENDO DIRETO AS ELEITORES!!!.

Ele demonstra um claro repúdio aos representantes ora eleitos, mas, mesmo pedindo o fim de partidos políticos, continua acreditando na necessidade de representação em uma esfera de poder institucionalizada, uma vez que quer votar. Podemos ver ainda que a insatisfação com a situação social e econômica ultrapassa a fronteira entre o público e o privado, tanto para elogiar quanto para criticar.

Eleli: Suplicy ? boa gente porem não basta, precisa gente nova, administradora, inteligente

Rankatoco: A Dilma não fala nada, porque é boneco de ventríloquo do Lula. Quando ele resolver se apresentar, ela fala.

Mauzan: Governador Alckmin deixe de ser burro, não vê que o intuito é desmoralizar a sua figura política? Deixe que o Supercoxinha se queime sozinho.

Cauta: Toma Geraldinho!!!! que delicia ouvir pela rádio bandeirantes ao vivo .... você não conseguindo nanar kkkkkkk.

O pedido de extinção de partidos políticos é comum nos comentários. Isso pode ser aferido inclusive na nuvem de palavras frequentes nos comentários (FIGURA 4, p. 110). Políticos, partidos e PT estão entre as dez mais mencionadas. Como se pode visualizar na TABELA 1, eles são mencionados de forma negativa, assim como os representantes eleitos democraticamente pelo voto – como Dilma, Haddad e Alckmin.

TABELA 1 - Referências às instituições políticas e seus representantes

<b>Instituições públicas ou/e representantes mais mencionados</b>					
		<b>Quantidade</b>	<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>	<b>Neutro</b>
1	Dilma	40	8	32	
2	políticos	30	1	28	1
3	Haddad	24		21	3
4	PT	19	1	17	1
5	MPL	18	2	14	2
6	Partidos	20	1	19	
7	Alckmin	11	1	10	
8	Militares	10	6	4	
9	PSDB	9		9	
10	Governantes	9		9	
11	Governos	9		8	1
12	Lula	7		7	
13	Serra	7		7	
14	Congresso	5		5	
15	Polícia	9	1	8	

Fonte: Elaborado pela autora.

O descrédito que a classe política viveu, e continua a viver no Brasil, faz com que algumas pessoas tenham ideias no mínimo controversas. Há aqueles que apoiam o uso da violência, como podemos ver no comentário a seguir.

Prof Beto: ...e ... foi pouco, esses manifestantes são sindicalistas vagabundos, não tem o que fazer e estão fazendo farra em benefício próprio, a jornalista, ia gravar o que?

Edson59: No caso do Carandiru a policia matou 200 ou 300 não lembro. Ta ERRADO, devia ter matado os 5.000

FORA PIPOQUEIROS: \\\borracha nesta cambada de vagabundos!!!

Elias Rodrigues Rodrigues: Rogerio Santos!!!! O povo já deu o seu recado!!! Agora e só fiscalizar. Quem continua fazendo passeata são vândalos marginais que se utilizam das Redes Sociais para esse fim. Polícia tem que agir sim e com muito rigor, afinal tem muitos comerciantes que pagam impostos e estão tendo prejuízo com esses vândalos.

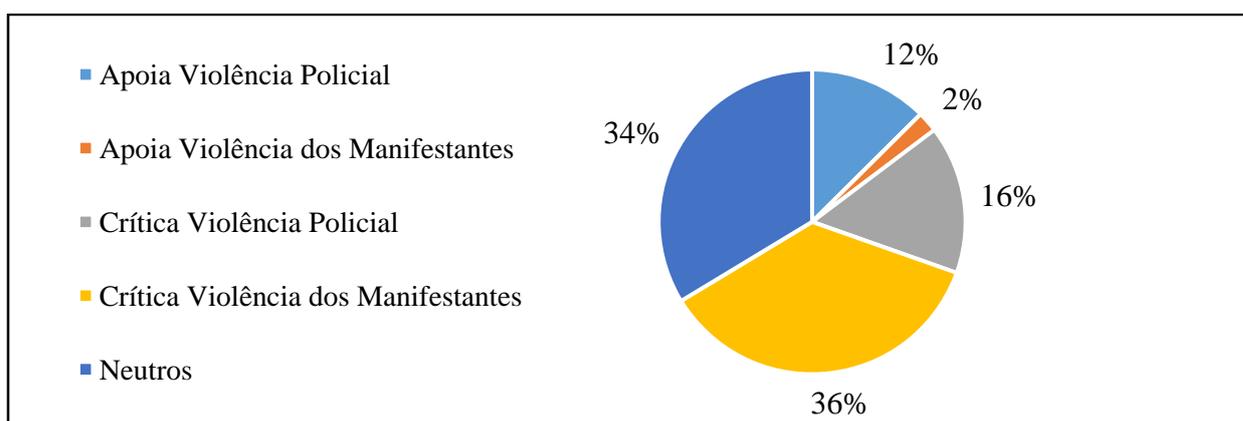
Manferreira: A polícia mineira tem que começar a dar exemplo e arrebentar os vândalos que estão pelas ruas.

O uso da violência está presente nos comentários da maioria dos textos, 42 de 50, isso faz com que haja muitos comentários sobre a temática. Há aqueles internautas que apoiam e também os que não aprovam o uso da violência. Sendo a democracia brasileira tão jovem é

surpreendente que muitos apoiem o uso da força pela polícia. Mas isso pode ser entendido também como uma forma de desabafo contra a violência urbana vivida diariamente. Alguns comentaristas, como visto nos exemplos acima, acreditam que bater e matar civis violentos pode diminuir a incidência da violência nas cidades. Ou seja, querem combater a violência com mais violência.

Na análise dos comentários encontramos 184 que fazem referência direta à violência. Destes, 12,5% apoiam a violência policial, contra 15,7 que critica. Sobre a violência por parte dos manifestantes, encontramos apenas 2% que apoiam contra 35,8 que criticam. Ou seja, os internautas apoiam mais a violência policial do que a que parte dos manifestantes. Podemos ver esses dados expressos no GRÁFICO 5.

GRÁFICO 5 – Comentários sobre violência



Fonte: Elaborado pela autora.

Também encontramos quem advogue em favor de um retrocesso político antes não imaginado, visto que a democracia brasileira ainda é tão jovem. São 11 comentários que apoiam ou pedem o retorno da ditadura militar no Brasil, ou mesmo falam sobre o período de forma elogiosa. Esses comentários, dos quais podemos ver quatro exemplos logo abaixo, estão distribuídos nos comentários de seis hipertextos, são eles os de número 9, 16, 23, 29, 48 e 49 (ver no anexo B).

Marfortes: POSSO DAR UMA IDÉIA AOS MILITARES DA ATIVA; EXERCITO, MARINHA E AERONAUTICA: OS SENHORES JÁ OUVIRAM FALAR DA SAUDOSA INTERVENÇÃO MILITAR DE 1964. NOSSA QUANTAS SAUDADES O POVO TEM; MAS QUE ÉPOCA BOA. ERAMOS TÃO FELIZES!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

thon2121: MILITARES, VOLTEM ANTES QUE SEJA TARDE!!!

Mauricio Ganit: Vamos acabar com a falsa democracia e chamar de volta os militares para acalmar a classe média...

DIDI-MENGÃO: Essas manifestações me levam a pensar... a ditadura realmente existiu? Ou apenas foi uma forma de governo verdade? É... hoje vivemos numa democracia. Democracia calada, cega e surda. Colocamos uma quadrilha no poder. Ah, essa quadrilha foi torturada pela DITADURA MILITAR! E hoje existe a comissão da verdade, que tem como objetivo "comer o dinheiro público" com indenizações pagas a quem está nos oprimindo!

O descrédito com as instituições é tão profundo que há aqueles que gostariam de voltar a um estado totalitário. Não são muitos os comentários com este viés, mas só a possibilidade de existirem demonstra que há, no Brasil, espaço para o crescimento de grupos extremistas, como vem acontecendo na Europa com a criação de partidos nazistas e com o aumento da xenofobia.

O problema é que não há como impedir manifestações deste tipo, pois isso se configuraria como usurpação do direito de expressão, é justamente o contrário que se busca no Estado democrático. E essas manifestações, por mais estapafúrdias que possam parecer para quem defende a democracia, fazem parte dela. Todas as pessoas têm direito de participar da discussão sobre o estado da sociedade, e a internet é uma plataforma muito interessante para fazer com que as informações cheguem às pessoas e que, a partir daí, elas possam se posicionar.

Não é apenas o direito da livre manifestação que caracteriza o exercício de cidadania na interação dos leitores nos comentários na internet. A forma como ele interage e o conteúdo da participação se mostram definidores. Responder a enquetes não pode ser incluído como cidadania quando seus resultados não são aproveitados para outro ciclo. Este tipo de interação pode ser enquadrado como uma participação controlada manipulada e se mantém no que Peruzzo (1998) chama de participação no nível de mensagem. Ou seja, o que é produzido ali não interfere em mais nenhum processo no ciclo da comunicação.

As interações que se configuram como exercício de cidadania são aquelas que dão oportunidade de participação autônoma e que, preferencialmente, tragam movimento ao ciclo comunicacional. As participações dos webatores no hipertexto das notícias podem ser classificadas como controladas, porém estão no nível de produção de mensagem, uma vez que contribuem para a construção de sentido daquele hipertexto. A interpretação que teoricamente é menor no texto da notícia – como produto puro do gênero informativo – é dada pelos comentários dos leitores. Ao leitor não é dado o poder de decisão sobre o que será noticiado, mesmo porque, em uma lógica de produção de grandes veículos, essa participação-poder é

praticamente impossível. Mesmo assim ele pode deixar no hipertexto a sua marca de cidadania, quando usa as ferramentas de interatividade para discutir seriamente a sua sociedade em assuntos de interesse público.

Assim como Peruzzo (1998) propõe gradações para a participação na comunicação, podemos esboçar gradações para o exercício da cidadania nas interações dos webatores. Primeiro precisamos reconhecer, a partir do estudo teórico realizado, que a cidadania é constituída por três esferas: os direitos e deveres, o interesse público e o relacionamento do cidadão com as instituições políticas.

A esfera dos direitos e deveres está relacionada diretamente à história da cidadania, que se constitui na história da garantia dos direitos fundamentais do ser humano e é, em tese, simples de ser percebida nas interações. Ela está presente em contribuições sobre esses temas e se ausenta naquelas que dizem respeito a amenidades e temas que não contribuem para uma participação de qualidade da discussão, proposição, defesa, recusa ou exigência deles.

Já o interesse público no contexto deste trabalho é aquilo que ultrapassa a esfera do âmbito pessoal do leitor. Assumimos a determinação de que o público se caracteriza como um processo de identificação de interesses comuns e compartilhados, em torno dos quais pessoas e organizações se comunicam. Ou seja, é de interesse público o que não se restringe à esfera privada. Essa categoria reforça a anterior – direitos e deveres, uma vez que expressa os direitos humanos quando se afirma que, em sua história, as conquistas de uma classe são assumidas por todos.

Por fim, as instituições públicas e como elas são vistas pelos interagentes se mostram importantes nessa categoria, pois elas é que estão imbuídas do poder legítimo para garantir direitos e deveres que são do interesse público. As instituições e seus representantes precisam da legitimação do povo para se constituir em poder. Desta forma, quando em suas interações o leitor se refere a elas ou tenta dialogar com elas isso traz informações importantes que devem ser analisadas qualitativamente na aferição do exercício de cidadania.

Assim, para analisar a cidadania presente na participação do cidadão acreditamos que seja possível de utilizar as formas e níveis de Bordenave (1988) e de Peruzzo (1998), para participação política e na comunicação popular. Também podemos desenvolver categorias específicas para a cidadania. Estas devem refletir as três esferas da cidadania comentadas anteriormente. Desta forma, essas categorias seriam: direitos e deveres, interesse público, e relacionamento com representantes/instituições políticas – incluindo aqui não apenas aquelas ligadas ao Estado, mas qualquer uma que tenha representatividade de um grupo que atue na

esfera pública em campos de interesse público. Assim como a noticiabilidade de uma informação é mais forte quanto mais valores-notícia ela possua, da mesma forma também consideramos para avaliar o quão cidadã é uma participação, de acordo com a quantidade e a profundidade em que possa ser enquadrada nas categorias descritas acima. Atendendo a essas categorias, em maior ou menor grau, as interações podem sim ser expressão do exercício de cidadania.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE INTERAÇÃO NA WEB E CIDADANIA

A partir da análise dos dados, voltamos ao questionamento que motivou este estudo: A participação do internauta nos comentários de notícia é expressão do seu exercício de cidadania?

Os dados colhidos na busca nos trouxeram alguns resultados já esperados para o contexto da comunicação digital. Por meio da internet é possível, muitas vezes sem custo, chegar às informações que buscamos; o que pode configurar a compreensão de seu direito à informação. E várias são as ferramentas que promovem a interação entre os webatores, configurando o direito à participação. Entretanto, só consideramos exercício de cidadania se as informações com as quais se interage e o sentido da interação reflitam: os direitos e deveres, o interesse público e o relacionamento do interagente com as instituições políticas. Desta forma, em relação à amostra estudada, vários dos comentários publicados pelos internautas nos hipertextos das matérias sobre os protestos de 2013, no Portal UOL, podem configurar uma expressão do exercício de cidadania.

Além da presença nos comentários, a cidadania pode estar presente também no compartilhamento de informações por meio das redes sociais. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (BRASIL, 2014), realizada com dados de 2014, os internautas utilizam a rede, principalmente, para se informar (67%) – sejam notícias ou informações de modo geral; para se divertir (67%); para passar o tempo livre (38%); e para estudar (24%). E as notícias publicadas pelos veículos são compartilhadas por meio dos perfis pessoais dos cidadãos nas várias mídias existentes.

Também é da pesquisa citada que vem a informação de que, dentre as ferramentas para redes sociais, a mais utilizada é o Facebook (83%), seguida pelo WhatsApp (58%) e o Youtube (17%). O Twitter é colocado na pesquisa como popular entre as elites políticas e os formadores de opinião. Apenas 5% dos entrevistados na pesquisa mencionaram esta ferramenta, o que pode explicar a quantidade pequena de compartilhamentos dos textos da amostra.

Tendo em vista que 67% dos brasileiros conectados buscam a internet para se informar, é importante entender que a maior parte dos *sites* jornalísticos, em especial os portais que agregam vários outros serviços, age como qualquer outra empresa em busca de lucro; e tenta criar estratégias para atrair público e também fidelizá-lo. Os veículos de

comunicação usam, como quaisquer outras instituições, instrumentos de *marketing* para alavancar suas vendas; aumentar seus *pageviews*, que é um dos indicadores para internet.

O que se percebe, do fim do século XX para cá, é que a introdução de novas ferramentas de comunicação e informação baseadas na tecnologia digital deixaram as empresas de comunicação em uma situação delicada. Hoje os leitores podem se comunicar diretamente uns com os outros, pessoas que se conhecem na vida fora das redes ou completos desconhecidos. Assim, a função de informar para subsidiar decisões na vida ativa do cidadão se tornou, para a imprensa, um desafio.

Essa marcação temporal coincide com a última fase aqui aceita para os direitos humanos, ou seja, pelos direitos coletivos de se viver na terra – direitos ecológicos, genéticos e outros – com qualidade e dignidade. Kotler (2010) assevera que adentramos a era da conscientização e o *marketing* precisa mudar suas estratégias por causa das mudanças tecnológicas e de necessidade dos homens. O mesmo ocorre com o mercado da comunicação, que agora deve considerar que pessoas e empresas mudaram de atitudes, querem mais participação e estão preocupadas com o mundo.

A internet é uma mídia *pull*, ou seja, o internauta é que busca o que quer ler, o tipo de informações e o quão profundo quer pesquisar sobre determinado tema. Esta nova mídia combina perfeitamente com o novo *marketing*, denominado por Kotler (2010) como *marketing* 3.0. Nessa geração são os consumidores que determinam o que querem e como querem consumir. E mais: a interação com os consumidores cada vez mais se dá na forma um para muitos, o que significa que o contato com outros consumidores para saber sobre um produto é tão ou mais importante do que as informações apresentadas pelo vendedor ou pelo fabricante.

No mundo da comunicação isso significa que para os leitores o contato com os demais leitores é essencial para a determinação do que é importante, relevante e verdadeiro. Os leitores de quaisquer meios podem interagir via ferramentas de interatividade de diversas formas disponibilizadas no ciberespaço. Essas ferramentas ganharam, nos últimos anos, velocidade e mobilidade com as plataformas móveis. O que tornou a possível maior adesão dos leitores a elas.

A questão é: por qual o motivo os veículos disponibilizam ferramentas de interatividade? Temos algumas ideias quanto a isso, mas cada caso pode ter uma resposta diferente. Para nós a resposta mais óbvia é que a promoção de interatividade agrega valor ao produto jornalístico.

Em nosso caso concreto, a interação promovida pelo Portal UOL, podemos perceber a aplicabilidade da resposta, pois já nas regras de uso do espaço de comentários o próprio UOL afirma que a participação do leitor não é revisada, o que equivale a dizer que não é mediada. Isso indica que, portanto, a participação do leitor não era levada em consideração para o planejamento das ações da empresa, pelo menos não qualitativamente. Podemos inferir ainda que essas mensagens nem eram lidas realmente no período estudado.

Entretanto, em 2015 já estão disponíveis, em conjunto com a ferramenta comentário, dois filtros que não existiam em 2013. O primeiro separa os comentários mais curtidos e o segundo os comentários escolhidos pelo editor. Ou seja, os comentários começaram a ser avaliados pelo veículo. O que pode indicar que a participação do leitor comece a fazer eco nas decisões editoriais.

Portanto, a cidadania nas interações fica sob a responsabilidade do interagente, o leitor. São os leitores que devem escolher com o que interagir e como fazê-lo. O leitor dotado de consciência é responsável pelo exercício da própria cidadania no âmbito da interação com veículos de comunicação, com o conteúdo, e com outros leitores.

## REFERÊNCIAS

- ALVES FILHO, Francisco. **Gêneros jornalísticos**: notícias e cartas de leitor no ensino fundamental. São Paulo: Cortez, 2011.
- ARENDT, Hannah. **Da violência**. Brasília: UnB, 1985.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: as técnicas do jornalismo. São Paulo: Ática, 1990.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade**: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea)–Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002. Disponível em:< <http://bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.html#foot19636>>
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** Lisboa, Portugal: Edições 70, 2009.
- BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 189-217.
- BAUDRILLARD, Jean. **Tela Total**. Mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação a filosofia do jornalismo** :(ensaio) / Rio de Janeiro: Agir, 1960.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. 11. ed. São Paulo: Malheiros, 2011.
- BORDENAVE, Juan Díaz. **O que é participação**. São Paulo: Cortez, 1988.
- BRASIL. **Cerca de 48% dos brasileiros usam internet regularmente**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/cerca-de-48-dos-brasileiros-usam-internet-regularmente>>. Acesso em: 19 dez. 2014.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- CANOTILHO, José Joaquim Gomes. **Direito constitucional e teoria da constituição**. 7. ed. rev. Portugal: Almedina, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da

internet. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAVILHAS, João Messias. **Do jornalismo online ao webjornalismo**: formação para a mudança. 2005. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

CAVILHAS, João Messias. **Os jornalistas em Portugal**. 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/h-joao-jornalistas-online.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo**, 7 características que marcam a diferença. Labcom Book. Covilhã, 2014.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, c1993. (Novas buscas em comunicação, 44).

COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos direitos humanos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 1988.

FIDALGO, António. **Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth**. 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf>> Acesso em: 20 abr. 2014.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio Teixeira de. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GALLARDO, Hélio. **Teoria crítica**: matriz e possibilidade de direitos humanos. São Paulo: Unesp, 2013

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

GOMES, Helton Simões. **Usuários móveis do Twitter no Brasil já passam de 70% do total**. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/11/usuarios-moveis-do-twitter-no-brasil-ja-passam-de-70-do-total.html>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Tradução Liria Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011. (Clássicos da Comunicação Social).

GUARESCHI, Pedrinho A. **O direito humano à comunicação**: pela democratização da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

GUIMARÃES, Saulo Pereira. Brasil é o quarto país do mundo em número de smartphones. **Revista Exame**, 29 jun. 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/brasil-e-o-quarto-pais-do-mundo-em-numero-de-smartphones>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

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

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010. (Fazer Jornalismo).

HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANCA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 187-240.

HOHLFELDT, Antônio Cinquentenário de publicação de iniciação a filosofia do jornalismo, de Luiz Beltrão. **Conexão: comunicação e cultura**, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, p.27-55, 2010.

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

JORGE, Thais de Mendonça. **Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet**. Brasília: UnB, 2013.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo norte e sul: manual de comunicação**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2002.

LÉVY, Pierre. A emergência do *cyberspace* e as mutações culturais. In: PELLANDA, Nize Maria Campo; PELLANDA, Eduardo Campos. **Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000a.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: 34, 2000b.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual**. São Paulo: 34, 1996.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo, SP: Paulus, 2005.

MCLUHAN, Marshall **Os meios de comunicação como extensões do homem** 18. ed. Sao Paulo: Cultrix, 2012.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de. A recepção das idéias de Otto Groth no Brasil. **Jornal Alcar**, n. 1, mar. 2012. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar-no-1-marco-2012>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

MELO, Jose Marques de. **Comunicação social teoria e pesquisa**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1970.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual: um estudo de caso do NetEstado**. 2003. 246f. Tese (Doutorado

em Comunicação e Cultura Contemporânea)–Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MONDAINI, Marco. O respeito aos direitos dos indivíduos. In: PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla (Org.). **História da cidadania**. São Paulo, Contexto, 2008.

NIELSEN, Consultoria. **O consumidor móvel**. 2013. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/Brazil/reports/2013/Estudo-Consumidor-Mobile-Jun13.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

ODALIA, Nilo. A liberdade como meta coletiva. In: PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. **História da cidadania**. São Paulo: Contexto, 2008.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

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

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

PINHO, José. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação**. São Paulo, Summus, 2003.

PRIMO, Alex. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. **Revista da Famecos**, Porto Alegre, v. 12, p. 81-92, jun. 2000. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/int\\_mutua\\_reativa.pdf](http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf)>. Acesso em: 10/07/2015.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Ed. Sulina. Porto Alegre, 2011.

QUAINO, Lilian. **Facebook no Brasil cresce para 67 milhões de usuários, diz executivo**. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/facebook-no-brasil-cresce-para-67-milhoes-de-usuarios-diz-executivo.html>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Ática, 2002.

RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual (Org.). **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

RIBEIRO, Fábio Fonseca. A participação dos leitores na imprensa: uma proposta de análise às cartas do leitor do Jornal de Notícias. **Comunicação Pública**, Lisboa, v. 9, n. 15, 2014. Disponível em: <<http://cp.revues.org/646>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

ROST, Alejandro. Periodismo e interactividad: preguntas, definiciones y desafíos en la participación de los usuarios. In: TORRES, Elvira García de. **Cartografía del periodismo participativo**. Valencia (España): Tirant Lo Blanch, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo, SP: Paulinas, 2012.

SHUDSON, Michael. **The Sociology of News**. New York: Series Editor.W.W. Norton Company, 2003.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 33. ed. São Paulo: Malheiros, 2010.

SILVA, Marisa Torres da. **A voz dos leitores na imprensa: um estudo de caso sobre as "Cartas ao Director" no Jornal Público**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

SOUZA, Elson de. **Twitter faz 8 anos: microblog revela números sobre o Brasil e o mundo**. 2014. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/03/twitter-faz-8-anos-microblog-revela-numeros-sobre-o-brasil-e-o-mundo.html>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

TAVARES, André Ramos. **Curso de direito constitucional**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. Para entender as teorias da **comunicação**. 2. ed. rev. e atual. Uberlândia: EDUFU, 2009.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular. 2005. v. 2.

UNIVERSO ON LINE. **Protestos pelo Brasil**. 2013. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/temas/protestos-pelo-brasil/noticias/>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

UNIVERSO ON LINE. **Regras de uso UOL**. 2015. Disponível em: <<http://regras.uol.com.br/>>. Acesso em: 21 jul. 2015.

VAZ, Ana Lucia. **Jornalismo na correnteza: senso comum e autonomia na prática jornalística**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 1999.

ZAGO, Gabriela da Silva. Da circulação à recirculação jornalística. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

ZAMITH, Fernando. **A contextualização no ciberjornalismo**. Porto: Afrontamento, 2013.

## **APÊNDICE**

APÊNDICE A – Lista das matérias que compõem a amostragem

	DATA E HORA DE PUBLICAÇÃO	F	T	C	TÍTULO	URL
1	21/06/2013 10h02	3600	55	2029	MPL anuncia que não vai convocar novas manifestações 'no momento'	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/mpl-anuncia-que-nao-vai-convocar-novas-manifestacoes-no-momento.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/mpl-anuncia-que-nao-vai-convocar-novas-manifestacoes-no-momento.htm</a>
2	18/06/2013 13h31 e 21h39	32200	570	1854	Haddad sinaliza redução da tarifa em SP; secretário propõe imposto sobre a gasolina da bomba	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/haddad-sinaliza-reducao-da-tarifa-em-sp-secretario-propoe-imposto-sobre-a-gasolina-da-bomba.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/haddad-sinaliza-reducao-da-tarifa-em-sp-secretario-propoe-imposto-sobre-a-gasolina-da-bomba.htm</a>
3	24/06/2013 16h38 22h48	38000	1100	1784	Dilma quer plebiscito que autorize Constituinte para reforma política	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/24/dilma-anuncia-que-vai-pedir-plebiscito-por-reforma-politica.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/24/dilma-anuncia-que-vai-pedir-plebiscito-por-reforma-politica.htm</a>
4	21/06/2013 21h05 e 23h12	2400	101	1517	Dilma diz que receberá líderes de protestos e propõe pacto para melhorar transporte, educação e saúde	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/em-pronunciamento-dilma-diz-que-chamara-prefeitos-e-governadores-para-discutir-mobilidade-urbana.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/em-pronunciamento-dilma-diz-que-chamara-prefeitos-e-governadores-para-discutir-mobilidade-urbana.htm</a>
5	20/06/2013 9h55	393	16	1082	Na sua opinião, qual deve ser o principal tema dos próximos protestos populares no Brasil?	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/na-sua-opinio-qual-deve-ser-o-principal-tema-dos-proximos-protestos-populares-no-brasil.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/na-sua-opinio-qual-deve-ser-o-principal-tema-dos-proximos-protestos-populares-no-brasil.htm</a>
6	17/06/2013 20h19 18/06 15h	8400	1100	1030	Protestos se espalham e reúnem mais de 250 mil; grupos invadem Congresso, sede do governo do Paraná e Alerj	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/onda-de-protestos-cresce-e-leva-mais-de-220-mil-brasileiros-as-ruas-de-norte-a-sul-do-pais.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/onda-de-protestos-cresce-e-leva-mais-de-220-mil-brasileiros-as-ruas-de-norte-a-sul-do-pais.htm</a>
7	14/06/2013 9h00	8100	471	877	Existe terror em SP: o dia em que PMs atiraram ante aplausos e pedidos de não violência 877	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/existe-terror-em-sp-o-dia-em-que-pms-atiraram-a-aplausos-e-a-pedidos-de-nao-violencia.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/existe-terror-em-sp-o-dia-em-que-pms-atiraram-a-aplausos-e-a-pedidos-de-nao-violencia.htm</a>
8	14/06/2013 10h45	3800	106	769	Pegou mal para a polícia, diz Haddad, ressaltando que "PM é do Estado"	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/pegou-mal-para-a-policia-diz-haddad-que-ressalta-que-pm-e-do-estado.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/pegou-mal-para-a-policia-diz-haddad-que-ressalta-que-pm-e-do-estado.htm</a>
9	17/06/2013 18h44	8800	195	760	Manifestantes invadem Congresso Nacional, em Brasília; 2 são detidos, diz PM	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/manifestantes-invadem-congresso-nacional-em-brasilia.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/manifestantes-invadem-congresso-nacional-em-brasilia.htm</a>
10	17/06/2013 17h37 22h12	3600	152	691	Ato com 65 mil participantes fecha marginal Pinheiros, em SP, e chega ao Palácio dos Bandeirantes	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/ao-menos-5000-manifestantes-fecham-a-avenida-faria-lima-protesto-segue-em-direcao-a-paulista.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/ao-menos-5000-manifestantes-fecham-a-avenida-faria-lima-protesto-segue-em-direcao-a-paulista.htm</a>
11	20/06/2013 17h07 21/06 01h11	14500	622	686	Militantes da CUT são agredidos e expulsos de protesto no Rio de Janeiro 686	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/militantes-da-cut-sao-agredidos-e-expulsos-de-protesto-no-rio-de-janeiro.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/militantes-da-cut-sao-agredidos-e-expulsos-de-protesto-no-rio-de-janeiro.htm</a>
12	20/06/2013 13h15	30600	407	637	MPL ataca 'pauta conservadora' em protestos e se diz 'a favor' de partidos em ato	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/mpl-ataca-pauta-conservadora-em-protestos-e-aceita-partidos-em-ato.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/mpl-ataca-pauta-conservadora-em-protestos-e-aceita-partidos-em-ato.htm</a>
13	20/06/2013 23h17 23/06 07h52	3000	297	620	Após vandalismo, PM mineira anuncia "tolerância zero"; PEC 37 é ignorada em BH	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/22/apos-vandalismo-pm-mineira-anuncia-tolerancia-zero-pec-37-e-ignorada-em-bh.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/22/apos-vandalismo-pm-mineira-anuncia-tolerancia-zero-pec-37-e-ignorada-em-bh.htm</a>
14	14/06/2013 12h50 19h50	3100	146	602	Vi o policial mirar e atirar na minha cara, diz repórter ferida no olho 602	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/vi-o-policial-mirar-e-atirar-na-minha-cara-diz-reporter-ferida-no-olho.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/vi-o-policial-mirar-e-atirar-na-minha-cara-diz-reporter-ferida-no-olho.htm</a>
15	18/06/2013 21h25 22h42	875	67	569	Haddad "corrige" informação de ministra e diz que "reajuste de tarifas já foi feito com desoneração possível"	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/tarifa-em-sp-ja-foi-reajustada-levando-em-conta-desoneracao-do-governo-federal-diz-haddad.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/tarifa-em-sp-ja-foi-reajustada-levando-em-conta-desoneracao-do-governo-federal-diz-haddad.htm</a>
16	20/06/2013 19h17 21/06 11h33	8800	244	547	Em dia de maior mobilização, protestos levam mais de 1 milhão de pessoas às ruas no Brasil 547	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/em-dia-de-maior-mobilizacao-protestos-levam-centenas-de-milhares-as-ruas-no-brasil.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/em-dia-de-maior-mobilizacao-protestos-levam-centenas-de-milhares-as-ruas-no-brasil.htm</a>
17	19/06/2013 18h12 20/06 8h03	3300	91	537	Ao anunciar que tarifa volta a R\$ 3, Alckmin e Haddad falam em 'sacrifício' e corte de investimentos	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/sao-paulo-reduz-tarifa-apos-pressao-popular.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/sao-paulo-reduz-tarifa-apos-pressao-popular.htm</a>
18	22/06/2013 06h00	1400	115	515	Ao menos dez capitais e outras 23 cidades têm protestos hoje; PEC 37 domina a pauta	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/22/protestos-ocorrem-hoje-em-ao-menos-dez-capitais-e-outras-23-cidades-pec-37-domina-a-pauta.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/22/protestos-ocorrem-hoje-em-ao-menos-dez-capitais-e-outras-23-cidades-pec-37-domina-a-pauta.htm</a>

19	19/06/2013 18h23 20/06 07h58	7100	153	479	Em decisão conjunta, Rio e SP anunciam redução da tarifa do transporte	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/rio-e-sao-paulo-anunciam-a-reducao-da-tarifa-apos-pessao-popular.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/rio-e-sao-paulo-anunciam-a-reducao-da-tarifa-apos-pessao-popular.htm</a>
20	19/06/2013 11h03	2200	154	477	Homem que depredou prefeitura é identificado pela polícia e está sendo procurado	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/homem-que-depredou-prefeitura-e-identificado-pela-policia-e-esta-sendo-procurado.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/homem-que-depredou-prefeitura-e-identificado-pela-policia-e-esta-sendo-procurado.htm</a>
21	27/06/2013 17h48 23h15	1800	97	453	Passo Livre desconfia que polícia infiltre agentes para incitar violência em protestos	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/27/passe-livre-desconfia-que-policia-infiltre-agentes-para-incitar-violencia-em-protestos.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/27/passe-livre-desconfia-que-policia-infiltre-agentes-para-incitar-violencia-em-protestos.htm</a>
22	06/06/2013 19h42 10/09 17h11	2500	88	446	Protesto contra aumento da tarifa de ônibus termina em confronto em São Paulo; 15 são detidos	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/06/transito-acidente-entre-caminhao-e-moto-bloqueia-duas-faixas-do-viaduto-grande-sao-paulo.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/06/transito-acidente-entre-caminhao-e-moto-bloqueia-duas-faixas-do-viaduto-grande-sao-paulo.htm</a>
23	18/06/2013 6h	20	34	440	Após passeata com 65 mil, São Paulo tem novo protesto hoje	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/apos-passeata-com-65-mil-sao-paulo-tem-novo-protesto-hoje.htm?cmpid=ctw-cotidiano-news">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/apos-passeata-com-65-mil-sao-paulo-tem-novo-protesto-hoje.htm?cmpid=ctw-cotidiano-news</a>
24	24/06/2013 18h26 25/06 08h36	807	65	434	Dilma critica falta de metrô e diz que dará R\$ 50 bi para mobilidade urbana	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/24/dilma-critica-falta-de-metros-e-diz-que-dara-r-50-bi-para-investimento-em-mobilidade-urbana.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/24/dilma-critica-falta-de-metros-e-diz-que-dara-r-50-bi-para-investimento-em-mobilidade-urbana.htm</a>
25	19/06/2013 18h15 20h39	3100	60	432	Rio suspende aumento na tarifa de transportes: "R\$ 200 mi a menos em outras áreas"	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/apos-protestos-e-confrontos-prefeito-do-rio-suspende-aumento-na-tarifa-de-onibus.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/apos-protestos-e-confrontos-prefeito-do-rio-suspende-aumento-na-tarifa-de-onibus.htm</a>
26	12/06/2013 11h56 22/06 12h33	33600	645	432	Aumento de R\$ 0,20 na passagem obriga paulistanos de baixa renda a pular refeições	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/12/aumento-de-r-020-na-passagem-obriga-paulistanos-de-baixa-renda-a-pular-refeicoes-e-arrumar-bicos.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/12/aumento-de-r-020-na-passagem-obriga-paulistanos-de-baixa-renda-a-pular-refeicoes-e-arrumar-bicos.htm</a>
27	19/06/2013 03h32	1500	33	425	Com PM ausente, sexto protesto em SP é marcado por saques e depredações	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/com-pm-ausente-sexto-protesto-em-sp-e-marcado-por-saques-e-depredacoes.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/com-pm-ausente-sexto-protesto-em-sp-e-marcado-por-saques-e-depredacoes.htm</a>
28	19/06/2013 01h00	486	227	406	Movimento Passe Livre convoca para sétimo ato contra aumento da tarifa em SP	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/movimento-passe-livre-convoca-paulistas-para-setimo-ato-contra-o-aumento-da-tarifa-de-onibus-em-sp.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/movimento-passe-livre-convoca-paulistas-para-setimo-ato-contra-o-aumento-da-tarifa-de-onibus-em-sp.htm</a>
29	13/06/2013 22h39 14/06 12h46	1900	266	382	Em dia de maior repressão da PM, ato em SP termina com jornalistas feridos e mais de 240 detidos	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/13/em-dia-de-maior-repressao-da-pm-ato-em-sp-termina-com-jornalistas-feridos-e-mais-de-60-detidos.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/13/em-dia-de-maior-repressao-da-pm-ato-em-sp-termina-com-jornalistas-feridos-e-mais-de-60-detidos.htm</a>
30	14/06/2013 12h09	880	33	377	Alckmin defende atuação da PM em protesto, mas diz que "possível abuso" será apurado	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/policia-continuara-cumprindo-papel-de-coibir-abusos-diz-secretario-de-seguranca.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/14/policia-continuara-cumprindo-papel-de-coibir-abusos-diz-secretario-de-seguranca.htm</a>
31	18/06/2013 17h58 23h50	865	136	369	Ato com 50 mil ocupa região central de SP; grupo tenta invadir prefeitura e começa quebra-quebra	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/manifestantes-que-ocupam-a-praca-da-se-em-sp-seguem-em-direcao-a-prefeitura.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/manifestantes-que-ocupam-a-praca-da-se-em-sp-seguem-em-direcao-a-prefeitura.htm</a>
32	29/06/2013 17h35	1800	104	350	Malafaia compara Marcha para Jesus aos protestos pelo Brasil; Feliciano é ovacionado	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/29/malafaia-compara-marcha-para-jesus-aos-protestos-pelo-brasil-feliciano-e-ovacionado.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/29/malafaia-compara-marcha-para-jesus-aos-protestos-pelo-brasil-feliciano-e-ovacionado.htm</a>
33	29/06/2013 13h08 17h44	3000	146	348	Marcha para Jesus em São Paulo tem críticas contra Lula e o ativismo gay	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/29/marcha-para-jesus-tambem-da-espaco-para-manifestacoes-politicas.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/29/marcha-para-jesus-tambem-da-espaco-para-manifestacoes-politicas.htm</a>
34	23/06 18h08 23/06 19h21	726	59	338	Empresário que atropelou e matou em Ribeirão (SP) não será punido, diz uma das atropeladas	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/23/empresario-que-atropelou-e-matou-em-ribeirao-sp-nao-sera-punido-diz-uma-das-atropeladas.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/23/empresario-que-atropelou-e-matou-em-ribeirao-sp-nao-sera-punido-diz-uma-das-atropeladas.htm</a>
35	20/06 20h58 21/06 02h08	19400	682	315	Tropa de choque joga bomba e atira em direção a hospital que atende manifestantes no Rio	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/tropa-de-choque-joga-bomba-e-atira-em-direcao-a-hospital-que-atende-manifestantes-no-rio.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/tropa-de-choque-joga-bomba-e-atira-em-direcao-a-hospital-que-atende-manifestantes-no-rio.htm</a>
36	17/06/2013 06h	731	63	313	Artigo: 'Foi a população de SP que se levantou', diz o Movimento Passe Livre	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/foi-a-populacao-de-sp-que-se-levantou-defende-o-movimento-passe-livre.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/foi-a-populacao-de-sp-que-se-levantou-defende-o-movimento-passe-livre.htm</a>
37	21/06 13h22 21/06 15h56	424	195	303	Após reunião, Dilma e ministro da Justiça não comentam protestos	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/apos-reuniao-dilma-e-ministro-da-justica-nao-comentam-protestos.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/apos-reuniao-dilma-e-ministro-da-justica-nao-comentam-protestos.htm</a>
38	23/06 21h16	1000	107	300	Em assembleia, manifestantes confirmam protesto nos arredores do Mineirão durante Brasil x Uruguai	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/23/em-assembleia-manifestantes-confirmam-protesto-no-mineirao-durante-brasil-x-uruguai.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/23/em-assembleia-manifestantes-confirmam-protesto-no-mineirao-durante-brasil-x-uruguai.htm</a>
39	19/036 18h14 19/06 19h48	6800	229	300	Mantida, 7ª manifestação em SP será "ato para comemorar vitória do povo na rua", diz MPL	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/mantida-7-manifestacao-em-sp-sera-ato-para-comemorar-vitoria-do-povo-na-rua-diz-mpl.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/mantida-7-manifestacao-em-sp-sera-ato-para-comemorar-vitoria-do-povo-na-rua-diz-mpl.htm</a>

40	17/06/2013 12h27 17/06 15h37	1500	85	299	Governo de SP se compromete a respeitar trajeto e não usar bala de borracha	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/secretaria-de-seguranca-publica-se-compromete-a-respeitar-trajeto-e-nao-usar-bala-de-borracha.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/secretaria-de-seguranca-publica-se-compromete-a-respeitar-trajeto-e-nao-usar-bala-de-borracha.htm</a>
41	24/06/2013 22h25 25/06 08h50	1400	87	295	Proposta de Dilma de fazer plebiscito "é um absurdo", diz Serra	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/24/proposta-de-dilma-de-ter-um-plebiscito-e-um-absurdo-diz-serra.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/24/proposta-de-dilma-de-ter-um-plebiscito-e-um-absurdo-diz-serra.htm</a>
42	03/07/2013 11h56 21/08/2013 18h36	636	25	284	Dilma cita "ordem e progresso" ao criticar paralisações de caminhoneiros	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/07/03/dilma-cita-ordem-e-progresso-ao-criticar-paralisacoes-de-caminhoneiros.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/07/03/dilma-cita-ordem-e-progresso-ao-criticar-paralisacoes-de-caminhoneiros.htm</a>
43	20/06/2013 17h37 21/06/2013 00h23	322	37	267	Em ato com 110 mil pessoas em SP, manifestantes gritam por uma vida "sem catraca"	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/manifestantes-gritam-por-uma-vida-sem-catraca-em-ato-que-interdita-a-av-paulista-em-sp.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/manifestantes-gritam-por-uma-vida-sem-catraca-em-ato-que-interdita-a-av-paulista-em-sp.htm</a>
44	27/06/2013 15h22 27/06 18h42	1300	206	263	Contribuinte deve pagar pela tarifa zero no transporte, diz Passe Livre em sabatina	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/27/contribuente-deve-pagar-pela-tarifa-zero-no-transporte-diz-passe-livre-em-sabatina.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/27/contribuente-deve-pagar-pela-tarifa-zero-no-transporte-diz-passe-livre-em-sabatina.htm</a>
45	17/06/2013 22h07 e 18/06/2013 00h12	1300	295	260	Grupo de manifestantes tenta invadir Palácio dos Bandeirantes, em SP	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/grupo-de-manifestantes-tenta-invadir-palacio-dos-bandeirantes-em-sp.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/grupo-de-manifestantes-tenta-invadir-palacio-dos-bandeirantes-em-sp.htm</a>
46	22/06/2013 18h05 21h56	261	58	258	Manifestantes voltam às ruas em Brasília e criticam pronunciamento de Dilma	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/22/manifestantes-voltam-as-ruas-em-brasilia-e-criticam-pronunciamento-de-dilma.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/22/manifestantes-voltam-as-ruas-em-brasilia-e-criticam-pronunciamento-de-dilma.htm</a>
47	18/06/2013 20h59 e 19/06 03h17	1400	75	256	Grupo saqueia e depreda lojas na região central de SP; ao menos 56 são detidos	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/grupo-saqueia-e-depreda-comercio-na-regiao-central-de-sp-uma-pessoa-e-presa.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/grupo-saqueia-e-depreda-comercio-na-regiao-central-de-sp-uma-pessoa-e-presa.htm</a>
48	20/06/2013 20h21 e 21h31	1000	45	253	Após tentar Congresso e Planalto, manifestantes invadem Itamaraty, em Brasília	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/apos-tentar-congresso-e-planalto-manifestantes-entram-no-itamaraty-em-brasilia.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/apos-tentar-congresso-e-planalto-manifestantes-entram-no-itamaraty-em-brasilia.htm</a>
49	11/07/2013 11h04 as 18h18	416	33	246	Rodovias de acesso à cidade de SP e avenida Paulista são liberadas por manifestantes	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/07/11/manifestantes-bloqueiam-cinco-rodovias-de-acesso-a-cidade-de-sp-pontes-e-avenidas-da-capital.htm#comentarios">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/07/11/manifestantes-bloqueiam-cinco-rodovias-de-acesso-a-cidade-de-sp-pontes-e-avenidas-da-capital.htm#comentarios</a>
50	21/06/2013 09h20	577	65	239	Marcados novos protestos em pelo menos 60 cidades nesta sexta; SP tem ato contra 'cura gay'	<a href="http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/marcados-novos-protestos-em-pelo-menos-60-cidades-nesta-sexta-sp-tem-ato-contra-cura-gay.htm">http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/marcados-novos-protestos-em-pelo-menos-60-cidades-nesta-sexta-sp-tem-ato-contra-cura-gay.htm</a>

F= Facebook  
T = Twitter  
C= Compartilhamento