

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO**

**SENTIDOS SOBRE O JORNALISMO NO *TWITTER*: UMA  
ANÁLISE DO DISCURSO DOS INTERAGENTES SOBRE O  
JORNALISMO CONTEMPORÂNEO**

**MONOGRAFIA**

**Jéssica Conceição Ribeiro**

**Santa Maria, RS, Brasil**

**2015**

**Jéssica Conceição Ribeiro**

**SENTIDOS SOBRE O JORNALISMO NO *TWITTER*: UMA ANÁLISE DO  
DISCURSO DOS INTERAGENTES SOBRE O JORNALISMO CONTEMPORÂNEO**

Monografia apresentada como requisito parcial para a  
obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social -  
Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria.**

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Laura Strelow Storch

Santa Maria, RS  
2015

**Jéssica Conceição Ribeiro**

**SENTIDOS SOBRE O JORNALISMO NO *TWITTER*: UMA ANÁLISE DO  
DISCURSO DOS INTERAGENTES SOBRE O JORNALISMO CONTEMPORÂNEO**

Monografia apresentada como requisito parcial para a  
obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social -  
Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria.**

**Aprovado em 14 de dezembro de  
2015:**

---

**Prof.<sup>a</sup> Dra.<sup>a</sup> Laura Strelow Storch  
(Presidente/Orientadora)**

---

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Daiane Bertasso Ribeiro (UFSC)**

---

**M.<sup>a</sup> Mirian Redin de Quadros (UFSM)**

**Santa Maria, RS  
2015**

## **DEDICATÓRIA**

Ao meu avô Edir, que partiu durante o desenvolvimento deste trabalho. A dor da tua perda me fez repensar valores e enfrentar um dos momentos mais delicados da minha vida. Descobri a fragilidade da vida e encontrei uma força que não sabia que havia dentro de mim. Tenho certeza que onde estiveres te orgulhas em ter mais uma neta formada.

## AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho não seria possível sem o apoio e o suporte de várias pessoas, cada qual com um tipo de vínculo, mas todos fundamentais neste momento.

Agradeço primeiramente ao maior exemplo que tenho na vida: minha mãe. A sua maneira doce de incentivar sem cobranças, as palavras dosadas de acordo com cada momento, a calma e a paciência com essa filha estressada foram fundamentais em todos objetivos que conquistei. Ao meu pai, que igualmente apoiou-me em diversos momentos importantes, sempre demonstrando zelo e vibrando com cada pequena conquista. À minha família como um todo, que serviu de suporte e que, mesmo distante, sempre desejou o melhor para a minha trajetória.

Ao Victor, namorado e parceiro que entrou na minha vida neste último ano conturbado de faculdade e conseguiu compreender minhas ausências e crises de insegurança durante todo este período de TCC. E que mesmo distante se fez presente nos momentos em que mais precisei. Teu apoio e teu amor me motivaram do início ao fim deste trabalho.

Às gurias do Pilequinho, pelos momentos que compartilhamos durante toda a faculdade, dividindo sorrisos, lágrimas, apoio mútuo e muitas dúvidas e desesperos neste último ano. Estendo também a todos amigos, que de alguma forma demonstraram preocupação e puderam compreender minha impaciência durante este período.

À Laura, orientadora paciente que soube compreender minhas fragilidades e teve toda paciência do mundo com essa orientanda complicada. Obrigada pela dedicação e pelos ensinamentos, ganhaste mais uma admiradora, pela profissional competente que és e pela pessoa incrível que descobri durante as orientações.

Ao Gabinete do Reitor, local de grandes ensinamentos nestes últimos três semestres de academia. Em especial ao Claudio, que soube compreender os momentos de distração e cansaço, sobretudo neste último semestre. Teu incentivo serviu de motivação para fazer o meu melhor.

E a todos que das maneiras mais simples demonstraram apoio durante toda a trajetória acadêmica. Cada palavra e cada incentivo constituíram minha coragem de seguir em frente na busca pelos meus objetivos.

## RESUMO

### SENTIDOS SOBRE O JORNALISMO NO *TWITTER*: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DOS INTERAGENTES SOBRE O JORNALISMO CONTEMPORÂNEO

AUTORA: JÉSSICA CONCEIÇÃO RIBEIRO  
ORIENTADORA: LAURA STRELOW STORCH

O presente trabalho de pesquisa apresenta um estudo acerca da relevância da internet na constituição do jornalismo, tendo como objetivo, destacar os sentidos percebidos pelo público no *Twitter* a respeito da atividade jornalística como um todo. Ao partir do reconhecimento do jornalismo como um gênero de discurso reconhecido e legitimado pela sociedade, o público mostra-se capaz de atribuir valores e questionar técnicas jornalísticas no contexto atual de instantaneidade e alcance da *web*. O percurso narrativo do trabalho inicia com a configuração histórica do jornalismo, demonstrando como houve a consolidação dos valores institucionais da atividade e como o público foi inserido neste contexto ao longo da história. Apresentamos também como a internet trouxe alterações nas rotinas produtivas dos profissionais e na prática jornalística em geral, com o estabelecimento do ciberjornalismo, quando também evidenciamos as características do mesmo. Demonstramos esse reconhecimento do público através da análise de *tweets* com referência a duas matrizes de sentido: a prática jornalística e os valores institucionais, obedecendo as posições de fala dos sujeitos, sendo eles leitores, jornalistas, estudantes de jornalismo e veículos. Como aporte metodológico utilizamos a Análise de Discurso de linha francesa. Com o estabelecimento deste trajeto destacamos a participação massiva dos leitores nos comentários e a preocupação prioritária com os elementos da prática da atividade jornalística, reconhecendo majoritariamente os fatores ligados à técnica e a produção jornalística.

**Palavras-Chaves:** Ciberjornalismo; Leitores; Discurso; Posições de Sujeito; Twitter.

## ABSTRACT

### **DIRECTIONS ON JOURNALISM IN *TWITTER*: A DISCOURSE ANALYSIS OF INTER-AGENTS ABOUT CONTEMPORARY JOURNALISM**

AUTHOR: JÉSSICA CONCEIÇÃO RIBEIRO  
ADVISOR: LAURA STRLOW STORCH

This research's work presents a study on the relevance of the internet in the constitution of journalism, aiming to highlight the senses perceived by the public on Twitter about journalism as a whole. From the recognition of journalism as a recognized genre of discourse and legitimized by society, the public appears to be able to assign values and to question journalistic techniques in the current context of immediacy and reach of the web. The narrative journey of the work begins with the historical setting of journalism, demonstrating how there was the consolidation of institutional values of the activity and how the public has been inserted in this context throughout history. We also present as the internet has brought changes in the productive routines of professional and journalistic practice in general, with the establishment of cyberjournalism, while also show the characteristics. We demonstrated this public recognition by analyzing tweets with reference to two arrays of sense: the journalistic practice and institutional values, following the speech positions of the subjects, they readers, journalists, journalism students and vehicles. As methodological approach used the French Discourse Analysis. With the establishment of this path we highlight the massive participation of readers in the comments and priority concern with the elements of the practice of journalism, mainly recognizing the factors related to technical and journalistic production.

**Keywords:** Cyberjournalism; Readers; Discourse; Subjects Positions; Twitter.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1: Técnica/Prática Jornalística .....	60
Quadro 2: Valores institucionais .....	61
Esquema 1: Matrizes de sentido sobre jornalismo que circulam no <i>Twitter</i> .....	62



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>09</b>
<b>1 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO .....</b>	<b>12</b>
1.1 A FORMAÇÃO HISTÓRICA DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO .....	12
1.2 AS (RE)CONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO NA ATUALIDADE.....	19
<b>2 A INTERNET E AS ALTERAÇÕES NO CENÁRIO JORNALÍSTICO.....</b>	<b>24</b>
2.1 O DESAFIO DOS JORNALISTAS NA ERA DA <i>WEB</i> E DA VIGILÂNCIA DO PÚBLICO .....	24
2.2 A REORGANIZAÇÃO NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS .....	26
2.3 A CIRCULAÇÃO E A RECIRCULAÇÃO DE NOTÍCIAS NA <i>WEB</i> .....	28
2.4 A MEDIAÇÃO JORNALÍSTICA E O PÚBLICO SEGMENTADO.....	31
2.5 UM PÚBLICO MAIS ATUANTE.....	34
<b>3 ASPECTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>37</b>
3.1 OBJETO .....	38
<b>3.1.1 O <i>Twitter</i> .....</b>	<b>39</b>
3.2 RECORTE .....	41
<b>3.2.1 O <i>plugin NodeXL</i>.....</b>	<b>41</b>
<b>3.2.2 <i>Tweets</i> descartados.....</b>	<b>42</b>
3.3 MÉTODO .....	43
3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS MATRIZES DE SENTIDO.....	45
<b>4 ANÁLISE .....</b>	<b>47</b>
4.1 A TÉCNICA JORNALÍSTICA EM QUESTÃO NO <i>TWITTER</i> .....	47
4.2 OS VALORES INSTITUCIONAIS ANALISADOS NO <i>TWITTER</i> .....	53
4.3 COMENTÁRIOS DIRECIONADOS À INSTITUIÇÕES E JORNALISTAS .....	58
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>64</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>67</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICE A: <i>TWEETS</i> CLASSIFICADOS POR MATRIZES DE SENTIDO .....</b>	<b>71</b>

## INTRODUÇÃO

A internet se configura como parte estruturante da sociedade contemporânea, fazendo com que atividades relevantes ao desenvolvimento social estejam condicionadas ao meio *online* e suas ferramentas multimídias. Visto como mediador entre público e instituições políticas, formador de opinião e instituição reconhecida por sua função social, o jornalismo é uma dessas atividades ajustadas à *web* atualmente.

Contudo, o cenário jornalístico ainda passa por relevantes modificações para encontrar a adaptação ao meio *online*. A instituição precisou acompanhar as alterações sociais ao longo dos anos – que incluem inovações tecnológicas, além de mudanças políticas e econômicas – a fim de manter sua relevância na sociedade. A atividade jornalística precisou modificar técnicas de produção de notícias, apuração das informações, publicação, circulação e, principalmente, lidar com novos fatores de recepção.

Além de ocupar as páginas dos jornais, a televisão e o rádio, o jornalismo passou a apropriar-se do espaço na internet, denominando-se como ciberjornalismo ou o jornalismo produzido e reproduzido com ferramentas tecnológicas. O conceito de ciberjornalismo será utilizado neste trabalho, embora existam variações do termo que evidenciam para a mesma ideia de jornalismo associado a internet: jornalismo *online*, jornalismo digital, webjornalismo.

Se a produção jornalística foi reconfigurada pela internet, o público também acompanhou esta reconfiguração. A *web* possibilitou uma espécie de empoderamento do público frente as instituições, principalmente às jornalísticas. Atualmente, o leitor dispõe de ferramentas e plataformas *online* que transformaram as relações entre leitores e jornalistas. Através de e-mails e sites de redes sociais, o contato entre o público e as instituições foi modificado, e agora pode ser efetuado de forma mais direta.

Neste trabalho, vamos nos ater à importância do espaço dos sites de redes sociais, que se apresentam como tendência global a partir do fim da primeira década dos anos 2000. Estes espaços proporcionam aos usuários, um lugar de interação, troca de informações e circulação de conteúdo, o que modificou consideravelmente a circulação de notícias. Além disso, o público ganhou status de produtor de conteúdo, tornando-se muito mais participativo no processo de apuração jornalística.

Ao abordar a formação histórica do jornalismo e como se deu a construção de seus princípios básicos ao longo do tempo, evidenciamos como o público participou desta formação, configurando o reconhecimento da instituição jornalística através desta perspectiva.

Além disso, buscamos problematizar com questão da influência da internet na atividade jornalística. Tendo como base este cenário de reconhecimento, elegemos como problema de pesquisa delimitar quais são as manifestações acerca dos valores jornalísticos e das técnicas jornalísticas no *Twitter*. Sendo assim, nosso objetivo geral é o reconhecimento desses sentidos. Como objetivos específicos, apresentamos a categorização dos atores que se manifestam a respeito deste assunto no *Twitter* e quais são os sentidos que eles mobilizam.

Tendo o *Twitter* – um dos sites de redes sociais mais populares do mundo - como objeto de pesquisa, faremos um recorte dos sentidos despertados pelo jornalismo, obedecendo o perfil dos emissores das manifestações. Através da coleta de *tweets* com referência a valores do jornalismo, destacaremos as manifestações acerca do jornalismo como instituição e do questionamento referentes à prática jornalística e suas técnicas.

Partimos do conceito de jornalismo como gênero discursivo (BENETTI, 2008), institucionalizado e legitimado por leitores, jornalistas, instituições, anunciantes e fontes. Através destes destaques, buscamos notabilizar como o público reconhece este gênero, ao ponto de indicar funções, princípios e falhas. Com um *corpus* de 100 *tweets* observamos uma classificação destes em duas grandes matrizes de sentido: a prática jornalística e a instituição jornalística. Através do destaque de elementos que façam referência a essas matrizes, conseguimos delimitar os temas das principais manifestações acerca do jornalismo no *Twitter*.

No primeiro capítulo abordaremos o contexto histórico de formação do jornalismo, mostrando como se deu a construção de seus valores – atualmente questionados. Buscamos considerar fatores que influenciaram esta estruturação, como a base no capitalismo, nas ideias iluministas e na política. Com a ação destes fatores, o jornalismo foi referenciado como mediador entre o povo e o poder público, além de ser visto como meio de esclarecimento dos cidadãos. Utilizamos as contribuições sobre a história de desenvolvimento do jornalismo de autores como Sousa (2008) e Barsotti (2014). E ainda, os valores instituídos pela profissão abordados por Franciscato (2005) e Traquina (2007). Iremos, então, realizar a ligação destes fatores com o desenvolvimento profissional dos jornalistas para retratar como foram edificados os valores jornalísticos.

A reestruturação da prática e das técnicas jornalísticas é o assunto do segundo capítulo, quando inserimos o advento da internet como fator determinante destas mudanças. Apontamos características do ciberjornalismo, utilizando autores que problematizam algumas transformações do jornalismo para o meio *online*, como Moretzshon (2002) e Sousa (2002). Também inserimos neste capítulo, a atuação do público como aspecto fundamental da reconfiguração da atividade jornalística na internet.

No terceiro capítulo apresentamos a proposta metodológica do trabalho, baseado na Análise do Discurso (AD) de linha francesa. Através da AD faremos o mapeamento das opiniões considerando as posições de fala dos sujeitos. Consideramos na AD o processo comunicacional proposto por Charaudeau (2007), sobretudo nas instâncias da produção e da recepção. Também procuramos explorar o percurso de métodos testados no princípio do trabalho, até definirmos o melhor recorte para a pesquisa. Apresentamos também o nosso objeto: o *Twitter* e suas funcionalidades, evidenciando como as informações circulam neste espaço. Além disso, retratamos como foi realizado o recorte da pesquisa e o auxílio providencial do *plugin NodeXL* neste processo. Por fim, apresentamos as matrizes de sentido que nortearão a análise: a prática e a técnica jornalística; e os valores institucionais.

A análise é representada no quarto capítulo, fracionada em três itens: a técnica jornalística, os valores institucionais e os comentários direcionados à veículos e jornalistas. No primeiro item inserimos comentários relacionados aos recursos utilizados na prática jornalística propriamente dita, como apuração, escolha das fontes e a maneira como o texto é abordado. Nos valores institucionais apresentamos manifestações relacionadas aos princípios fundamentais do jornalismo. E, no último item, indicamos os *tweets* voltados as instituições e aos profissionais, trazendo questionamentos diretos aos veículos. Através da definição de marcas discursivas que façam referência a estes temas, realizamos a categorização e a tabulação dos dados obtidos.

Além disso, apontamos a origem dos comentários, levando em conta as posições dos sujeitos de fala: leitor, jornalista, estudante de jornalismo e veículo. Mostramos a grande participação dos leitores, sobretudo, com as técnicas utilizadas pelos meios, através de indagações, críticas e comentários em geral.

Com a constituição deste percurso que aborda questões teóricas de compreensão do contexto de desenvolvimento do jornalismo e a inserção da internet, aliado as questões práticas evidenciadas nas manifestações coletadas no *Twitter*, buscamos exibir e problematizar a conjuntura atual da profissão sob as percepções do público.

## **1. A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO**

O jornalismo é uma atividade socialmente relevante, instituída na modernidade como parte de um projeto de Estado, associado a valores como democracia e liberdade de informação. Como objeto de pesquisa, o jornalismo pode ser pensado através de diferentes concepções, autores e definições. Dentre as tradições principais, podemos compreender o jornalismo como uma forma de conhecimento (GENRO FILHO, 2012; MEDITSCH, 1992) – de onde reconhecemos a noção do jornalismo como ferramenta de acesso ao mundo, de integração do homem na sociedade, sob a ideologia do capitalismo. Nesse sentido, também se pode compreender o jornalismo como forma de esclarecimento (MORETZSOHN, 2007). Partindo do desenvolvimento da atividade no período iluminista, o jornalismo teria como função esclarecer os cidadãos, oferecendo informações capazes de despertar o sentido crítico da sociedade.

Mas o jornalismo também pode ser compreendido como um tipo particular de discurso (BENETTI, 2008), organizado a partir de contrato de comunicação e reconhecível pelos sujeitos implicados na negociação de sentidos. Leitores, jornalistas, fontes, anunciantes, entre outros, todos reconhecem a tipicidade do jornalismo e aprendem a operar com os modos de organização da instituição. Todas essas formas de compreensão do jornalismo apontam contribuições significativas para a compreensão de um objeto complexo. Como norteadores da discussão, neste trabalho pretendemos utilizar a proposta de jornalismo como espaço institucionalizado, como apontada por Franciscato, onde a sociedade produz sua "vivência social no tempo presente" (2005, p. 15). Assim como, será abordada a prática profissional propriamente dita, tendo como base Neveu (2006), propomos apresentar o jornalismo a partir de uma perspectiva histórica da formação do jornalismo, apontando para o desenvolvimento da profissão, bem como para as mudanças observadas no campo institucional.

### **1. 1 A FORMAÇÃO HISTÓRICA DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO**

A história do jornalismo percorre mais do que diferentes épocas e costumes. A atividade jornalística como conhecemos hoje passou por um longo processo de mudanças e adaptações ao longo dos anos. A maneira como os fatos são noticiados foi influenciada historicamente pelas mudanças sociais, políticas e econômicas, além dos avanços na tecnologia. Antes da profissionalização, o jornalismo como "prática social voltada para a

produção de relatos sobre eventos do tempo presente" (FRANCISCATO, 2005, p. 15) já foi exercido por mensageiros, intelectuais e escritores.

O hábito de relatar os fatos iniciou com os mensageiros, que comentavam e reportavam nos mercados e nas cortes os acontecimentos que presenciavam. Posteriormente, o ofício passou a ser exercido por diplomatas, editores de livros e negociantes com acesso a informações privilegiadas; "os primeiros jornalistas-escritores estavam a serviço dos príncipes governantes, das cidades-estado ou das grandes casas comerciais em países estrangeiros (BARSOTTI, 2014, p. 87)".

Com o tempo, os relatores passaram a incorporar novas funções e aproximar-se com a imagem do jornalista atual. No século XVI surgem as primeiras gazetas, mas é só no século XVII, na Alemanha, que surgem os primeiros jornais, com tiragem de cem a duzentos exemplares. No entanto, Barsotti (2014) destaca que a atividade jornalística na época era marcada por características artesanais.

O período renascentista e o sistema tipográfico de Gutemberg constituem um período de avanços para a reprodução de notícias. Esta época criou um cenário favorável para o desenvolvimento de inovações e propagação de novas ideias e expressões:

Assistia-se, [...] à intensificação da circulação de informações e ideias, prefigurando a liberdade de expressão das sociedades livres e democráticas contemporâneas e possibilitando a construção de novos conhecimentos e a difusão de novos artefactos e técnicas (SOUSA, 2008, p. 68).

No século XVIII, a influência das ideias do movimento iluminista permeou a atividade jornalística. O jornalismo adquiriu características que remetiam as convicções do movimento, e foi nesse período que ele começou a se consolidar. Além disso, o clima de mudança provocado pelo Iluminismo aumentava a necessidade de informação da população. Para Moretzsohn (2007) as influências iluministas fizeram do jornalismo mais do que um mero relato de fatos, mas um meio de esclarecer os cidadãos.

Tanto na Europa quanto na América, o jornalismo era voltado principalmente para as questões políticas. Na Europa, os cafés e os clubes de cavalheiros eram espaços de debate e disseminação de ideias, sobretudo, acerca de assuntos políticos e econômicos. Munaro (2014, p. 48) destaca a importância das *coffeeshouses* inglesas e sua relação efetiva com a atividade jornalística: "os repórteres dos principais periódicos tinham o hábito de frequentar estes espaços munidos de papel e pena, prontos a anotar as ideias consideradas mais importantes - ou mais pertinentes para as posições políticas de seus jornais". Com a consolidação destes

espaços e a constante circulação de novas ideias e informações, os jornais começaram a expandir, servindo de intermediadores nos debates entre os cidadãos.

Ainda no século XVIII surge um modelo britânico de “empresa” jornalística, voltado ao jornalismo político e configurado através de sociedades entre grupos de cidadãos: “este modelo contribuiu para a profissionalização dos jornalistas, e para a diferenciação entre o território do jornalismo e dos jornalistas propriamente dito e o da tipografia e dos tipógrafos” (SOUSA, 2008, p. 97).

Enquanto isso nos Estados Unidos, o clima era de insatisfação com a dependência da metrópole, e o jornalismo era voltado à crítica ao governo colonial. Com a independência americana, a imprensa obteve importantes conquistas como a Primeira Emenda, que garantiu caráter inviolável da liberdade de expressão nos Estados Unidos. Para Sousa, a Primeira Emenda foi um importante passo para o futuro do jornalismo americano:

Com esse instrumento, os Estados Unidos converter-se-ão não apenas no mais forte produtor de conteúdos culturais, mas também no país onde primeiro ocorrerão as principais transformações que o jornalismo atravessará ao longo dos séculos XIX e XX (SOUSA, 2008, p. 99).

Mas foi durante a Revolução Francesa, no fim do século XVIII, que os jornais ganharam ainda mais destaque. Com ênfase no jornalismo político e literário, a imprensa defendia partidos políticos, emitindo opiniões e críticas. A profissão de jornalista ainda não era reconhecida, e quem exercia essa função eram os escritores, os intelectuais e os políticos. O jornalismo ainda não era visto como negócio, no entanto, o crescimento do número de jornais era constante, como explica Barsotti (2014, p. 88): “naquela época, as empresas jornalísticas ainda não estavam orientadas para o lucro e eram deficitárias. Seu principal propósito era defender bandeiras políticas [...] Em Paris, somente entre fevereiro e maio de 1789, surgiram mais de 200 jornais”.

O jornalismo só foi transformado em atividade profissional no século XIX. Organizando-se em grupos, os jornalistas buscaram assim, adquirir direitos e tornarem-se profissionais: “uma forma de promover a profissionalização foi a criação de clubes, associações, sindicatos, etc” (TRAQUINA, 2007, p. 64). A liberdade de imprensa - assegurada em 1791 nos EUA e em 1830 na Inglaterra - foi fundamental para a conquista da profissionalização e da expansão do jornalismo,

Tal segurança jurídica incentivou a publicação dos jornais como atividade lucrativa, já livres do risco da censura. Ao mesmo tempo, a urbanização contribuiu para a ampliação do número de leitores e para o barateamento dos custos de distribuição (BARSOTTI, 2014, p. 90).

Com a Revolução Industrial e os novos ideais voltados às práticas capitalistas e produções em grande escala, a imprensa encontrou a possibilidade de crescimento. Além disso, o desenvolvimento industrial propiciou que o jornalismo encontrasse novas alternativas para a produção de notícias. Fatores como o surgimento de novos meios de comunicação – como o telégrafo e o telefone – e de transporte facilitaram e aprimoraram o trabalho jornalístico, fazendo com que o jornalismo ocupasse ainda mais espaço e importância na sociedade.

No entanto, as novas tecnologias exigiram investimentos no meio jornalístico, transformando os veículos de informação em grandes empresas modernizadas e com mais capital:

A partir das primeiras décadas do século XIX, a atividade que se iniciara com base nas discussões político-literárias começa a se transfigurar em grande empresa capitalista. As inovações tecnológicas nos processos de produção do jornal obrigaram as empresas a fazerem altos investimentos para se modernizarem. (BARSOTTI, 2014, p. 90).

O século XIX representa para a profissão um importante crescimento. Entre os fatores que configuraram os avanços do jornalismo nessa época, a relação com a política sempre foi considerada fundamental. Segundo aponta Habermas (1984, *apud* SOUSA, 2008), as relações da imprensa com a política são divididas em duas fases. O início do século XIX representa a primeira fase, tendo a imprensa como espaço público de discussão e ideologias, remetendo aos antigos clubes de cavalheiros e a circulação de novas ideias políticas entre as elites cultas. Traquina (2007) expõe que neste período o jornalismo ainda era visto como uma atividade intelectual e de pouco prestígio, principalmente na França. No país, a forte ligação com a política e com a literatura, fazia com que o jornalismo fosse exercido por homens que tinham como destino a vida pública na política ou que primavam pela emissão das suas opiniões pessoais.

A segunda fase representa uma mudança nesse espaço público, quando o jornalismo é denominado como “Quarto Poder”<sup>1</sup>. Com a gradual ascensão social, educacional e política do

---

<sup>1</sup> O conceito do jornalismo como "Quarto Poder" surge no início do século XIX, ainda sob influência da Revolução Francesa. Considerando os três poderes existentes na época da Revolução - clero, nobreza e povo - o jornalismo foi configurado como vigilante destes poderes, sendo o quarto poder existente. Contudo, o conceito



operariado, principalmente pela conquista do direito ao voto, os jornais tornaram-se reprodutores dos anseios dos cidadãos. Além disso, os jornais eram vistos como meio de expressão de reivindicações e proteção contra as ações do governo.

Além das mudanças estruturais, o jornalismo deparou-se com alterações no comportamento do público leitor, o que só reforçou a necessidade de transformações no cenário jornalístico. Genro Filho (2012, p. 177) explica como os interesses e o comportamento dos leitores foram alterados, provocando mudanças significativas no exercício jornalístico:

O público é cada vez mais “mundano” e curioso. É que esse público, com a universalização progressiva das relações mercantis e capitalistas, está cada vez mais ligado, efetivamente, a uma multiplicidade de fenômenos que ocorrem em todos os lugares e, de diferentes maneiras, passam a interferir na vida das pessoas.

Com estas mudanças e a profissionalização, os jornalistas começaram a estabelecer alguns critérios. Foi nesta época que valores como a objetividade jornalística e a delimitação de critérios para elaboração de notícias começaram a ser observados. Barsotti (2014, p. 91) explica que “o ideal da objetividade jornalística surge nesse contexto da profissionalização, diante da necessidade de separar os fatos das opiniões, mistura que caracterizara o jornalismo político da fase anterior”. A utilização destes recursos implicou em mudanças significativas na produção de notícias da época, e que até hoje fazem parte das técnicas de redação jornalística:

O lead jornalístico-noticioso, a técnica jornalística da pirâmide invertida, a factualidade no relato, os procedimentos de objectividade fizeram, nessa época, a sua aparição como elementos dos saberes e competências profissionais, contribuindo para a autonomização dos jornalistas, para a consolidação do jornalismo como profissão e para a edificação de uma cultura e de uma ideologia profissionais. (SOUSA, 2008, p. 111).

O século XIX também ficou marcado especialmente pela formação dos primeiros jornalistas. Foi neste século que surgiram as primeiras agências de notícia e a primeira escola de jornalismo no mundo, em 1869, situada no Estado da Virgínia, nos Estados Unidos. Traquina (2007, p. 67) aponta que "muitos dos primeiros programas de ensino de jornalismo

---

ainda enquadra-se no contexto atual, como menciona Traquina: "No novo enquadramento da democracia, com o princípio de 'poder controla poder', a imprensa seria o 'quarto' poder em relação aos outros três: o poder executivo, o legislativo e o judicial" (2007, p. 31). A noção de quarto poder, obviamente, é uma alegoria sobre a função social do Jornalismo. Não pode ser pensada como parte institucional da formação do Estado ou como definidora da atividade jornalística, mas permite o reconhecimento de um valor social historicamente associado ao Jornalismo, enquanto instituição com relevância pública para a manutenção da democracia.

davam ênfase ao treino da escrita e da edição, primeiro nos departamentos de Inglês, depois em departamentos independentes e escolas de Jornalismo". Em 1883, na Inglaterra, é fundada a primeira organização profissional de jornalistas. Com estes importantes avanços, o jornalismo passou a seguir um padrão, constituído de valores de informação,

[...] à medida que o jornalismo se profissionalizava e invadia as universidades, os jornalistas melhoravam o seu estatuto social e autonomizavam-se como grupo profissional, cultivando um conjunto de conhecimentos e competências específicos, bem como normas de conduta que expressam o conjunto de valores que ainda hoje sustentam a sua ideologia e cultura profissionais (SOUSA, 2008, p. 113).

Concomitante à profissionalização, nos Estados Unidos o jornalismo inicia sua popularização, com o *penny press*, que para atrair o público vendia jornais a preços populares e que apresentavam valores igualitários para a sociedade.

Os *pennypapers* expressaram e edificaram a cultura de uma sociedade democrática de mercado, uma cultura que não tinha espaço para deferências sociais ou intelectuais. Eles foram o alicerce sobre o qual a crença nos fatos e um descrédito pela realidade ou a objetividade de “valores” podia prosperar (SCHUDSON, 2010, p. 75).

A primeira geração do jornalismo popular começa a pensar o jornalismo como um negócio. Para obter lucro, os jornais foram abertos a investimentos publicitários,

[...] na medida em que conquistava grandes circulações e anunciantes, este novo jornalismo de informação contribuía para a consolidação da empresa jornalística como negócio lucrativo, transformando a notícia em mercadoria (BARSOTTI, 2014, p. 92).

Mas as mudanças foram além dos investimentos econômicos, o posicionamento editorial dos jornais também sofreu alterações. Os jornais populares buscaram distanciar-se da política, sem admitir partidos e posições. Esta alteração do cenário jornalístico trouxe mudanças também no que era definido por notícia. Os jornais passaram a abordar diversos assuntos, buscando atingir maior público, através de uma linguagem mais clara. Surgem então as notícias de interesse público, que vão além de questões políticas e econômicas: “os *pennypapers* fizeram da 'narrativa de interesse humano' não somente uma parte importante do jornalismo diário, mas seu aspecto mais característico” (SCHUDSON, 2010, p. 39).

Nesta nova fase, os jornais começaram a contratar correspondentes internacionais e recém diplomados, além disso, o trabalho de jornalista começou a ser remunerado. Cria-se também a divisão da redação entre setores: editorial, reportagem e gestão.

A segunda geração do jornalismo popular americano "introduziu novos ritmos e padrões na imprensa americana, para o que contribuiu, igualmente o importante papel das agências de notícia" (SOUSA, 2008, p. 144). Textos mais emotivos e uso de manchetes e temáticas ainda mais populares, são algumas das diferenciações entre as duas fases. Mas as principais alterações estão nos novos gêneros jornalísticos inseridos: o jornalismo investigativo, o uso recorrente de entrevistas e a elaboração de reportagens são os destaques desta fase. Ressalta-se então novamente o jornalismo como “Quarto Poder”, expondo para a população, casos de corrupção e denúncias.

O “jornalismo de partido” ainda dominou a Europa durante boa parte do século XIX, sobretudo na França. Traquina (2007) atribui a forte ligação do jornalismo francês à política, com o fato dos jornais franceses terem pouco investimento publicitário, dependendo então, de investimentos de partidos políticos. Mas aos poucos, alguns jornais e revistas passaram à linha editorial de informação. Na Inglaterra e na França foi onde mais se observou as mudanças editoriais da imprensa.

Pode-se acompanhar o cenário das transformações no jornalismo europeu no século XIX seguindo o que se passou em dois casos paradigmáticos: o francês (pela sua influência em toda a Europa continental) e o britânico (devido ao modelo de liberdade formal de imprensa que já cultivava e aos fortes laços com a imprensa norte-americana) (SOUSA, 2008, p.159).

Aos poucos o jornalismo foi perdendo a ligação direta e dependente com a política. Para Traquina (2007, p. 38), a agilidade adquirida pelo uso do telégrafo e os ideais da *pennypress* provocaram mudanças no conceito de notícia:

As notícias tornaram-se mais orientadas para o acontecimento, o que não significa que o anterior jornalismo não noticiasse acontecimentos, mas foi nestes que se começou a processar uma maior concentração em detrimento do debate sobre questões políticas.

A mudança de postura editorial e o aumento do número de jornais e revistas ocasionaram na Inglaterra, um dos primeiros fenômenos de concentração de propriedade de imprensa do mundo.

A globalização, a aceleração do desenvolvimento e do progresso científico e tecnológico são apontados por Sousa (2008) como fatores marcantes de um século rico historicamente: o século XX. No entanto, enquanto importantes alterações eram observadas no jornalismo europeu e americano, o jornalismo brasileiro vivia no século XX, o jornalismo político praticado por escritores e intelectuais. O atraso da evolução da atividade jornalística no Brasil é atribuído a questões econômicas de um país desenvolvido tardiamente:

[...] no caso brasileiro, as peculiaridades de um país que começava apenas nesse momento a industrializar-se, com mais ênfase, fazem com que exista um relativo descompasso entre nossa imprensa e a dos países capitalistas mais avançados. (ROMANCINI e LAGO, 2007, p.68)

O jornalismo no Brasil só começou a ser pensado como negócio do capitalismo na segunda década do século XX. Também nesta época, começaram a ser observadas mudanças nos gêneros jornalísticos, com o declínio do jornalismo de opinião, "de modo que a informação começará a moldar o jornalismo, a partir das primeiras décadas do século XX até hoje" (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 68).

A regulamentação do jornalismo no país começou em 1938, com o Decreto-Lei 910. O Decreto simplificava o trabalho jornalístico, e conceituava o jornalista no primeiro parágrafo do Art. I, como: "o trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca de informações até à redação de notícias e artigos e à organização, orientação e direção desse trabalho".

## 1.2 AS (RE)CONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO NA ATUALIDADE

Visto o cenário histórico da institucionalização e as características adquiridas pelo jornalismo nos últimos séculos, percebemos que o contexto jornalístico atual é um reflexo da maneira como a profissão foi se desenvolvendo ao longo dos anos. A tardia profissionalização, a dificuldade na delimitação do que é ser jornalista e a influência do capitalismo e da política são alguns fatores que transpõem a história do jornalismo e exercem influências até os dias atuais.

O jornalismo desenvolveu-se como espaço para a democracia, constituindo ao longo da história, um importante local para debates e de forte influência política: "apesar dos percalços para ser reconhecido como uma profissão, o jornalismo historicamente se firmou como uma atividade cujo pilar seria a defesa dos ideais nobres da democracia e da justiça" (BARSOTTI, 2014, p. 86). O poder de informação – propiciado pelo jornalismo - constitui uma lacuna essencial na formação cidadã das pessoas, além disso, "só uma população informada pode, em consciência, participar nos processos de tomada de decisão (principalmente através do voto)" (SOUSA, 2002, p. 33).

A confiança da população na figura do jornalista fica evidente quando o jornalismo é denominado "Quarto Poder", capaz de vigiar os demais poderes e evidenciar os anseios do povo: "os jornais eram vistos como um meio de exprimir as queixas e injustiças individuais e

como uma forma de assegurar a proteção contra a tirania insensível” (TRAQUINA, 2005, p. 47).

Esta capacidade de proteger e alertar o cidadão, além de constituir o jornalismo como um espaço para democracia, atribuiu legitimidade e credibilidade ao trabalho do jornalista. Genro Filho (2012, p. 180, grifo do autor) explica que, “[...] o jornalismo desempenha seu papel ideológico de reforçar também *determinadas condições* imaginárias de cidadania, preparando os indivíduos e as classes para a adesão ao sistema.”

Mais do que atuar na consciência política do público, o jornalismo também procura empreender na capacidade de apelo por justiça da população. Ainda utilizando o jornalismo como “Quarto Poder”, Moretzsohn (2007, p. 143) ressalta que os veículos se apresentam como substitutos das instituições, principalmente no campo criminal:

[...] o jornalismo exerce uma ação de indiscutível apelo popular, servindo literalmente de palco para a expressão de queixas e demandas variadas e atuando eficientemente no vácuo representado pela reconhecida distância entre o aparelho judiciário e o homem comum, que se traduz gravemente nas dificuldades de acesso das pessoas simples à Justiça.

O espaço ocupado pelo jornalismo é tão relevante que Sousa (2002, p. 122) considera os meios jornalísticos como o principal veículo de comunicação pública: “os meios jornalísticos tomam parte da estrutura social, econômica, histórica e cultural da comunidade em que se inserem e na qual se desenvolveram”. No entanto, o autor ressalta que a identidade de cada sociedade interfere no espaço que o jornalismo ocupará em cada território: “a presença dos meios jornalísticos no meio social depende da sociedade em que estão e/ou estiveram inseridos” (SOUSA, 2002, p. 123).

Vale destacar que a comunicação difundida passa pela mediação dos meios, mostrando uma realidade de acordo com os interesses de cada veículo, o que nem sempre é apreendido pelo público. Historicamente, a determinação de quais acontecimentos serão noticiados, sob qual viés serão veiculados e quais fontes serão consultadas obedecem às políticas editoriais de cada veículo. Sobre isso, Sousa (2002, p. 123) alerta para “ [...] uma cobertura desigual dos diferentes setores da sociedade e que levam a que determinadas pessoas e instituições tenham presença “fixa” nos *news media* em detrimento de outras pessoas e de outras organizações.”

A realidade “recortada”, apresentada pelo jornalismo, contribui para a construção de uma noção de realidade compartilhada pelo público. O jornalismo é construído pela realidade social, mas sempre que seleciona acontecimentos, hierarquiza-os e os narra publicamente, atua de forma significativa como construtor de modos de compreensão dessa mesma realidade

social<sup>2</sup>. Para Sousa, foi no período de maior crescimento da atividade jornalística que o jornalismo aderiu características de construir efetivamente a realidade do público:

[...] a partir do século XIX, a imprensa começou a ter um papel muito mais relevante na “construção social da realidade” (ou seja, na constante e processual edificação dos referentes e imagens que tomamos pela realidade e que dela fazem parte), o que agudizou os apetites pelo controlo da comunicação social. (SOUSA, 2008, p. 112)

Alsina (2009, p. 47) acredita que este papel do jornalista como construtor é legitimado, pois o público encontra no profissional, credibilidade para cumprir tal função: “os jornalistas têm um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante”.

O jornalismo sempre esteve fortemente atrelado a fatores da história, influenciando também, nas relações sociais. Entre os fatos históricos de maior repercussão no desenvolvimento da atividade jornalística está a Revolução Industrial, que representou avanços na tecnologia, na logística e, conseqüentemente, no modo de vida das pessoas. As ferrovias e as invenções do telefone e do telégrafo são alguns exemplos que possibilitaram uma mudança no cotidiano das pessoas. A comunicação ganhou um novo ritmo, mais acelerado e mais exigente. As notícias precisam ser transmitidas cada vez mais rápidas ao público, para manter-se atualizadas e então cumprir sua função primordial: informar.

A notícia tem um tempo de existência efêmero, seja em conseqüência da velocidade do movimento do mundo que desatualiza o relato jornalístico, seja pelos modos como a organização jornalística aplica a esta volatilidade mecanismos para sua substituição regular ou sua permanência em desdobramentos sucessivos. A notícia traz, normalmente de forma explícita, marcas do presente que afirmam sua singularidade temporal, sua duração breve na expressão de um presente que se esvai. (FRANCISCATO, 2005, p. 18)

Impulsionado pelo imediatismo - característico do capitalismo - e pelas novas tecnologias, o público aumentou e a necessidade de transmissão de notícias também, o que interferiu na velocidade com que as informações são transmitidas. Traquina (2007, p. 147) ressalta a busca incessante dos jornalistas pela transmissão imediata das notícias:

---

<sup>2</sup>Apropriada do trabalho desenvolvido pelos autores norte-americanos Berger e Luckmann (1965), a conceituação sobre a construção social da realidade permite que se possa problematizar a relação do jornalismo com o cotidiano social. Enquanto mediador de sentidos, através da seleção de acontecimentos noticiáveis, o jornalismo contribui para a formação do que os autores definem como a “realidade mais real”, aquela instância da experiência cotidiana compartilhada coletivamente como real.

As notícias são vistas como um bem “altamente perecível”, valorizando assim a velocidade. O imediatismo age como medida de combate à deterioração do valor da informação. Os membros da notícia jornalística querem as notícias tão “quentes” quanto possível, de preferência “em primeira mão”. Notícias “frias” são notícias velhas”, que deixaram de ser notícia.

Mais do que o poder de informar, o jornalismo tem a capacidade de influenciar o público. Com uma realidade cada vez mais fugaz, onde as pessoas dividem-se entre diversas atividades e lidam com a escassez de tempo, a informação jornalística chega ao leitor como verdade absoluta, influenciando na realidade do leitor. Alsina (2009, p. 72) explica que,

A mídia localiza, qualifica e classifica os acontecimentos de acordo com o mapa da realidade social. Essas qualificações são avaliativas e normativas. Ou seja, elas determinam quais as realidades que são aceitáveis e quais não o são.

Para exercer essa influência, Traquina (2005) aponta dois poderes fundamentais dos jornalistas: decidir o que será noticiado e a maneira como o acontecimento será noticiado, interferindo na construção deste acontecimento como notícia. Além disso, o autor destaca que o jornalista exerce sua influência, principalmente, sobre assuntos de pouco domínio do público, como por exemplo, na política, onde o jornalismo funciona como mediador entre o público e o poder político. Assim como Traquina (2005), para Neveu (2006, p. 145), esta influência se dá pela “capacidade do jornalismo de hierarquizar e problematizar os acontecimentos e as questões”.

Além das fortes intervenções do cenário político, o jornalismo encontra parte do seu alicerce no sistema econômico. Foi através do capitalismo que as notícias se configuraram da maneira como conhecemos hoje e como foi explicado anteriormente. Juntamente com a política, o poder econômico é quem dita as regras de como o sistema deve funcionar, inclusive nos meios de informação.

Tendo como base os estudos de Ciro Marcondes Filho, o autor Genro Filho (2012, p. 115) explica como o capitalismo influenciou as necessidades de informação da população e o trabalho jornalístico:

[...] é o econômico que pressupõe e direciona o desenvolvimento das necessidades coletivas da informação em geral e, em particular, do jornalismo. [...] o capitalismo produziu a necessidade de um gênero de informação – por meio do qual também reproduz as bases econômicas e ideológicas do sistema -, que é precisamente fruto do jornalismo contemporâneo, o qual será herdado por qualquer sociedade que suceder a atual.

Ainda sob o reflexo da Revolução Industrial, a exigência por mais informações em um menor período de tempo, transformou o jornalismo em uma “indústria da informação”: “uma extensão da indústria propriamente dita” (GENRO FILHO, 2012, p. 182). Além disso, o autor reitera que o surgimento do jornalismo obedece a questões e interesses econômicos:

O jornalismo é a modalidade de informação que surge sistematicamente [...] para suprir certas necessidades histórico-sociais que [...] expressam uma ambivalência entre a particularidade dos interesses burgueses e a universalidade do social em seu desenvolvimento histórico. (GENRO FILHO, 2012, p. 182)

Com isso, as informações transmitidas – e produzidas - pelos jornalistas ganharam ainda mais destaque e importância para o desenvolvimento cultural, social e político das sociedades.

A *notícia jornalística* não pode ser considerada como uma modalidade da informação em geral. Não foi a transmissão genérica da experiência – o que sempre ocorreu em sociedade – e sim a transmissão sistemática, por determinados meios técnicos, de um tipo de informação necessária à integração e universalização da sociedade, a partir da emergência do capitalismo, que deu origem à notícia jornalística. (GENRO FILHO, 2012, p. 181, grifo do autor)

Esta necessidade de transmitir os acontecimentos da maneira mais rápida e eficiente para o público causou transformações na rotina jornalística. Mais do que informar com credibilidade, o jornalista precisa ser cada vez mais ágil, o que resultou em mudanças nas performances dos profissionais, principalmente, com aumento do desgaste dos jornalistas e a necessidade de maior capacitação. A capacidade de lidar com o tempo é o que diferencia o profissional do jornalismo. Para Traquina (2007), uma das principais competências do jornalista é ter o domínio do tempo, para não se tornar vítima dele.

Esta agilidade exigida dos jornalistas ficou ainda mais evidente com o surgimento da internet. A *web* trouxe mudanças significativas para as rotinas dos jornalistas e dos leitores. O público ganhou mais autonomia e desenvolveu um cenário de participação na construção das notícias, que jamais seria imaginado séculos atrás.

A história do jornalismo mostra que as transformações da profissão acompanharam mais do que avanços históricos e tecnológicos, mas também as mudanças no comportamento dos cidadãos. O jornalismo passou de simples relato dos fatos a construtor da realidade da sociedade. Os avanços da tecnologia e os novos recursos midiáticos mostraram novas possibilidades ao jornalismo, mas também produziram novas expectativas do público, que exige e cada vez mais dos profissionais do jornalismo.



## 2. A INTERNET E AS ALTERAÇÕES NO CENÁRIO JORNALÍSTICO

Com o crescente avanço da tecnologia e o surgimento de novas formas de informar, o jornalismo vive em constante processo de atualização. A popularização do acesso à internet e as inúmeras formas de consumo de informação disponíveis na *web* fizeram com que os meios de comunicação passassem por diversas transformações. Mais do que apenas inserir-se no meio digital, o jornalismo precisou descobrir como se inserir e conquistar o público *online*. O mundo contemporâneo exigiu mais do jornalismo, mais velocidade, transmissões em tempo real, reportagens mais complexas e, principalmente, com menor número de falhas possível.

Neste capítulo iremos elucidar essas alterações no cenário jornalístico a partir da emergência da internet. Mostraremos as mudanças compreendidas desde a produção jornalística – as principais alterações no momento da apuração, as diferenças da narrativa na *web* e outros aspectos –, passando pela circulação das notícias e seus novos mecanismos até a recepção do público - agora mais exigente e com mais ferramentas de produção e manifestação.

### 2.1 O DESAFIO DOS JORNALISTAS NA ERA DA *WEB* E DA VIGILÂNCIA DO PÚBLICO

A tecnologia alterou as rotinas produtivas e os modos institucionalizados de fazer jornalismo, além disso "como invenção da modernidade, o jornalismo é atravessado por sua crise, que o coloca frente a novos dilemas" (BARSOTTI, 2014, p. 29). Com a polifonia de vozes presentes na *web*, o jornalismo defronta-se com inúmeras críticas ao seu exercício, proporcionais aos novos desafios enfrentados pela profissão: "o difícil exercício do jornalismo, fácil de criticar, talvez se tenha tornado ainda mais difícil e mais fácil de criticar nos últimos tempos" (SOUSA, 2002, p. 199).

O jornalismo desenvolvido na *web* atribuiu novas características à atividade profissional, bem como à forma como as informações são veiculadas. Além disso, alguns princípios começam a ser repensados ou alterados. Contudo, apesar das inúmeras mudanças, os valores básicos do jornalismo ainda persistem, como explica Franciscato (2005, p. 248):

É compreensível que o jornalismo on-line não esteja descartando ou desestruturando boa parte das características ancestrais e fundantes já institucionalizadas, mas ele está possibilitando, à instituição jornalística, desenvolver relações temporais novas do fator 'novidade' com outros conteúdos ou fontes de informação.

A internet também trouxe outros desafios para o exercício do jornalismo. Se no século XVIII os clubes de cavalheiros eram espaços públicos de debate político, econômico e social, no século XXI é a *web* que se configura como um dos espaços mais relevantes de discussão. Através de redes sociais, espaços para comentários e outras formas de interação *online*, o leitor passou a ter contato direto com os veículos de informação, podendo emitir posicionamentos sobre as publicações. Com estas possibilidades de contato e manifestação, a internet configura-se como uma nova esfera pública, onde "as questões de interesse público ganharam um novo e inesgotável espaço [palco] de agendamento" (SILVA, 2006, p.43). Mais do que um espaço, o autor explica que a esfera pública corresponde a "um processo, a polêmica em si, a possibilidade da controvérsia e da existência, numa sociedade democrática, de uma esfera argumentativa" (SILVA, 2006, p. 43).

A corrida dos veículos jornalísticos para 'dar a notícia em primeira mão' sempre fez parte da rotina jornalística. Intrincado em sua base capitalista, para Moretzsohn (2002, p. 148) "a busca pelo instantâneo é a regra da atividade jornalística empresarial, pela própria lógica do sistema". No entanto, este fator foi intensificado com o surgimento e a popularização da internet. Pensando em atrair a atenção dos internautas, os veículos de informação optaram pelo imediatismo e pela instantaneidade na publicação de notícias. Com isso, a qualidade das publicações e alguns valores básicos do jornalismo ficaram comprometidos. Baseado em pesquisas, a autora aponta para a repetição de conteúdos pelos jornais *online*, reproduzidos de agências de notícias, sem qualquer verificação sobre o que é publicado. A autora aborda também a influência do imediatismo na credibilidade das publicações dos veículos de informação.

A "correria" é certamente maior no jornalismo *online*, como sempre foi intensa no rádio e na televisão. [...] Mas a imagem do jornal impresso como o lugar da informação segura, confiável porque checada, contextualizada e resultante da reflexão de repórteres e editores, é no entanto um mito – coerente, porém, com a imagem do jornalista como um militante incansável a serviço da informação (da *verdade*), capaz de, a qualquer momento, chegar à redação aos brados de "parem as máquinas", grito-síntese da idéia de subordinação da rotina industrial à força da notícia, tomada como valor supremo e única justificativa para a existência da imprensa. (MORETZSOHN, 2002, p. 136, grifo do autor)

Se os deslizos da imprensa não tinham muito destaque anteriormente, agora os erros são apontados, questionados e reproduzidos rapidamente por inúmeros internautas. A necessidade de transmitir a notícia com agilidade e conquistar a empatia do público, resultou

em incontáveis erros do ciberjornalismo<sup>3</sup>. Usando o exemplo de um caso de grande repercussão e desdobramentos em 2013, Pavlik (2014, p. 166) sinaliza para o risco de preterir a verificação das informações e priorizar a velocidade:

A velocidade é uma faca de dois gumes no mundo da distribuição de notícias. Embora exista grande valor em veicular notícias precisas à velocidade da luz para uma comunidade global, há também o risco de se espalhar rapidamente os erros em reportagens. As bombas na Maratona de Boston em 2013 são um caso a ser destacado. A mídia precipitou-se sobre informações pobremente checadas, resultando em numerosos erros graves nas reportagens. Algumas organizações midiáticas identificaram os indivíduos errados como suspeitos das explosões, levando a danos significativos às reputações destas pessoas e à reputação da própria mídia, bem como a processos legais por difamação.

Erros e equívocos sempre existiram, desde os primórdios do jornalismo impresso, até os deslizos provocados na competição entre rádio e TV, na avidez de primar pela instantaneidade. Entretanto, a principal diferença no contexto atual é a rapidez com que eles são apontados:

O que se altera é a velocidade e o alcance público da contestação a uma notícia inverídica ou precária: antes, o protesto limitava-se a telefonemas para a redação ou a cartas que a seção do leitor publicaria (ou não) no dia seguinte (MORETZOHN, 2007, p. 262).

Mais do que provocar alterações no ritmo da rotina jornalística e possibilitar que o público se sinta mais próximo dos veículos, podendo dirigir-se aos jornalistas de maneira mais direta, a *web* reconfigurou etapas primordiais do trabalho jornalístico. A apuração das informações foi um dos aspectos que enfrentou alterações consideráveis.

## 2.2 A REORGANIZAÇÃO NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

As mudanças provocadas pela internet no cenário jornalístico correspondem desde a produção até a circulação das notícias. A instantaneidade da internet exigiu dos jornalistas maior agilidade na produção de notícias, causando algumas alterações nos critérios de noticiabilidade. Critérios estes que foram se modificando superficialmente ao longo dos anos, acompanhando as transformações da sociedade, como explica Traquina (2007), que traça um paralelo entre os valores-notícia de três diferentes épocas. Ao iniciar com as folhas volantes

<sup>3</sup> O jornalismo praticado com o auxílio da *web* e destinado para a circulação *online* pode ser conceituado de diversas maneiras, conforme as ideias de diferentes autores. Neste trabalho optamos pelo conceito de ciberjornalismo, pela sua maior abrangência, pois remete “ao jornalismo realizado com o auxílio de possibilidades tecnológicas oferecidas pela cibernética ou ao jornalismo praticado no – ou com o auxílio do – ciberespaço” (MIELNICZUK, 2003, p. 41).

inglesas, do século XVII, o autor cita que as notícias referenciavam a assassinatos, celebridades, notícias fantásticas e milagres. Já nos anos 30 e 40 do século XIX, o autor destaca as histórias de interesse humano e as reportagens sensacionalistas. O outro momento analisado por Traquina corresponde a década de 1970. O autor utiliza como base um estudo de Gans, que analisa três telejornais americanos, mostrando que as principais notícias veiculadas atentam para a notoriedade de personagens políticos, seguidos de crimes, investigações e escândalos.

Para Traquina (2007, p. 178), "as semelhanças entre as notícias nestes três momentos diferentes que abrangem quase quatro séculos de história não deve surpreender". Evidencia-se esta afirmação de Traquina no contexto contemporâneo, quando a internet possibilita que todos os critérios e atores citados nestas diferentes épocas, possam tornar-se notícia simultaneamente nas redes. A necessidade de transmitir inúmeras informações, para os mais diferentes públicos, faz com que o ciberjornalismo não delimite critérios específicos para definir o que é notícia. Contudo, o processo de hierarquização das notícias - dando destaque a algumas notícias em relação a outras - ainda existe. Enquanto para Alsina (2009, p. 265) "a função jornalística se fundamenta em princípio, na seleção dos acontecimentos que são considerados jornalisticamente importantes ou interessantes", para Barsotti, a internet alterou o papel do jornalista neste processo:

Não cabe mais exclusivamente ao jornalista decidir o que será notícia e tampouco legislar sobre seu caráter irrevogável. No ambiente da internet, em que jornalistas, leitores e fontes de informação interagem e no qual a palavra é franqueada a todos, a hierarquia é flexibilizada. Os *gates* ou filtros, portanto, ficam mais maleáveis e suscetíveis às escolhas não só dos jornalistas, mas também do público. (BARSOTTI, 2014, p. 242)

As transformações derivadas da web também podem ser observadas na apuração das notícias, bem como no relacionamento entre jornalistas e fontes. A internet e as novas tecnologias "oferecem, ao jornalismo, uma multiplicidade de conteúdos e ferramentas que contribuem decisivamente para a concretização de tarefas e rotinas inerentes à prática jornalística" (GOMES, 2009, p. 66). Além disso, a facilidade em contatar o público possibilita que o jornalista encontre novas fontes instantaneamente, o que auxilia no momento da apuração das informações, "ao mesmo tempo em que apura, edita e contextualiza, o jornalista interage com seu público. Desta relação, surge uma camada extra de informações que retroalimenta o processo de edição" (BARSOTTI, 2014, p. 242).

O fácil acesso e a proximidade com as fontes podem ter conferido agilidade a atividade jornalística, no entanto, Gomes alerta que o mesmo não pode ser atribuído a qualidade da informação transmitida, que pode ser manipulada mais facilmente pelas fontes:

Se, por um lado, os jornalistas, recorrendo ao *e-mail*, podem ter a certeza de que as suas citações são rigorosas, podendo ter material jornalístico de difícil abordagem, por outro o aumento da interacção directa, às fontes, um controlo maior sobre as próprias citações, conferindo-lhes a possibilidade de deturparem os acontecimentos presenciados ou os factos ocorridos. (GOMES, 2009, p. 61)

Outro importante aspecto alterado pelo *online* foi a narrativa jornalística. Com a existência de novas mídias, o jornalista passou a dominar outros tipos de texto, de acordo com a linguagem exigida pelo público de cada plataforma. O ciberjornalismo possui como diferenciação a inexistência de limites de espaço - um dos maiores desafios do jornalista da mídia impressa - o que possibilita ao profissional maior liberdade. No entanto, ao tratar de um público global, o jornalista precisa empreender este fator na sua narrativa, como apresenta Canavilhas (2014, p. 09): "[...] a heterogeneidade própria de um público global é de tal ordem que a organização dos factos por ordem de importância esbarra na diversidade de interesses característicos de uma audiência global".

Como vimos, notícias circulando cada vez mais rápido e passando por critérios questionados por um público atento às transformações do cenário jornalístico contemporâneo fazem parte do contexto atual. Tudo isto, impulsionado pelo imediatismo da internet. No entanto, as transformações persistem, exigindo a adaptação dos jornalistas, dos veículos e do público. Além disso, algumas percepções foram reajustadas e estão cada vez mais presentes na rotina da circulação de informações, como é o caso da recirculação e fragmentação das notícias.

### 2.3 A CIRCULAÇÃO E A RECIRCULAÇÃO DE NOTÍCIAS NA WEB

A circulação das notícias na *web* também apresenta características diferentes no cenário jornalístico atual. A internet potencializa a apropriação da informação pelo público, que encontra mais possibilidades de difundir a informação virtualmente, fugindo do controle institucional dos veículos. Um dos fatores de mudança é apontado por Alsina (2009), que explica que as características tecnológicas de cada veículo de comunicação definem os padrões de consumo, produção e circulação das informações. A influência do leitor no processo de circulação das notícias na *web*, sobretudo nos sites de redes sociais, determina

alterações importantes nesse cenário. Zago (2011, p. 23) explica que este aspecto indica também para outras mudanças, pois “pode-se mais facilmente ter acesso à sabedoria da multidão ou a trocas interpessoais para auxiliar a fazer escolhas e tomar decisões, o que pode levar a modificações em padrões individuais e coletivos de credibilidade e confiança”.

A circulação das notícias após o consumo constitui a recirculação jornalística, em evidência no cenário jornalístico atual, somado a emergência das redes sociais e outros aplicativos de comunicação interpessoal. Para Zago (2011, p. 63), a recirculação jornalística,

[...] não seria propriamente uma nova fase do jornalismo, e sim uma extensão da fase de circulação, que é retomada e continua após o consumo de informações pelo interagente, o qual pode utilizar espaços sociais diversos da internet (como sites de relacionamento, blogs, microblogs, dentre outros) para contribuir para divulgar o link para a notícia, recontar com suas palavras o acontecimento ou manifestar sua opinião sobre o ocorrido.

Alsina (2009) destaca que as notícias nem sempre são recepcionadas primeiramente pelos veículos de comunicação, o que exalta a importância da comunicação interpessoal, fator potencializado pela fugacidade da internet. Para Shoemaker e Vos, graças à internet, o leitor agora também exerce a função de *gatekeeper*<sup>4</sup>, participando da seleção de notícias, função atribuída anteriormente apenas a jornalistas e instituições. Para os autores, a participação dos leitores na seleção se dá na recirculação das notícias, ao indicar reportagens para outros leitores, reforçando a influência da relação interpessoal destacada por Alsina.

[...] devemos conceituar os leitores como tendo seu próprio portão; eles enviam reportagens para outras pessoas da audiência quando a interação entre valor notícia e relevância pessoal é forte o suficiente. [...] Assim como os jornalistas escrevem em certos estilos para envolver o leitor, os membros da audiência podem passar adiante histórias com uma mensagem pessoal para “envolver o receptor”. (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 174)

Outro fator importante sobre o tema é evidenciado por Primo: a circulação de notícias em veículos não jornalísticos, mas que se constituem como fontes de informação, a exemplo de blogs e perfis de influência nas redes sociais. O autor explica que “diferentemente das URLs tuitadas pela mídia, que logo deixam de atrair cliques, os links de blogueiros continuam a receber atenção com a passagem do tempo” (PRIMO, 2011, p. 135). Este aspecto

<sup>4</sup> O *gatekeeper* exerce a função de selecionar e transformar as informações em notícias, dentro do processo de *gatekeeping*, ao qual compreende que o fluxo de notícias passa por diversos portões (*gates*) até a sua publicação. O conceito de *gatekeeping* confere ao jornalista a função de mediador do que é notícia, de acordo com os critérios de noticiabilidade, política editorial do veículo e interesse do público, “além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna” (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 23).

exemplifica que o público encontrou novas fontes de informação e, a influência dos veículos jornalísticos sobre ele também sofreu alterações com o vigor da internet:

O cidadão não se informa mais apenas através de veículos jornalísticos consagrados, nem aceita a definição de terceiros sobre o que é crível ou que tenha boa reputação. Um interagente na cibercultura consome toda e qualquer informação que tiver contato, segundo suas estratégias particulares de interação na rede (PRIMO, 2011, p. 141).

A fácil localização de notícias é uma das diferenciações da internet, que altera aspectos institucionalizados de recepção das notícias pelo público. Uma vez publicadas na rede, as notícias continuam no mundo virtual, e podem ser localizadas e recuperadas facilmente através de ferramentas de busca, diferentemente do difícil resgate de notícias publicadas no meio impresso ou transmitidas via rádio. Esta predisposição da *web* na localização de notícias possibilita também a recirculação de notícias antigas. Frequentemente, publicações passadas são resgatadas por usuários e retornam aos destaques da *web*, o que mostra uma das fragilidades do ciberjornalismo, uma vez que provoca reinterpretações e gera equívocos entre os leitores. Estes processos de recirculação e reinterpretações são alguns reflexos da crise do jornalismo.

A fragmentação das notícias também é um aspecto importante no ciberjornalismo, aonde as informações são transmitidas de acordo com as particularidades de cada plataforma. Com a inserção dos veículos nos sites de redes sociais, o jornalista precisa empreender a narrativa de acordo com a característica singular de cada rede. Um fator importante é manter um valor fundamental do jornalismo, ainda mais presente na *web*: a novidade. Franciscato explica que a escolha pela fragmentação da notícia, transmitindo novos desdobramentos separadamente, é uma das formas usadas para manter o público atento a informação e sempre atualizado:

A fragmentação do evento para dar fluxo a uma produção contínua é uma estratégia que pode reforçar uma ideia de efemeridade do conteúdo noticioso, já que cada pequeno corte no desenvolver do evento, ao ser relatado, poderia desatualizar o anterior. Esta leitura repetida de um mesmo evento, apenas com a inclusão de alguns fragmentos novos e diferenciados, poderia ser um dos causadores desta sensação de desatualização iminente das notícias – ou uma afirmação de uma característica maior de efemeridade ou volatilidade das notícias no ambiente midiático contemporâneo. (FRANCISCATO, 2005, p. 247)

Além dos novos fatores referentes a circulação, recirculação e fragmentação de notícias, o constante fluxo de informações na internet também reconfigurou os papéis do público e do jornalista. A função do profissional como mediador do que é notícia e de que

informação será vinculada e fornecida aos cidadãos passa por modificações resultadas pelo imediatismo e pela constante circulação de notícias no meio *online*. Veremos a seguir, que de modo geral, o público aderiu mais autonomia para consumir apenas o que lhe interessa, enquanto os veículos procuram técnicas para conquistar este público mais independente.

#### 2.4 A MEDIAÇÃO JORNALÍSTICA E O PÚBLICO SEGMENTADO

Se historicamente o jornalista ficou conhecido como mediador dos acontecimentos, este conceito foi revalorizado com o ciberjornalismo. Para Sousa (2002, p. 122), "nos jornais *online* - há que realçá-los - continuamos a estar perante uma realidade mediada", contudo esta mediação não passa por tantos filtros quanto passava anteriormente. Com as diversas possibilidades e alternativas oferecidas pela *web* o público encontra a informação personalizada de acordo com os seus interesses, como se pudesse montar um jornal próprio, através de notícias que são referências em suas individualidades. Moretzsohn (2002, p. 170, grifo do autor) explica que,

A liberdade de escolha seria crescente, estimulada pelo aumento exponencial da oferta de informações, proporcionado pela redução de custos de veiculação via internet. É uma fórmula que expande o velho princípio do 'direito de saber': o público não apenas tem esse direito como *já sabe* o que quer e sabe onde encontrar.

Mesmo com essa revalorização do papel do jornalismo como mediador, a atividade jornalística ainda é quem proporciona ao público o conhecimento sobre o que acontece no mundo. No entanto, a internet possibilitou reconfigurações na importância do jornalista em alguns casos. O livre acesso a informação, proporcionado pela *web*, não substitui a presença do jornalista como agente especializado capaz de interpretar e saber fazer uso da informação, como explica Wolton (2012, p. 85, grifo do autor): "O acesso a "toda e qualquer informação" não substitui a competência prévia, para saber qual informação procurar e que uso fazer dessa. *O acesso direto não suprime a hierarquia do saber e do conhecimento.*"

Sousa (2002) acredita que a internet diminuiu a importância do jornalista como gestor privilegiado do fluxo de informações no meio social, pela facilidade no acesso aos materiais disponíveis *online*. Além disso, o quadro atual não inclui o jornalismo como único mediador ou gestor, mas o consolida na prática discursiva, como destaca Moretzsohn (2002, p. 173): "[...] é inevitável sublinhar o papel decisivo do jornalismo como prática de mediação discursiva: é através dela que podemos tomar conhecimento do que ocorre no mundo".



Moretzsohn ainda explica que esta personalização no consumo de notícias na *web* contraria um dos princípios centrais da internet: a democratização. Este processo representa a criação de diferentes nichos entre o público, segmentando-o de acordo com suas preferências.

A consequência lógica é, por um lado, a segmentação da audiência e a formação de um círculo vicioso que termina por se revelar o contrário da diversidade prometida: a constituição de guetos fechados em torno de seus próprios interesses. (MORETZSOHN, 2002, p. 170)

Com esta segmentação, o papel do jornalista reconfigura-se mais uma vez, agora quem faz a escolha final é o público, que elege o que atende aos seus interesses. Como explica Primo (2011, p. 134):

Diferentemente da seleção profissional de quais acontecimentos cobrir e publicar na mídia de referência, em um cenário de abundância de informações e canais de expressão as pessoas passam a participar da filtragem do que interessa a suas comunidades de interesse.

Esta segmentação de públicos proporcionada pela internet pode ser comparada com a comunicação de massa apresentada por Wolton (2012). Para o autor, a televisão representa uma abertura de mundo para os cidadãos, temida pelas elites, mas amplamente democrática e necessária para o conhecimento de mundo do público. Conceito semelhante pode ser aplicado à internet e a multiplicidade de conteúdo hospedada neste espaço. No entanto, a liberdade da escolha de conteúdo a ser consumido – que gera os nichos e a segmentação dos públicos – parece desviar a atenção do público para o consumo exclusivo de temas do seu interesse: “essa resistência do receptor é positiva, mas também pode ser negativa quando ela consiste na recusa do que perturba seus esquemas habituais” (WOLTON, 2012, p. 192).

Enquanto isso, a televisão gera um conhecimento muito maior, sob o juízo do público de aderir apenas o necessário: “o público é dotado de inteligência crítica e, mesmo concedendo um sucesso imenso à televisão, ele sabe guardar distância. *Assistir não significa forçosamente aderir ao que se vê*” (WOLTON, 2012, p. 60, grifo do autor). O autor ainda compara as audiências das novas tecnologias e da comunicação de massa, destacando o individualismo presente nas inovações tecnológicas: “As novas tecnologias fascinam, evidentemente, mais pelas suas capacidades de duplicar, multiplicar, o que podem fazer os indivíduos, enquanto que as mídias de massa se situam instantaneamente na escala coletiva” (WOLTON, 2012, p. 118).

Aos veículos, resta aderir a técnicas de conquista deste público cada vez mais segmentado. Para Lorenz (2014, p. 142), o sucesso das publicações na *web* está na aposta em

nichos específicos. O autor explica que estes públicos se consolidam como audiências mais interessadas, o que também resulta em um público mais fiel:

[...]o crescimento provém do foco em pequenas audiências. Ou, mais corretamente, o “grande nicho”. Este é o princípio sob o qual as novas ofertas de sucesso se entenderam mais rápido do que as marcas de *media* mais antigas. Quando o foco se coloca no mais interessante, o conteúdo volta-se para uma audiência específica, embora altamente interessada.

O modo como circulam as notícias foi um dos fatores de maior modificação no cenário jornalístico, como abordado no subitem anterior. E é neste fator que está centrada boa parte da crise da indústria jornalística atual. A queda na circulação de jornais impressos nos últimos anos e a urgência na inclusão digital dos meios tradicionais, como rádio e televisão, são reflexos do crescimento de conteúdo noticioso que circula *online*, e de um público – cada vez maior - disposto a consumir este conteúdo. Com a valorização da instantaneidade, os jornais impressos publicam o que já circulou na internet e que possivelmente já tenha sido substituído por outro acontecimento ou desdobramento. A televisão e o rádio tentam oferecer instantaneidade semelhante a web, mas não conseguem ofertar a diversidade de recursos multimídias da internet capazes de prender a atenção do público.

[...] conhecemos muito bem a preferência da audiência pelos meios de comunicação audiovisuais, em detrimento da imprensa escrita. E temos também as conhecidas razões desse tipo: a imprensa escrita não impõe a sua presença, porém os meios audiovisuais sim, ou um maior esforço na leitura" (ALSINA, 2009, p. 69).

Moretzsohn (2002, p. 138) aponta também para uma reconfiguração do tipo de material produzido pelos jornalistas sob a exigência do ciberjornalismo: “opera-se aí uma alteração significativa: 'jornalismo' passa a se chamar 'conteúdo', palavra que define agora o que os repórteres devem produzir para se adaptar a todos os veículos da empresa”.

Com a gama de recursos multimídias disponíveis na *web*, o ciberjornalismo passou a cobrar outras habilidades dos profissionais. O jornalista precisou aprender a dominar estas ferramentas, a fim de conquistar mais audiência e prender a atenção do público diante da diversidade encontrada na rede. Mais do que um texto bem estruturado, a internet dá prioridade a recursos audiovisuais, como imagens, vídeos e infográficos. Salaverría (2014, p. 34) explica a importância de cada recurso nas matérias *online*, sobretudo de recursos visuais, ao afirmar que "a internet deu um forte impulso à imagem enquanto elemento constituinte da narrativa multimídia, em todas as suas modalidades". O autor destaca também, a inserção obrigatória de vídeos nas matérias e as diversas possibilidades oferecidas pela *web* aos

recursos fotográficos. A utilização de infográficos também se tornou crucial no ciberjornalismo, como forma de interação do público com o texto, para Sousa (2002, p. 89) há uma “generalização da infografia, que contribuiu para o incremento e para a reformulação das formas de noticiar”.

A *web* possibilitou que informações possam ser transmitidas e consumidas em tempo real, além de provocar uma reconfiguração nos modos de produção e publicação de notícias. Para acompanhar essas mudanças provocadas pela internet, as instituições jornalísticas precisam conviver com um público cada vez mais exigente. Para Pavlik (2014, p. 164), as instituições precisam modificar alguns princípios, a fim de evitar a derrocada profissional:

Sem uma mudança, o declínio de instituições jornalísticas profissionais amplamente testemunhado no final do século XX e no início do XXI, irá se acelerar para o colapso quase total. Instituições jornalísticas profissionais nos Estados Unidos e na Europa já estão em declínio. Esta queda irá se tornar um abismo fiscal caso não ocorram inovações drásticas. A mídia no restante do planeta irá seguir um caminho similar à medida que a conectividade global (sob a forma de mídia ubíqua) avançar na próxima década.

A independência dos leitores no consumo das notícias, vinculada a diminuição da importância do jornalista como mediador de informações são apenas alguns fatores do cenário jornalístico contemporâneo. Adaptar-se as tendências de um jornalismo cada vez mais dinâmico e de um público que acompanha este ritmo é um dos grandes desafios das instituições atualmente.

## 2.5 UM PÚBLICO MAIS ATUANTE

Como vimos no decorrer do capítulo, a *web* não só alterou o conteúdo e os modos de consumo das informações, como também formou um público cada vez mais ativo. Impulsionado pelas ferramentas oferecidas pela tecnologia e imbuído do poder de produção e de crítica direta aos veículos, o público assiste a crise da instituição jornalística frente ao crescimento do “jornalismo cidadão”. Contudo, é necessário dimensionar e situar o papel de atuação deste público. Moretzsohn explica que as novas tecnologias disseminam a ideia de uma produção legítima dos marginalizados, sem interferências e manipulações dos veículos. No entanto, a autora alerta para a formação de outro cenário a partir deste contexto:

É assim que se dá a confusão entre o estímulo a projetos voltados para a participação comunitária – tão frequentemente apropriados pelas grandes empresas na famosa fórmula do ‘resgate da auto-estima’ dos ‘excluídos’, que desvirtua e dilui o sentido político da cidadania – e os requisitos necessários à tarefa de informar. (MORETZSOHN, 2007, p. 274)

Apesar da tendência de crescimento do jornalismo cidadão ou participativo no contexto atual, o intuito deste trabalho não é dar ênfase ao assunto. No entanto, não podemos desprezar o tema, visto a emergência do mesmo. Trataremos então, dos aspectos que levam a participação ativa dos leitores como “jornalistas”. Um dos pontos mais importantes é quanto a competência – ou a falta dela - do público para a produção de narrativas jornalísticas. Moretzsohn (2007, p. 276) alerta para a incapacidade do público em produzir informações como jornalistas, sem ter a percepção necessária para exercer a função, que exige

[...] o conhecimento de determinadas técnicas e uma formação capaz de dar ao profissional condições de mover-se nesse terreno conflituoso em que tantos interesses disputam o espaço midiático, além das imprescindíveis referências éticas envolvidas na tarefa de informar.

É necessário ressaltar que não se deve confundir o direito à liberdade de expressão – garantido na Constituição e fundamental para todos os cidadãos – incentivada e ampliada pelas novas tecnologias, com o trabalho jornalístico que alguns leitores se propõem a realizar (MORETZSOHN, 2007).

Esta crescente participação do público como produtor de notícias pode ser atribuída a consolidação e legitimação do jornalismo como um tipo de discurso (BENETTI, 2008). Benetti baseia seu conceito no contrato de comunicação proposto por Charaudeau. O contrato de comunicação estabelece os critérios mínimos de relação entre sujeitos em um processo de interação comunicativa, e articula dados externos e internos. Os dados externos abordam as condições: “quem diz e para quem” - configurando jornalista e leitor; “para quem se diz” - explorando a finalidade das notícias jornalísticas; “o que se diz” - que evidencia o conteúdo abordado e “em condições se diz” – apontando os dispositivos utilizados. Por sua vez, os dados internos determinam “como se diz” abordando questões de locução, tematização e relação. Ao fazer o tratamento individual destes dados, notamos que estes são facilmente identificados e amplamente conhecidos, reafirmando o reconhecimento do leitor sobre o jornalismo e legitimando este contrato de comunicação.

As características de texto, estrutura das notícias e critérios para abordagem de determinados temas são largamente conhecidas e reconhecidas pelo público. Esta legitimidade que possibilita o reconhecimento dos leitores, foi aderida pelo jornalismo ao longo dos anos.

Como instituição social, o jornalismo cumpre um papel social específico, não executado por outras instituições. A instituição jornalística conquistou historicamente uma legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas. (FRANCISCATO, 2005, p. 167)

Além do reconhecimento dos valores jornalísticos, o público também reconhece o movimento constante de transformação pelo qual a instituição perpassa, sobretudo, a partir das inovações tecnológicas e do surgimento de novos meios de comunicação. Com esta constatação, o público encontrou - com a emergência e o fácil acesso das novas tecnologias - diversas possibilidades e lacunas de atuação ou auxílio na produção de conteúdos jornalísticos.

Mais do que produzir notícias, o público se viu apto a opinar sobre valores jornalísticos e apontar os erros de veículos, que parecem perder-se em meio a tantas novidades tecnológicas e suas transformações no cenário atual como um todo, além de desconhecer a audiência cada vez mais exigente e dotada de recursos de participação, interação e interferência no trabalho jornalístico.

Entender a dinâmica de transformação do jornalismo e sua adaptação com os elementos promovidos pela *web* exige uma análise do fator mais emergente na cultura *online*: a participação do público sem filtros de instituições. Após abordarmos as mudanças no cenário jornalístico, que incluem as inovações na produção de notícias - com a inclusão de novas plataformas, e conseqüentemente, com mudanças significativas na circulação de notícias - bem como, a formação e a segmentação do público, precisamos evidenciar como todas estas mudanças são legitimadas e percebidas pelo público em geral.

Com o conhecimento dos principais fatores de transformação do jornalismo em consequência da emergência da internet, partimos então para as percepções de leitores em geral, jornalistas, estudantes de jornalismo e veículos, acerca destas mudanças do trabalho jornalístico atual como um todo. Através da análise de comentários dos interagentes sobre jornalismo, podemos delimitar os principais sentidos despertados pela atividade jornalística e sua constante transfiguração. Então, no capítulo seguinte, serão evidenciados os comentários deste público atuante e participativo.

### 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

A proposta de trabalho apresentada nesta pesquisa parte do seguinte problema: “Quais os sentidos sobre Jornalismo circulam no *Twitter*, a partir dos diferentes atores?”. A partir desse problema mais geral, nosso objetivo geral é o de identificar manifestações de diferentes interagentes acerca do jornalismo, compreendendo desde sua função até as técnicas utilizadas pelos jornalistas. Estabelecemos, para efetivamente desenvolver essas questões, os seguintes objetivos específicos: mapear quem são os atores de fala e quais os sentidos sobre jornalismo estes atores mobilizam quando tematizam a prática ou a instituição jornalística.

De modo a construir o arcabouço teórico necessário para a compreensão dessa problemática apontamos, no primeiro capítulo do trabalho, as fases de desenvolvimento da atividade jornalística, compreendendo como as mudanças sociais e políticas interferiram neste processo. A partir de então, buscamos mostrar como o jornalismo foi construindo seus valores e seu papel na sociedade, principalmente com o público leitor. No segundo capítulo elucidamos como a internet alterou alguns fatores na atividade jornalística, desde a produção de notícias, passando pela circulação até a recepção destas informações. Procuramos destacar como o público atual está mais participativo e minucioso com o trabalho jornalístico, influenciado pelas inúmeras ferramentas disponibilizadas pela *web*, que aproximam ainda mais o leitor do profissional e das instituições.

No decorrer deste capítulo, mostraremos as alternativas testadas para que o objetivo do trabalho fosse cumprido, ficando claro a preocupação e a capacidade de reconhecimento do público em geral, com o contexto atual do jornalismo e com as regras das instituições jornalísticas. A construção do trabalho exigiu a utilização de técnicas específicas de coletas de dados na internet, bem como a seleção de um ambiente social que favorecesse a coleta de comentários de leitores sobre o Jornalismo. Discutiremos detalhadamente cada uma dessas questões.

Mapear os sentidos despertados pelo jornalismo demanda a análise de diversas categorias de público. Pensando nisso, a metodologia deste trabalho seguirá as proposições da Análise de Discurso (AD) de linha francesa, que se encaixa integralmente ao que o trabalho se propõe:

A AD é especialmente produtiva para dois tipos de estudo no jornalismo: mapeamento de vozes e identificação dos sentidos. Esses dois tipos de pesquisa estão em íntima relação, mas podem ser desenvolvidos em momentos distintos e exigem procedimentos específicos. (BENETTI, 2007, p. 107)

Tendo o jornalismo “como um lugar de circulação e produção de sentidos” (BENETTI, 2007, p. 107), consideramos também a pluralidade de manifestações referentes ao trabalho jornalístico. As opiniões referentes a produção circulam entre os mais diferentes atores da sociedade, compreendendo desde o leitor, os jornalistas e as instituições. São essas opiniões que este trabalho busca expor, mostrando os sentidos construídos pelos agentes sobre o jornalismo, dispersos em diferentes camadas, partindo do contexto atual - de inovações e transformações no cenário jornalístico - mas sem esquecer o histórico de mudanças enfrentado pela profissão desde o início de suas atividades – como explorado no primeiro capítulo.

O discurso analisado neste capítulo, é oriundo de opiniões manifestadas na rede social *Twitter*, coletados durante uma semana através da palavra-chave **Jornalismo**, com o auxílio da ferramenta *NodeXL*, como será abordado mais detalhadamente a seguir. A escolha em coletar opiniões de um ambiente *online*, mostra a preocupação em atentar para um local de ampla circulação de sentidos sociais, onde as opiniões não são mediadas pela presença do pesquisador, nem filtradas por ele, além de ser um espaço de grande circulação de ideias. Com isso, buscou-se abranger informações de acordo com a proposta da pesquisa linguística, que “inclui ler os textos a partir da sua construção do auditório: a que leitores fazem referência, em que enquadramentos os situam, com que autoridade e legitimidade se apresentam” (PONTE, 2005, p. 18).

### 3.1 OBJETO

Com o objetivo do trabalho definido, buscou-se então, encontrar o objeto adequado para cumprir o que o trabalho propõe. As primeiras tentativas de encontrar opiniões dos leitores percorreram espaços de comentários em sites de importantes jornais do país, como Folha de São Paulo, Estadão e Zero Hora. No entanto, percebemos que os comentários eram destinados exclusivamente para as matérias, relacionados apenas aos fatos noticiados, onde pouco se comentava a respeito da maneira como o fato jornalístico era veiculado e a qualidade jornalística do veículo. Após alguns testes de acompanhamento destes espaços, percebemos que este tipo de material seria insuficiente para constituir o *corpus* deste trabalho.

As próximas tentativas foram nas páginas do *Facebook* destes mesmos influentes jornais. Os resultados foram os mesmos das primeiras buscas: material insuficiente, com pouco conteúdo e opiniões rasas para uma análise tão importante quanto essa.

Encontramos então, uma vasta variedade de opiniões no *Twitter*, onde diferentemente dos espaços de comentários nos sites e nas páginas no *Facebook* dos veículos de informação, as opiniões não passam por filtros, como exclusão ou manipulação, e nem estão necessariamente vinculadas a uma temática ou pauta singular. Através de uma leitura flutuante (BARDIN, 1977), no primeiro contato com a gama de opiniões que circula nos *tweets*, constatamos ter encontrado o material necessário, faltando então um recorte específico que contemplasse os objetivos.

### 3.1.1 O *Twitter*

As análises foram realizadas em uma das redes sociais mais populares no Brasil, o *Twitter*, que funciona como uma espécie de microblog, e que concentra grande parcela da população mundial. Fundado em 2006, o *Twitter* surgiu com a ideia de troca de mensagens instantâneas, a exemplo do que já acontecia com as mensagens enviadas pelo celular (SMS). Atualmente, o *Twitter* conta com 316 milhões de usuários ativos, resultando numa circulação de 500 milhões de *tweets* por dia<sup>5</sup>.

Para utilizar o *Twitter* o usuário precisa criar uma conta, que constituirá seu perfil nesta rede social. Os usuários dispõem de um espaço de 140 caracteres – o *tweet* – provocado pela pergunta “*O que está acontecendo?*”, onde ele pode escrever assuntos do seu interesse, além de inserir fotos, links e vídeos - o que amplia este espaço e aumenta a importância das informações que circulam nesta rede social.

O *Twitter* também potencializa a formação de comunidades, pois os usuários têm a possibilidade de seguir e serem seguidos por outros usuários. Uma vez que um usuário segue outro, ele recebe todos os *tweets* deste na sua “linha do tempo”. Seguir um usuário nem sempre significa afinidade ou concordância de opinião, mas constitui um espaço importante de recebimento de informação e, muitas vezes, de troca comunicacional entre os usuários. A comunicação entre os usuários se dá através dos *replies*, onde o usuário cita o destinatário da informação (através de *@nomedousuario*) e transmite a sua mensagem. Os usuários também podem dar *retweet* nas informações reproduzindo em seu perfil, um *tweet* feito por outro usuário.

Outra forma que possibilita a interação entre os usuários é a utilização de *hashtags*, palavras-chave antecedidas de “#”. As *hashtags* são inseridas no *tweet* situando o tema no

---

<sup>5</sup> Dados atualizados em junho de 2015, disponíveis em: <https://about.twitter.com/pt/company>



qual ele está inserido. Geralmente elas são utilizadas para assuntos que estão em repercussão, o que facilita a busca de comentários sobre este tema, uma vez que o *Twitter* possibilita a busca por palavras-chave, incluindo *hashtags*. Além disso, os temas mais *tweetados* são inseridos nos *TrendingTopics*, que se configura como uma lista de assuntos mais comentados, de acordo com o número de *tweets* a respeito. As listas podem ser configuradas pelos usuários, de acordo com a localização, podendo ser escolhidas desde a lista de assuntos mais comentados mundialmente, até os assuntos mais locais, de acordo com algumas cidades disponibilizadas pelo *Twitter*.

Com todas essas possibilidades oferecidas, o *Twitter* mostra-se como um site de rede social de grande interação e com características consolidadas no seu funcionamento, o que legitima a importância deste espaço. Além disso, o número de usuários presentes na rede reafirma este aspecto. Dos mais de 300 milhões de usuários, cerca de meio milhão é constituído por brasileiros.

A escolha por um site de rede social foi baseada na compreensão de que essas ferramentas podem ser consideradas espaços democráticos, abertos a manifestações livres, sem que haja nenhum tipo de interferência ou mediação de instituições jornalísticas. Além disso, o sucesso das novas mídias – incluindo as redes sociais - é crescente, assim como a inserção do público em geral. Para o alcance deste crescimento, Wolton (2012, p. 83) cita três fatores: autonomia, domínio e velocidade. As redes sociais propiciam um espaço onde “cada um pode agir sem intermediário, quando bem quiser, sem filtro nem hierarquia e, ainda mais, em tempo real”.

Também acrescentamos a importância das informações que circulam nas redes sociais, e suas relações com o capital social (RECUERO, 2009). As informações são de forte pertencimento aos grupos que as difundem, além de aderirem grande valor dentro da rede social em que estão inseridas.

As informações que circulam nas redes sociais assim tornam-se persistentes, capazes de ser buscadas e organizadas, direcionadas a audiências invisíveis e facilmente replicáveis. A essas características soma-se o fato de que a circulação de informações é também uma circulação de valor social, que gera impactos na rede (RECUERO, 2009, p. 05).

Outro fator importante para escolha do objeto foi a uniformidade no porte das opiniões, uma vez que um *tweet* comporta 140 caracteres, padronizando as manifestações selecionadas. Além disso, por ser um site de rede social com grande número de usuários, a

possibilidade em localizar opiniões de diferentes públicos foi fundamental para a escolha do objeto.

### 3.2 RECORTE

A proposta, de evidenciar as transformações do jornalismo e mostrar como o público observa e questiona essas mudanças, sempre foi o objetivo deste trabalho. No entanto, havia a dificuldade em encontrar um meio de destacar isso. Após a leitura flutuante realizada no *Twitter*, e a certeza de que a escolha pelas manifestações nesta rede social era a mais adequada, partimos para a obtenção de uma ferramenta que contemplasse o recorte do trabalho.

#### 3.2.1 O *plugin NodeXL*

Através de pesquisas em softwares que possibilitassem a busca por informações no *Twitter*, chegamos até o *NodeXL*, um *plugin* do programa Excel que, entre diversas funções, recupera *tweets* antigos a partir de filtros selecionados pelo usuário. Além do *Twitter*, o *plugin* também possibilita a conexão direta com outras redes sociais como *Facebook*, *YouTube*, *Flickr* e e-mail.

O *NodeXL* possibilita buscas através de palavras-chave no *Twitter* e no *Facebook*, e hospeda todos os resultados da busca em planilhas no programa Excel. Além disso, o *plugin* permite que o usuário delimite o número de *tweets* a serem coletados. O *NodeXL* também oferece a análise dos dados através de gráficos e relatórios.

Para delimitar o recorte deste trabalho, os *tweets* foram selecionados a partir da palavra-chave **jornalismo**, seguidos de comentários que remetessem a valores da instituição jornalística.

Pensando em atingir a pluralidade de opiniões que o trabalho se propõe, uma primeira coleta foi realizada em 23 de junho de 2015, a fim de aperfeiçoar o método de seleção. Na ocasião foram selecionados 100 *tweets* em quatro horários diferentes durante o dia, às 10h, 14h, 18h e 22h, totalizando 400 *tweets*. Subtraindo os *tweets* repetidos (*retweets*) e os que não remetiam a valores jornalísticos, constatou-se uma amostra muito aquém do esperado, o que prejudicaria a análise e não evidenciaria a real intenção do trabalho.

Para a coleta final foi definida a recolhida de *tweets* durante cinco dias (segunda à sexta), em quatro horários (10h, 14h, 18h e 22h), contemplando diferentes públicos e

assuntos, visto a popularidade de alguns temas em dias específicos – definidos por acontecimentos pontuais. A coleta foi realizada entre os dias 24 e 28 de agosto de 2015, quando foram coletados 500 *tweets* por horário, totalizando então 2.000 *tweets* por dia, num total de 10.000 em uma semana. No entanto, com os filtros de *retweets* e de conteúdo, foram selecionados 454 *tweets*.

### 3.2.2 *Tweets* descartados

É importante destacar a queda no número de *tweets* selecionados, ocasionado pelo alto número de *tweets* descartados. Vale frisar que muitas manifestações na rede social não constituíam o valor que gostaríamos de destacar no trabalho. Por exemplo, são comuns manifestações de saudações a jornalistas, veículos ou programas específicos:

@alphaquebec2015: @portaljovempan DESEJO UM ÓTIMO DIA A TODOS OS JORNALISTAS, COLABORADORES E OUVINTES DO JORNAL DA MANHÃ DA JOVEN PAN, JORNALISMO DE VERDADE.<sup>6</sup>

Apesar de o usuário atribuir um valor de “verdade” ao jornalismo da emissora, não se atribui motivos para fundamentar a opinião, podendo ser configurada como mera afinidade do usuário com a emissora em questão. Neste caso, não cabe a esta pesquisa categorizar este tipo de manifestação. Caso semelhante, bastante observado em outros *tweets* descartados da análise, são os usuários que fazem menção ao jornalismo esportivo. Nestes casos, o usuário deixa de analisar o contexto ou a ideologia do veículo, carregando as críticas com o fanatismo pelo time ao qual torce.

@luiskuhn: @zh\_gremio fim do jornalismo esportivo + 24/08/15 descanse em paz.<sup>3</sup>

@lopes\_be: ESPN querendo criar crise financeira no Flamengo. Jornalismo canalha.<sup>7</sup>

Após o primeiro filtro, que descartou casos como os exemplos citados, foram selecionados 454 *tweets* para a primeira composição da análise, que configurou o perfil dos atores, formando categorias de participantes – como será explorado a seguir. Caracterizou-se então uma média de 90 *tweets* por dia. Posteriormente foi realizada uma nova seleção, que

<sup>6</sup>*Tweets* do dia 24/08, selecionados na coleta das 10h.

<sup>7</sup>*Tweet* do dia 25/08 selecionado na coleta das 14h.

definiu o número final de *tweets* a serem analisados e destacados neste trabalho. Com a preocupação em selecionar uma amostra com opiniões fundamentadas, realizamos uma nova filtragem que definiu o *corpus* final da análise. De acordo com a consistência dos conteúdos abordados, a análise irá consistir um *corpus* de 100 *tweets*.

### 3.3 MÉTODO

Como citado no início do capítulo, a análise será constituída pelo método da Análise de Discurso. Considerando o jornalismo como um discurso, institucionalizado, reconhecido e legitimado, busca-se encontrar na fala dos atores ponderações acerca deste modo de fazer jornalístico.

O estudo dos sentidos, proposto pela análise do discurso, considera duas camadas: a camada discursiva e a camada ideológica (BENETTI, 2007). Neste sentido, é necessário analisar primeiro o próprio texto (a camada discursiva), considerando todos os fatores externos ao sujeito, que também o compõem e o influenciam: “o texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia *em outro lugar*: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário” (BENETTI, 2007, p. 111, grifo do autor).

Para a análise do texto, é necessário que identifiquemos as formações discursivas (FDs): “aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito” (BENETTI, 2007, p. 112). Através do destaque de marcas discursivas presentes no texto, constituímos então, as FDs. Benetti aponta que a análise consiste em considerar as posições do sujeito de fala, no entanto, a autora explica que não são aceitáveis interpretações do pesquisador, “é preciso construir um quadro de FDs justificadas explicitamente pelos textos em análise” (BENETTI, 2007, p. 112).

Neste trabalho serão analisados o discurso e a posição ocupada pelo autor do discurso, através da categorização destes interagentes. Esta posição ocupada pelo autor compete ao estudo das vozes, outra vertente da AD. Tendo o discurso como dialógico, Benetti explica como definir se este é polifônico ou monofônico, onde “é preciso mapear as vozes que o conformam e, nesse movimento, refletir sobre as *posições de sujeito* ocupadas por indivíduos distintos” (BENETTI, 2007, p. 116, grifo do autor).

A categorização dos atores possibilitará analisar as opiniões de acordo com a posição ocupada por cada um, fator importante na estrutura do discurso, como afirma Benetti (2008, p. 16):

O discurso definido como uma prática diz respeito a um conjunto de situações internas e externas ao ato discursivo, sempre relacionadas às posições de sujeito — os lugares que o sujeito vem ocupar no discurso. A prática se institui no quadro de certos sistemas de formação, estruturados e hierárquicos — embora mutáveis, pois não são congelados no tempo.

Com a divisão dos públicos também procura-se expor a opinião de profissionais e instituições jornalísticas. Conhecedores da prática jornalística e seus desafios, cumpre-se através disso, a necessidade de compreender as condições de trabalho no jornalismo, apontadas por Benetti (2007, p. 111, grifo do autor), como fator fundamental em pesquisas jornalísticas:

A compreensão dessas condições não é acessória, e sim *um pressuposto* para qualquer estudo de jornalismo. Uma pesquisa sobre o texto jornalístico não precisa contemplar o detalhamento de todas as condições – ainda assim, é fundamental que o analista mantenha, como horizonte da pesquisa, consciência da complexidade de seu objeto.

Para abordar a questão do discurso e da relação entre os sujeitos, utilizamos novamente o conceito de contrato de comunicação proposto por Charaudeau, já abordado no segundo capítulo. Para o autor, a troca discursiva se dá através de um contrato, que propõe trocas entre os sujeitos: “a situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico” (CHARAUDEAU, 2007, p. 67). No entanto, iremos nos deter apenas na condição de identidade, na qual “a *identidade* dos parceiros engajados na troca é a condição que requer que todo ato de linguagem dependa dos sujeitos que aí se acham inscritos” (CHARAUDEAU, 2007, p. 68, grifo do autor). A condição de identidade estabelece a pergunta “quem fala a quem”, para tanto, institui duas instâncias: a de produção e a de recepção.

A análise do discurso considera alguns fatores ligados ao sujeito. Um deles é o percurso ideológico de cada sujeito no momento do discurso. É importante avaliar a formação ideológica do sujeito, pois esta, interfere diretamente no discurso em si. Orlandi (2008, p. 18-19) explica as possíveis alterações de sentido em um mesmo discurso produzido por formações ideológicas diferentes:

As formações discursivas são formações componentes das formações ideológicas e determinam o que pode e deve ser dito a partir de uma posição em uma conjuntura dadas. As palavras mudam de sentido ao passarem de uma formação discursiva para outra, pois muda sua relação com a formação ideológica.

Considerando as formações ideológicas, a análise do discurso se configura com um método que valoriza a associação entre a sociedade e a linguagem, considerando que o estudo da linguagem não pode ser apartado de quem a produz: a sociedade (ORLANDI, 2008).

Não consideramos nem a linguagem como um dado nem a sociedade como um produto; elas se constituem mutuamente [...] Os processos que entram em jogo na constituição da linguagem são processos histórico-sociais. A análise de discurso tem uma proposta adequada em relação a estas colocações, já que no discurso constamos o modo social de produção da linguagem. Ou seja, o discurso é um objeto histórico-social, cuja especificidade está em sua materialidade, que é a linguística. (ORLANDI, 2008, p. 17)

A análise presente neste trabalho buscou evidenciar estes valores apontados por Orlandi, levando em conta o contexto histórico, social e ideológico da sociedade presente nas manifestações que compõem o *corpus* desta investigação.

#### 3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS MATRIZES DE SENTIDOS

Procurando abranger a diversidade de opiniões encontradas de acordo com cada posição de sujeito, a análise terá quatro categorias de atores: jornalistas, veículos, estudantes de jornalismo e leitores em geral. Dentro de cada categoria foram inseridas outras classes – em menor expressão na coleta de dados – mas que em nada prejudicam a análise final, devido a proximidade de suas áreas e semelhança em suas manifestações. Foram incluídos comunicadores na categoria jornalistas, além de movimentos sociais e políticos na categoria leitores em geral.

O perfil dos comentários selecionados evidencia para a preocupação do público em geral com os rumos do jornalismo. Os comentários correspondem a: 13,6% oriundos de jornalistas, 1% de veículos de comunicação, 4,4% de estudantes de jornalismo e 81% de leitores em geral.

É importante frisar que alguns *tweets* foram categorizados em mais de uma subcategoria, de acordo com as marcas discursivas correspondentes a cada matriz de sentido. Dos 100 *tweets* selecionados, 04 foram classificados nas duas matrizes, contemplando a pluralidade presente nestes *tweets*.

Além da categorização dos atores, o *corpus* analisado foi dividido em duas grandes matrizes de sentidos: comentários relacionados a valores institucionais do jornalismo e comentários relacionados a técnica jornalística. Na primeira categoria foram categorizados *tweets* que remetessem as **funções** do jornalismo; a atribuição de **opiniões** individuais ou

editoriais nos veículos; ao jornalismo como **comércio de notícias** e ao jornalismo atual e sua compulsão em angariar **audiência na internet**. Esta categoria compreendeu 35% do *corpus* total da pesquisa.

Os demais, 65% da amostra, correspondem a categoria ligada a técnica e a prática, onde atribuímos os *tweets* relacionados ao trabalho de **apuração** jornalística; a importância da **abordagem plural** nas notícias; aos **critérios de noticiabilidade**; a abordagem de **fontes privilegiadas**; a diferença de **angulação**; ao **futuro do jornalismo**; e a crítica ao **sensacionalismo**.

A análise ainda considerou os **comentários direcionados a veículos ou jornalistas**, onde são atribuídas manifestações generalistas em relação ao trabalho individual dos jornalistas ou a valores institucionais de veículos, bem como comentários em relação a qualidade de produtos jornalísticos. Esta terceira categoria considera manifestações voltadas aos profissionais, e que já foram classificadas dentro das duas matrizes de sentido. Além disso, a categoria foi contabilizada considerando a comunicação entre público e jornalista, como fator fundamental da interatividade proposta pela *web* e pelo ciberjornalismo. Esta relação direta ficou evidenciada em 26% do *corpus* total da pesquisa, sendo considerada uma categoria à parte.

É importante frisar que esta pesquisa se deu como forma de exemplificar o que é observado atualmente no ciberjornalismo e nas relações entre instituições, jornalistas e audiências, considerando as aproximações motivadas pela *web* e seus sites de redes sociais. No capítulo seguinte, buscamos cumprir este propósito apresentando os sentidos em ordem de frequência e mostrando que o público está atento ao contexto jornalístico como um todo.

## 4. ANÁLISE

Como apresentado no terceiro capítulo, a análise visa evidenciar o reconhecimento do público sobre as transformações do jornalismo, através de manifestações no *Twitter*. O jornalismo acompanha as mudanças sociais e históricas, alterando também seus modos de produção, circulação e recepção. Se anteriormente, as mudanças passavam despercebidas pelo público, atualmente o cenário é outro, pois a instituição jornalística está entranhada no ambiente histórico e social em que atua (FRANCISCATO, 2005). Potencializado pelas inovações tecnológicas, sobretudo pela inquietação dos sites de redes sociais, os leitores encontraram um espaço para expor suas críticas e opiniões acerca das instituições, confirmando o reconhecimento das técnicas e do discurso jornalístico, bem como a importância do jornalismo para a sociedade. Cabe ressaltar que os *tweets* apresentados a seguir foram copiados integralmente, sem alterações ortográficas ou de qualquer natureza.

A análise presente neste trabalho contou com um *corpus* de 100 *tweets*, selecionados no mês de agosto de 2015, obedecendo os critérios de atribuição de valores ao jornalismo. Buscaremos evidenciar com o maior número de exemplos possível em cada categoria, com a finalidade de ilustrar e demonstrar o objetivo principal do trabalho: destacar os sentidos despertados pelo jornalismo no público, evidenciando a categorização dos interagentes nos comentários.

### 4.1 A TÉCNICA JORNALÍSTICA EM QUESTÃO NO *TWITTER*

As técnicas de produção jornalística parecem despertar maior atenção do público e, com a tecnologia, muitas dessas técnicas foram modificadas pelos veículos e pelos próprios profissionais, a fim de conferir maior agilidade, fator exigido pela instantaneidade da *web*. A análise demonstrou que 65% dos comentários selecionados eram direcionados a prática e a técnica jornalística, na maioria das vezes, julgando os métodos utilizados e questionando alguns aspectos, como os critérios de noticiabilidade.

A análise constatou a grande preocupação do público com os **critérios de noticiabilidade** conferidos nas matérias dos veículos. Os comentários atribuídos a este tema, constituíram 31,8% dos comentários relacionados a prática, demonstrando que o maior destaque das manifestações acerca do jornalismo diz respeito a estes critérios e a grande oferta de informações sem relevância presentes no meio *online*.



A *web* leva a crer na urgência de satisfazer as necessidades de informação do público, e que todo o mundo precisaria ser informado a qualquer hora, mas no conjunto **a oferta supera em muito a demanda** (WOLTON, 2012, p. 90, grifo nosso).

Como visto no segundo capítulo, o ciberjornalismo possui mais liberdade de espaço, além de abranger maior público, o que possibilita que temas que não possuíam espaço ou destaque na mídia tradicional, possam ser abordados na *web*. No entanto, a ênfase de alguns temas, provoca questionamentos nos leitores, que alegam a veiculação de **notícias superficiais e sem importância** para o contexto social.

@taniseza (estudante): O Jornalismo está tão veloz que virou um **amontoado de notícias, na sua maioria, sem importância** #PapoDeSegundaNoGNT<sup>8</sup>

@baseparawhore (leitor): É cada **notícia fútil** nessa Record que acho que vou fazer jornalismo e continuar no Twitter<sup>9</sup>

@carneirogladis (leitor): @JornalOGlobo que tipo de jornalismo voces fazem??**Onde estão as questões que são relevantes???**<sup>10</sup>

Estas críticas ficam ainda mais evidentes, quando o público utiliza exemplos (grifados) de notícias veiculadas, observando a irrelevância e a superficialidade das pautas. Os leitores demonstram incredulidade e contrariedade com os temas abordados, por vezes até direcionando os comentários e os questionamentos diretamente para os veículos.

@raffamenegon (leitor): 28 de agosto de 2015, **o dia que o passeio de um boneco inflável pelas ruas de São Paulo parou o jornalismo brasileiro**<sup>11</sup>

@senhor\_monteiro (leitor): Ah nem, os kra tá fazendo **reportagem sobre um cachorro que pegou um saco de pão da padaria e saiu correndo**, o jornalismo atual me surpreende<sup>12</sup>

@guslanzetta (leitor): "**Quentin Tarantino diz que Obama é seu presidente preferido**" O meu jornalismo preferido é aquele que não acha que isso é relevante.<sup>13</sup>

@brunobonsanti (leitor): "**Repórter de 23 anos se veste como Baby George por uma semana**". Às vezes eu acho que o jornalismo foi para longe demais da casinha.<sup>14</sup>

<sup>8</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>9</sup> 24/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>10</sup> 25/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>11</sup> 28/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>12</sup> 28/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>13</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>14</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

@bxdoug (leitor): jornalismo ta tão bom que **2 maluco pixando um muro com uma folha de bananeira**, sei la o que, vira notícia<sup>15</sup>

@jaderubini (leitor): "**Megan Fox brasileira provoca fãs com calcinha branca transparente**". Que dias gloriosos vive o menino jornalismo, minha gente!<sup>16</sup>

@madirce (leitor): O jornalismo da Globo News, chamado de "Pauta" é **fiscalizar a Dilma de Bicicleta!!!!**<sup>17</sup>

@mariagrijo (leitor): **Ensinando a fazer ovo frito, cozido e omelete no jornal**. É o fim do jornalismo capixaba.<sup>18</sup>

@sracharliane (leitor): **A record só fala na Xuxa! O país cheio de político ladrão e o assunto principal é esse!** Jornalismo de merda o desta emissora.<sup>19</sup>

@guibarchik (jornalista): #RepórterEmAção **poderia estar com temas relevantes, denunciando/entrevistando. Mas não, está narrando vídeos da internet**. Pobre jornalismo!<sup>20</sup>

@camisgray (leitor): jornal de ribeirão preto: **a mulher se gabando pq ja vendeu moto pra paula fernandes. jornalismo ou fofoca de cumadre?**<sup>21</sup>

@gihvaz (leitor): O acadêmico de jornalismo fica 4 anos na faculdade estudando pra depois **escrever sobre a intimidade sexual do cantor Belo com a namorada**.<sup>22</sup>

Também é notório para o público a **diferente angulação** dada pelas instituições de acordo com as posições das fontes ou dos sujeitos em questão nas notícias. 21,7% dos comentários com referência à técnica faziam menção a esta temática. O público alerta para **distorção de informações e matérias que inclinam para determinadas classes sociais**.

@fabioconf (leitor): Quando é pobre, usam **invasão**. Quando é rico, **ocupação**. Jornalismo brasileiro fazendo sua parte<sup>23</sup>

@rodolfolicks (leitor): Mais engraçado ainda é o radicalismo na dualidade midiática: **ou o jornalismo é condescendente com o público, ou manda matar o agressor**.<sup>24</sup>

@diegopbl (leitor): Furar ou rasgar boneco vira "**atentado**" e soldados israelenses entram em "**conflito**" com... CRIANÇAS palestinas. Que dia para o jornalismo.<sup>25</sup>

<sup>15</sup> 26/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>16</sup> 26/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>17</sup> 28/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>18</sup> 28/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>19</sup> 25/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>20</sup> 25/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>21</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>22</sup> 24/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>23</sup> 25/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>24</sup> 27/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>25</sup> 28/08 selecionado na coleta das 18h.

@niltubarao (leitor): Jornalismo da Globo **morde e assopra o governo**. No Jornal Nacional assopra, no Jornal da Globo morde. DEVE SER PQ É DE MADRUGADA E O POVO DORME!<sup>26</sup>

@pauloquaresma2 (jornalista): @cartacapital Revisteca vagabunda **distorce fatos sempre a favor do governo que lhe sustenta**. Isso é jornalismo?<sup>27</sup>

@ingressodofla (leitor): Do que adianta entrevistar alguém se vc **manipula da forma que vc quer a fala do entrevistado**? Isso é jornalismo?<sup>28</sup>

@fugidoface\_ (leitor): @diegoescosteguy @filipecoutinho\_ muito triste ver a que ponto chega o jornalismo brasileiro, **cego pela ideologia de alguns "jornalistas"**.<sup>29</sup>

Retomando a ideia de jornalismo como discurso institucionalizado, é de conhecimento do público em geral que para o jornalismo cumprir as funções que se propõem - como as citadas nos comentários anteriormente - é necessária a construção sólida da notícia, com informações bem apuradas, cuidado com as fontes e pluralidade de opiniões. Foi constatado na análise que as críticas às produções jornalísticas são bastante consistentes: 20,3% dos comentários mencionam a **deficiência dos veículos na apuração e confirmação das informações**, bem como atribuem a definição de “fofocas” para notícias mal apuradas ou sem confirmação.

@aimingsierra (leitor): **SE N PODE CONFIRMAR A INFO N ESPALHA A INFO É ASSIM QUE O JORNALISMO FUNCIONA**<sup>30</sup>

@futebolzueiro (leitor): @tvleaohd **não podem simplesmente veicular um notícia sem sondar e apurar os fatos**, principio basico do jornalismo, até eu q não sou sei<sup>31</sup>

@saqueevoleio (jornalista): - Ler um tuíte. - Escrever dois parágrafos correndo. - **Apurar nada**. Jornalismo na minha timeline.<sup>32</sup>

@laurasantos69 (leitor): @sbtjornalismo Pra um jornalismo tao conhecido, vcs **deveriam se informar mais antes de sair dando noticias falsas!!!** #MicoSBT  
😄😄😄<sup>33</sup>

@andretoigo (leitor): @filipeduarte88 jornalismo Caras (**muita suposição e pouca confirmação**)<sup>34</sup>

<sup>26</sup> 25/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>27</sup> 26/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>28</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>29</sup> 28/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>30</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>31</sup> 27/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>32</sup> 27/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>33</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>34</sup> 25/08 selecionado na coleta das 22h.

Ainda incluído na subcategoria da apuração, atribuímos os comentários relacionados às críticas ao **uso de sites de redes sociais – a exemplo do *Twitter* – como fontes principais das matérias**. Fica explícito nos comentários a alusão a displicência dos profissionais durante a apuração, evidenciando o descontentamento do público com este fator.

@tommoless\_ (leitor): @sbtjornalismo jornalismo de vdd procura fontes. **Jornalismo barato repassa fofoca.** Agora sim, boa noite. #OhNoTheSun#OhNoSBT<sup>35</sup>

@fiscaldoibama (leitor): @Andressaap\_cali @paulowenk73 BACANA CRITICAR UM TRABALHADOR AMPARADO POR LEI BUSCANDO COMO FONTE O TUITER. **JORNALISMO OU FOFOCA?**<sup>36</sup>

@jessiewelling (leitor): Jornalismo brasileiro cada vez pior... pauta agora é **tweet de gente aleatória com "fontes mega seguras"**<sup>37</sup>

@verbofeminino (jornalista): Ai, esse "jornalismo declaratório" que assola Brasília. **Alguém declara qualquer merda e a bosta vira "fato", notícia...**<sup>38</sup>

O público aborda também a questão das fontes consultadas pelos jornalistas, o que vai de encontro aos interesses de cada veículo e com a influência de algumas classes sociais sobre a política editorial de cada instituição. Como visto no decorrer do trabalho, algumas classes são preteridas em relação a outras. As elites costumam receber mais atenção dos veículos, tendo mais visibilidade e melhor tratamento nas notícias veiculadas. Alsina afirma que os veículos não refletem a sociedade, mas a representam e “nessa representação nem todos os agentes sociais recebem o mesmo tratamento jornalístico em quantidade nem em *qualidade*” (2009, p. 65, grifo nosso). Estes destaques da imprensa estão cada vez mais visíveis, sendo perceptíveis aos leitores, que conseqüentemente, criticam e questionam este valor. Os comentários relativos as **fontes privilegiadas pelos veículos** representaram 10,2% em relação a amostra da categoria sobre técnicas jornalísticas.

@dop3ed (leitor): @GloboNews **elitista** filha da puta, o jornalismo já foi muito melhor, sempre babando ovo dos ricos e famosos, né?!<sup>39</sup>

@riveralguianze (leitor): @DemocraciaSempr @hannahcovolo @GloboNews **o operário não é notícia**, isso é padrão globo de jornalismo<sup>40</sup>

<sup>35</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>36</sup> 25/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>37</sup> 26/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>38</sup> 26/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>39</sup> 24/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>40</sup> 24/08 selecionado na coleta das 10h.

@seoad (leitor): @Estadao #imprensaliho **Jornalismo de PATRÕES...** Não Mostram a Realidade Só Mentiras...Manipulação... Terrorismo<sup>41</sup>

@rodrigopolati1 (leitor): @GloboNews A diferença entre o jornalismo d hoje e o da ditadura, é q hoje **qm dita as ordens é o q tem mais cash no bolso**, não os militares.<sup>42</sup>

@i\_am\_in\_command (leitor): Hoje, só há propaganda. Jornalismo? Não. Por que **sempre puxam sardinha para quem está no comando (do país)**<sup>43</sup>

Mapeamos também críticas ao **sensacionalismo dos veículos**, o que contabilizou 8,7% dos comentários referentes a técnica. No entanto, nota-se que os comentários referentes a este tema são pouco fundamentados, mostrando veladamente que a referência ao sensacionalismo basta como juízo de valor suficiente para a crítica as instituições.

@daronas (leitor): ESPN está se tornando um **canal de jornalismo sensacionalista**, que decadência...<sup>44</sup>

@domrenan\_rj (leitor): Esse **sensacionalismo de jornalismo de TV aberta** me dá nojo...<sup>45</sup>

@notavel (leitor): @ESPNAgora Jornalismo ERA o nosso esporte. **Agora é sensacionalismo.** Que fim trágico para a ESPN.<sup>46</sup>

@nelsonsilvareal (leitor): Acordei, breakfast vendo as **tragédias do jornalismo sensacionalista!**<sup>47</sup>

@ovarzeano (leitor): O **sensacionalismo virou uma praga** no jornalismo brasileiro. <https://t.co/dxhjPp5IEv><sup>48</sup>

Também associamos a categoria da técnica jornalística, alguns comentários relacionados ao **futuro do jornalismo**, que representaram 4,3% da categoria. Embora em número reduzido, as manifestações caracterizam-se pela presença de marcas discursivas claras e estão vinculadas a atores de diferentes posições. Os *tweets* remetem a valores e técnicas da atividade jornalística em adaptação de acordo com as inovações do meio *online* e a incorporação dos sites de redes sociais na produção das notícias.

<sup>41</sup> 25/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>42</sup> 24/08 selecionado na coleta das 10h

<sup>43</sup> 25/08 selecionado na coleta das 22h

<sup>44</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>45</sup> 28/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>46</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>47</sup> 27/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>48</sup> 28/08 selecionado na coleta das 10h.

@vivi\_mariano (leitor): **O TWITTER vai mudar a cara do medíocre jornalismo esportivo.** Eu vivi pra ler esse pedido, não menos medíocre, de desculpas do O Globo :)<sup>49</sup>

@carlosaviana (jornalista): A busca por notícias continua a mesma. O que mudou é o **desafio do jornalismo em redescobrir como o público quer ser informado.**<sup>50</sup>

@higinofelipe (estudante): Na faculdade, um professor tentou criar uma **ideia de jornalismo feito via Whatsapp.** Depois reclama da crise da profissão.<sup>51</sup>

Outro fator importante abordado é a **pluralidade na abordagem dos veículos**, no entanto, são poucos os comentários que abordam esta temática, constituindo 3% dos *tweets* que constituem a categoria da técnica jornalística.

@rafapimentel84 (leitor): @agfon21 @ESPNagora @MauroCezarESPN questioneei pq **entendo q jornalismo é ouvir os 2 lados** e dar opinião, na matéria só há opinião sem fonte<sup>52</sup>

@luisf\_prates (estudante): **Acham que só se entrevista alguém se a pessoa pensa o mesmo que vc.** Jornalismo não é igual a um jogador que sai tabelando com o outro, gente<sup>53</sup>

Como vimos, a maior parte do *corpus* remete a funções específicas da prática jornalística, levando em conta, as técnicas de produção empreendidas pelos jornalistas. No entanto, é possível observar também, críticas embasadas em relação aos valores institucionais do jornalismo, demonstrando o conhecimento do público em geral, sobre estes valores atribuídos a profissão e sua importância.

#### 4.2 OS VALORES INSTITUCIONAIS ANALISADOS NO TWITTER

Pelo menos 35% da amostra total da pesquisa aborda os valores institucionais do jornalismo, o que demonstra que a preocupação com estes princípios ainda é bastante coerente, tanto para leitores quanto para profissionais.

Entre os comentários inseridos nesta matriz de sentido, a busca dos veículos pela audiência na *web* foi o item mais questionado. Notamos que a percepção do público com a adaptação do jornalismo ao meio online mostrou-se bastante consistente, sendo que 37,2%

<sup>49</sup> 24/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>50</sup> 25/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>51</sup> 26/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>52</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>53</sup> 26/08 selecionado na coleta das 10h.

dos *tweets* incluídos nessa categoria específica faziam referência ao tema. Como abordado no segundo capítulo, a segmentação dos públicos é um aspecto que precisa ser considerado pelas instituições. Pensando em atingir o **maior número de “cliques” em suas matérias**, os veículos buscam adaptar-se e traçar novos métodos para atrair mais leitores. Com essa busca – por vezes desequilibrada – por audiência no meio *online*, alguns valores institucionais do jornalismo são questionados fortemente pelos leitores.

@alemaopizoni (jornalista): O post do analista de arbitragem é só uma prova que o **jornalismo alegre e chama clique é mais importante do que o sério, balizado em dados.**<sup>54</sup>

@inspmarcos (leitor): @daniel\_bonn **hj o jornalismo sobrevive de ibope**, e eles fazem de tudo p ter, inventam, distorcem, etc.<sup>55</sup>

@luksdrad (leitor): Jornalismo na Internet precisa se tornar algo mais do que **armadilha de cliques**, como o que aconteceu na matéria de cosplay do UOL.<sup>56</sup>

@draguz (leitor): @robgonson\_sp **o jornalismo atual não vê pessoas, vê cliques.** Vê metas e pautas a serem batidas. E não reclama.<sup>57</sup>

Além disso, esta adaptação do jornalismo para o meio *online* faz com que algumas tendências sejam adotadas pelos veículos. Na busca por formatos mais atraentes ao público, o ciberjornalismo recria – e copia - modelos e formatos de conteúdo que melhor se adaptem na *web*. Contudo, alguns destes modelos nem sempre se ajustam a todos os gêneros jornalísticos, e perdem seu principal objetivo: a audiência. Entre os *tweets* analisados, foram encontradas **críticas a esta releitura de formatos no jornalismo.**

@noname579 (leitor): Tem me incomodado pra caralho esse **jornalismo estilo BuzzFeed** q todo portal tem agora. **Tudo é 7 motivos, 10 coisas.** Q saco<sup>58</sup>

@rachelripani (leitor): Os sites de notícia e jornais ficam só **requentando as notícias q viralizaram na internet.** É o novo jornalismo. **Jornalismo marmita?**<sup>59</sup>

@rodrigobarack (leitor): O jornalismo não morreu, apenas se transformou em **"Veja o que os internautas estão dizendo sobre X"**<sup>60</sup>

@vieirices (jornalista): Acho que no fundo me sinto bem por estar fora do mercado de **um jornalismo que agora se resume em listas.**<sup>61</sup>

<sup>54</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>55</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>56</sup> 26/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>57</sup> 24/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>58</sup> 24/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>59</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>60</sup> 25/08 selecionado na coleta das 18h.

Ainda nesta subcategoria inserimos comentários referentes a tendências do jornalismo televisivo, que contam, no entanto, com influência direta das linhas do ciberjornalismo e sua “caça” à audiência.

@rosantanars (leitor): Olha, sinceramente eu vejo a Globo e olhe lá. **Tv aberta é cada vez mais teatro, entretenimento q jornalismo sério!**  
<https://t.co/0afFH89yaW><sup>62</sup>

@mariliajuste (jornalista): Jornalismo para não-jornalistas: "**segundo a CNN**" = "**não deu pro correspondente chegar, mas a estagiária tá vendo TV** e tá tudo sob controle."<sup>63</sup>

Questiona-se também valores primordiais do jornalismo, como a função do mesmo. Nota-se que o público demonstra temor com o papel do jornalismo para a sociedade. Como abordado no primeiro capítulo, o jornalismo se construiu historicamente como atuante suporte para os cidadãos e desempenha funções importantes na mediação entre a população e o Estado, auxiliando na construção política e democrática da sociedade, além de ser o principal meio de informação da população. O público por sua vez, tem plena consciência sobre estas funções e emite opiniões importantes, tanto de cunho positivo como negativo, sobre a **função institucional do jornalismo** com a comunidade, como nos exemplos a seguir. É importante destacar que os *tweets* relacionados a função representam 25,7% dos comentários voltados ao jornalismo como instituição.

@taysaelen (leitor): Assistindo o SBT repórter e voltando a ter esperança no **jornalismo como meio d informações e conhecimento** parabéns Roberto cabrine e SBT<sup>64</sup>

@misspessoa (leitor): É muito assustador (e maravilhoso) ver que o jornalismo pode ser de fato um **transformador social**. Passam uma vida tentando descreditar isso<sup>65</sup>

@moarruda\_ (leitor): @daewlz É neste momento que **o Jornalismo é necessário**. Quando é preciso **relatar o que ninguém gostaria de ler...**<sup>66</sup>

@ pfvrsams (leitor): @LoliiCarneiro **função de jornalismo não é ganhar audiência, é informar**, não é programa de auditório pra fazer idiotice em troca de audiência<sup>67</sup>

---

<sup>61</sup> 26/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>62</sup> 28/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>63</sup> 28/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>64</sup> 24/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>65</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>66</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>67</sup> 26/08 selecionado na coleta das 14h.



@osupernerd (leitor): Será que ainda existe site de **jornalismo que defende a sociedade, critica duramente as grandes empresas, investiga e faz a diferença?**<sup>68</sup>

@fabiogiacomelli (jornalista): Jornalismo Cidadão não existe. O que existe é uma colaboração na construção noticiosa. **Olhar, apuração, redação é muito mais que informar.**<sup>69</sup>

@tchemano (leitor): @Giullian0 Jornalismo alcançou o mais baixo nível, **os caras não estão atrás de fatos, querem eles criar fatos**, ou melhor, factóides.<sup>70</sup>

@record\_imprensa (veículo): @Albino70Lig Adoramos histórias reais de felicidade. Aliás, o **jornalismo de contar fatos** está no DNA da Record. =><sup>71</sup>

@fatyjo (leitor): #LulaNuncaMais **A função do jornalismo é informar.** Esconderam a informação atrás da persiana. Jornalismo maquiado, omite os fatos.<sup>72</sup>

Além do público questionar a função do jornalismo como fonte principal de informação, os leitores também comentam sobre a ligação entre o jornalismo e a opinião. Não podemos desconsiderar que o jornalismo e seus profissionais atuam como formadores de opinião desde o início de sua trajetória. No entanto, o público utiliza comentários para contestar a forma como este valor institucional vem sendo apreendido. Os comentários encontrados nesta subcategoria correspondem a 22,8% da categoria institucional, contribuindo com **questionamentos sobre a importância do jornalismo como formador de opinião, o cuidado necessário dos profissionais na emissão de opiniões e a imparcialidade dos veículos em meio a este contexto.**

@gscarvalhal (jornalista): Ler **opinião rasa** é coisa cotidiana no Facebook. **O jornalismo poderia estar um degrau acima disso.**<sup>73</sup>

@domingosfonsec4 (leitor): @MauroCezarESPN @MediumBrazil **jornalismo com opinião e interpretação da notícia**, sem fugir a verdade dos fatos. Parabéns.<sup>74</sup>

@alqunha (leitor): @FSRadioBrasil Sormani **desinforma! Chuta opiniões.** Isso não é jornalismo,<sup>75</sup>

@gilmardarosa (leitor): Não por acaso a "**opinião, o senso comum é ditado por revistinhas, telejornais e rádios** povoadas por celetistas do sub do sub-jornalismo."<sup>76</sup>

<sup>68</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>69</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>70</sup> 28/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>71</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>72</sup> 28/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>73</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>74</sup> 27/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>75</sup> 28/08 selecionado na coleta das 14h.

<sup>76</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

@freitasosmar (leitor): @jornalnacional JN, vou continuar insistindo! **Um dia, o jornalismo de verdade vai sobrepujar as opiniões e interesses dos jornalistas.**<sup>77</sup>

@jan\_muniz (leitor): Eu já abomino o jornalismo atual, mas em especial esse apresentador do Band News pela manhã, que quer **dar opinião baseado em porra nenhuma.**<sup>78</sup>

@sheillamg (leitor): Ridículos esses repórteres que emitem sua opinião, **jornalismo é imparcial. Opinião cada um tem a sua.** #GloboEsgoto #PorcosSalvos #Acidente<sup>79</sup>

@mfcjornalista (jornalista): **Tem 1Pessoal q divulga informações e dá opiniões para o seu público fiel. Ñ confundam isso com jornalismo,** que é outra coisa bem diferente.<sup>80</sup>

Também é necessário considerar o jornalismo como negócio, fator que influencia nos valores institucionais de cada veículo. É preciso compreender **que as instituições possuem interesses e parcerias com empresas privadas,** que acabam norteando muitas de suas publicações.

@ganembruno (estudante): As grandes rádios, revistas e TVs tem **ideais e interesses,** conseqüentemente fica quase impraticável exercer um jornalismo imparcial.<sup>81</sup>

Estes interesses acompanham o jornalismo desde o princípio da sua história. Com forte base no capitalismo, o jornalismo é tratado como negócio, pelo menos, desde o século XIX com a Revolução Industrial. Com isso, as instituições jornalísticas passaram a ter interesses econômicos e políticos, muitas vezes por influências de apoiadores e patrocinadores, o que alterou alguns valores no jornalismo praticado. Esta influência está tão legitimada no cenário jornalístico e social como um todo, que é evidente o reconhecimento do público sobre esta percepção histórica. Do total da categoria de valores institucionais, 14,7% dos comentários relacionavam **o jornalismo com o capitalismo** ou a particularidades ligados a ele, constituindo a última subcategoria da análise.

@thamaraqs (leitor): @Monteso "escrever sem ser contagiado por demagogias" se assim fosse, a massa não leria! **Jornalismo virou comércio. Cruza do capitalismo.**<sup>82</sup>

<sup>77</sup> 25/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>78</sup> 26/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>79</sup> 26/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>80</sup> 27/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>81</sup> 24/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>82</sup> 25/08 selecionado na coleta das 14h.

@absurdumb (leitor): Aprendam a fazer Jornalismo! **Servos do Capitalismo!**<sup>83</sup>

@camyllaacosta (estudante): Que o Jornalismo nunca foi imparcial todos nós sabemos. Mas, daí pegar um jornal pra ler e ver que ele é **totalmente vendido**, até a opinião.<sup>84</sup>

@ganembruno (estudante): Ou seja, **imparcialidade no jornalismo é "papo", dançamos conforme a música**. Sem contar, claro algumas exceções!<sup>85</sup>

@rafaelrenneberg (leitor): "**Jornalismo vendido!** "Atropelador da Gávea" tem nome, sabia O Globo? É Ivo Nascimento Pitanguy!!!" <http://t.co/c9IHjPCMPN><sup>86</sup>

Demonstramos com estes destaques que o valor institucional do jornalismo – mesmo que em menor proporção – articula-se de forma coesa e apoiada em comentários claros, objetivos e fundamentados, em sua maior parte. Estruturadas em forma de questionamentos e críticas ao jornalismo contemporâneo, algumas das manifestações destacadas neste capítulo foram direcionadas a veículos e jornalistas, demonstrando um dos principais aspectos da internet: a possibilidade de interatividade entre instituição e leitor, de maneira direta e independente. A seguir iremos apontar mais alguns exemplos dessa ordem.

#### 4.3 COMENTÁRIOS DIRECIONADOS À INSTITUIÇÕES E JORNALISTAS

Já inseridos nas duas matrizes de sentido adotadas nesta análise – valores institucionais e técnica jornalística - selecionamos separadamente, os *tweets* direcionados a veículos e jornalistas. Estes comentários constituem uma categoria à parte, considerando que os teores dos comentários são atribuídos tanto a valores institucionais quanto em relação as práticas e técnicas jornalísticas. Por isso, todos esses comentários já foram inseridos nessas matrizes de sentido. Entre esses *tweets*, há ainda referências individuais em relação ao trabalho dos profissionais.

A escolha pela divisão destes comentários direcionados corresponde a ilustração de aspectos mencionados durante o trabalho. Como vimos, entre as transformações do jornalismo para melhor adaptação ao ambiente *online*, está a necessidade de entender como funcionam as relações com o público na *web*. Os *tweets* selecionados nesta categoria indicam a natureza dos comentários mais frequentes nestas relações.

<sup>83</sup> 26/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>84</sup> 24/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>85</sup> 24/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>86</sup> 27/08 selecionado na coleta das 22h.

Esta seleção da amostra representou 28% da amostra total da pesquisa. Alguns dos comentários foram direcionados para profissionais específicos, fazendo referência ao trabalho individual dos profissionais, atribuindo, inclusive, valores importantes da atividade jornalística ao trabalho dos mesmos.

@ nice\_t (leitor): @**pmoreiraleite** "jornalismo" que vive de defender governo e aplaudir imposto. V imaginou esse triste fim qdo se formou em jornalismo?<sup>87</sup>

@foller32 (leitor): @**jessicasenra** ...gosto de seu estilo de jornalismo..."jornalismo sensacionalista" pra mim não é jornalismo...<sup>88</sup>

@domingosfonsec4 (leitor): @**MauroCezarESPN** @MediumBrazil jornalismo com opinião e interpretação da notícia, sem fugir a verdade dos fatos. Parabéns.<sup>89</sup>

No entanto, a maior parte dos comentários são direcionados a veículos específicos, em sua maioria, em forma de crítica ao trabalho das instituições.

@vrochaluz2 (leitor): @**ESPNAgora**. **Jornalismo lixo**. Distorcendo a noticia.<sup>90</sup>

@seoade (leitor): @**Estadao** **#imprensaliço** Jornalismo de PATRÕES... Não Mostram a Realidade Só Mentiras...Manipulação... Terrorismo<sup>91</sup>

@laurasantos69 (leitor): @**sbtjornalismo** Pra um jornalismo tao conhecido, vcs deveriam se informar mais antes de sair dando noticias falsas!!! **#MicoSBT**  
☹️☹️☹️<sup>92</sup>

É necessário destacar que apesar dos *tweets* serem direcionados aos veículos, não foi encontrado nenhum tipo de retorno imediato dos mesmos com o público, que pudessem ser localizados pelo *plugin* no período da coleta. Com isso, questiona-se a ideia de interação entre leitor e instituição, demonstrando a clara posição da maioria dos veículos em não interagir com o público, ao menos no *Twitter*. Em nosso *corpus* foi localizado apenas um *tweet*<sup>93</sup> de veículo jornalístico, inserido na categoria dos valores institucionais, fazendo referência a função do jornalismo, confirmando a escolha dos veículos em não responder aos leitores.

Através da análise e categorização com base em duas amplas matrizes de sentido, notabilizamos que o público se manifesta prioritariamente à técnica e a prática jornalística,

<sup>87</sup> 27/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>88</sup> 26/08 selecionado na coleta das 10h.

<sup>89</sup> 27/08 selecionado na coleta das 18h.

<sup>90</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>91</sup> 25/08 selecionado na coleta das 22h.

<sup>92</sup> 24/08 selecionado na coleta das 22h.

corroborando maior preocupação com os aspectos de produção de notícias. Nos comentários selecionados e, conseqüentemente, nos que destacamos durante o capítulo, evidenciamos que maior parte dos *tweets* atribuem valores de ordem negativa ao contexto jornalístico atual em ambas as matrizes.

A grande questão do público centrou-se na escolha das notícias publicadas, onde a indagação principal foi quanto a relevância dos temas abordados nas matérias. Utilizando como argumentos alguns exemplos de matérias publicadas, o público mostrou grande insatisfação com os temas abordados no ciberjornalismo. Também em contexto semelhante, estão as críticas à apuração das notícias, onde os leitores expressaram inconformidade com a utilização de fontes sem legitimidade e de falhas na apuração em geral, como falta de confirmação de informações antes de publicá-las.

As manifestações referentes as escolhas dos veículos, mostraram-se bem plausíveis, expondo que o público em geral visualiza quando os veículos agem de maneira tendenciosa. As subcategorias de angulação e fontes privilegiadas trouxeram exemplos que confirmam este conhecimento do público, que questiona a desigualdade de tratamento entre as fontes e o desequilíbrio no espaço destinado pelas instituições para diferentes posições sociais.

Apesar de encontrarem-se em menor número, a referência ao sensacionalismo, ao futuro do jornalismo sob influência da *web* e a pluralidade na produção das notícias são aspectos também abordados, comprovando a diversidade de sentidos despertados pelo jornalismo.

Quadro 1. Técnica/Prática Jornalística

<b>Valor</b>	<b>Nº de tweets</b>	<b>%</b>
Noticiabilidade	22	31,8%
Angulação	15	21,7%
Apuração	14	20,3%
Fontes Privilegiadas	07	10,2%
Sensacionalismo	06	8,7%
Futuro do Jornalismo	03	4,3%
Pluralidade	02	3%

<sup>93</sup> @record\_imprensa: @Albino70Lig Adoramos histórias reais de felicidade. Aliás, o jornalismo de contar fatos está no DNA da Record. =)

<b>Total de tweets da categoria</b>	<b>69</b>	<b>100 %</b>
-------------------------------------	-----------	--------------

Fonte: o autor

Os *tweets* referentes aos valores institucionais, mesmo em menor número, atentam para a importância do jornalismo diante do público. As quatro subcategorias obtiveram números semelhantes, o que demonstra a preocupação com a instituição jornalística como um todo.

A importância do jornalismo e seus profissionais como formadores de opinião, aliada a função primordial de informar a sociedade, configuram aspectos importantes de um cenário de inquietude do público. Cenário este que comporta um jornalismo cada vez mais preocupado com a dimensão da audiência, sem levar em conta a qualidade das informações que são oferecidas a ela. De acordo com a análise, a subcategoria que comportou maior número de manifestações foi a da audiência, com críticas ao jornalismo “caça-cliques” e com a transformação do conteúdo jornalístico em formato de listas - tendência que obteve sucesso em *sites* de entretenimento, mas que de acordo com as opiniões obtidas na análise, parece não ter tanta aceitação em conteúdo informativo.

Também presente nos valores institucionais, as manifestações que relacionam jornalismo com capitalismo precisam ser destacadas. Partindo de um contexto histórico de formação da atividade jornalística, o capitalismo é uma das bases da profissão. No entanto, a imparcialidade e outros valores importantes são apontados nos *tweets* como condicionados a este sistema, prejudicando a compreensão do público.

## Quadro 2. Valores institucionais

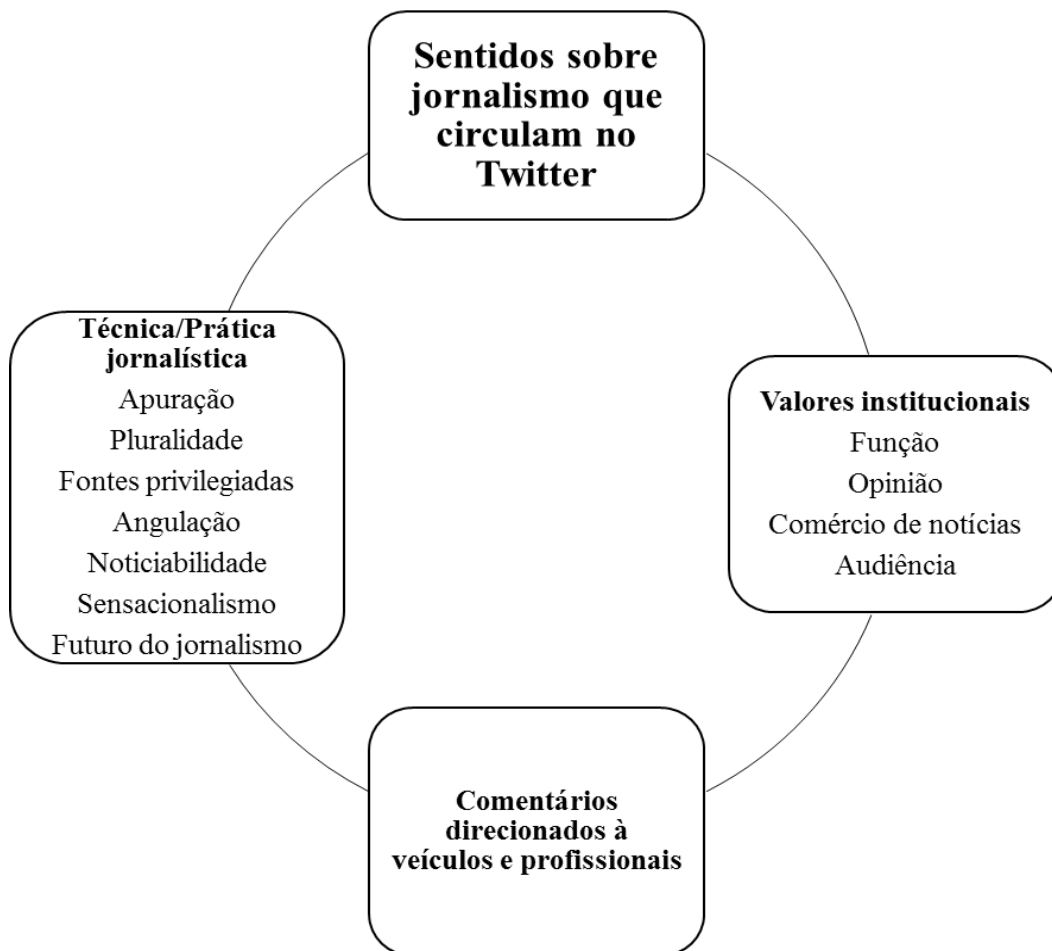
<b>Valor</b>	<b>Nº de tweets</b>	<b>%</b>
Audiência	13	37,2%
Função	09	25,7%
Opinião	08	22,8%
Comércio de notícias	05	14,3%
<b>Total de tweets da categoria</b>	<b>35</b>	<b>100 %</b>

Fonte: o autor

Importante destacar que apesar de contarmos com um *corpus* de 100 *tweets*, o total de *tweets* classificados nas duas matrizes contabilizam 104, pois 03 *tweets* foram classificados em duas subcategorias e 01 *tweet* nas duas matrizes, apresentando marcas discursivas dos dois segmentos.

A divisão em duas matrizes de sentido foi proposta com o objetivo de melhor organizar o *corpus* e traçar um paralelo entre as duas matrizes. Contudo, apesar desta classificação, buscamos evidenciar que os comentários se complementam, independente da matriz em que estão inseridos. Maior exemplo disso, é que alguns *tweets* foram inseridos em mais de uma subcategoria, demonstrando que as manifestações faziam referência tanto a técnica quanto a importância do jornalismo como instituição. Além disso, os comentários direcionados aos profissionais reforçam a ideia de interligação, visto que já estavam classificados em suas respectivas matrizes. No esquema a seguir reforçamos esta ideia de ligação.

Esquema 1. Matrizes de sentidos sobre jornalismo que circulam no *Twitter*



O Esquema 1 busca atestar a ideia de ligação entre as matrizes perante um processo de circulação de ideias no meio *online* abordando a mesma temática: o jornalismo. Os sentidos abordados no *corpus* se relacionam e se complementam, independentemente, da matriz em que estão inseridos. Este aspecto foi notabilizado durante a análise, quando alguns *tweets* foram inseridos em diferentes subcategorias de uma mesma matriz e pelo menos 01 *tweet* foi categorizado nas duas matrizes de sentido, o que demonstra a atenção do público às transformações do jornalismo em geral.

Não só os sentidos se complementam e se interligam, como as posições dos sujeitos – em sua maioria - também obedecem este processo. Independentemente da categoria do interagente, os sentidos mostram-se semelhantes, notabilizando o reconhecimento do gênero jornalístico na sociedade.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho mostramos o quanto o jornalismo constitui-se como aspecto estruturante da sociedade. Notabilizamos que a atividade jornalística é conhecida o bastante pelo público, a ponto de obter o seu reconhecimento como gênero discursivo (BENETTI, 2008). As técnicas de apuração das notícias, o modo como elas são abordadas, a linguagem adotada pelos profissionais e as rotinas de produção nas instituições são amplamente conhecidos pela sociedade em geral. Com isso, o público sente-se preparado para questionar e apontar preceitos e valores institucionalizados pelo jornalismo.

Este reconhecimento ficou evidente nas manifestações que compõem o *corpus* deste trabalho. Através de marcas discursivas que referenciam às técnicas e aos valores, o público se posiciona diante do que observa no trabalho dos profissionais e na instituição jornalística como um todo. Notamos que os rumos do ciberjornalismo causam inquietação nos leitores e nos próprios profissionais, demonstrando clara preocupação com o tipo de jornalismo que vem sendo praticado na *web* e com a crise jornalística atual.

Em nossa análise pudemos observar aspectos importantes sobre esse claro movimento de reconhecimento da instituição jornalística através das manifestações no *Twitter*. Na composição do perfil dos atores notamos que é perceptível a preocupação dos leitores em geral com as instituições jornalísticas. Mais de 80% dos *tweets* selecionados na primeira triagem da análise correspondiam a opiniões desta categoria de atores. Por outro lado, os veículos não parecem tão inquietos com os rumos da atividade que exercem, constituindo apenas 1% das opiniões. Estes fatores tornaram-se ainda mais notáveis quando configuramos o *corpus* da pesquisa e realizamos a análise, aonde dos 100 *tweets* selecionados, apenas um pertencia a veículo de comunicação.

Nossa análise mostrou que as maiores queixas do público correspondem à técnica e a prática jornalística, sobretudo quanto a relevância das notícias. Tendo a internet como um espaço amplo, sem os limites impostos por gêneros jornalísticos praticados em outros meios, os profissionais pecam na publicação de informações com relevância questionável, fazendo com que o público indague sobre os valores de noticiabilidade de cada veículo, o que demonstra o claro desconforto do leitor.

O público também parece cada vez mais atento com o tratamento dado pelos veículos às mais diferentes classes sociais. Sabemos que historicamente, o jornalismo aderiu a função de mediador entre povo e poder público, assim como tem a função de prestar serviço ao

público. No entanto, os interesses políticos e econômicos sempre estiveram presentes nas entrelinhas das notícias publicadas, passando despercebido pelos leitores na maioria das vezes. Com a configuração de um público mais crítico e atento, guiado pela variedade de ferramentas disponíveis *online*, como sites de redes sociais e recursos multimídias, o jornalismo passou de vigilante do poder à instituição vigiada pelo povo. Os leitores possuem mais conhecimento acerca das rotinas de produção, adotando critérios mais rígidos de observação. Prova disso, são as manifestações que selecionamos com referência ao uso de fontes privilegiadas, angulação na linguagem das matérias e pluralidade. Mostramos que os leitores não demonstram aceitação de notícias que são abordadas de acordo com classes dominantes, e questionam abertamente os veículos por essas escolhas. Se a internet é um espaço tão amplo, por que privilegiar alguns e preterir outros? De acordo com nosso diagnóstico, esta parece ser uma das grandes dúvidas do público.

Todos estes aspectos citados encaixam-se em um fator amplo, de questionamento dos valores institucionais do jornalismo. A partir do instante em que o leitor interpela a função do jornalismo, notamos que a profissão enfrenta um momento de reconfiguração, adaptação e de dificuldade no relacionamento com seu leitor. Esta relação encontra mais adversidades, quando o público não se sente contemplado com a abordagem das matérias. A necessidade de atrair mais audiência, faz com que o jornalismo deixe de se preocupar com o público fiel que já conquistou. Nossa análise demonstrou que tanto leitores quanto jornalistas sentem-se incomodados com as técnicas utilizadas para garantir mais “cliques” nas matérias. Os veículos buscam referências em conteúdos não-jornalísticos, mas de grande sucesso na *web*, para configurar modelos para publicação de suas matérias. Estas tentativas marcam o processo contínuo de atualização do ciberjornalismo, que necessita acompanhar as novidades e tendências propostas pela *web*. Contudo, as opiniões que circulam a respeito do jornalismo demonstram que o mesmo ainda encontra desafios para ajustar-se completamente ao meio *online*.

Esta movimentação de questionamentos dos leitores é uma das características do público do ciberjornalismo, que se configura como mais crítico, participativo e atento às instituições de relevância à sociedade. Com o espaço oferecido pelos sites de redes sociais, aliado as ferramentas multimídias, o público encontrou na *web* um palco para manifestações de todos os gêneros. Restou às instituições e ao jornalismo, adaptarem-se ao cenário proposto pela internet e pelo seu público. A análise representou que, mesmo com a categorização das manifestações de acordo com matrizes de sentido, a maioria das opiniões convergem para a

desconformidade do público em geral – inclusive dos jornalistas que compõem ativamente este cenário. Contudo, algumas manifestações de estudantes de jornalismo demonstram que a construção de um pensamento crítico promovido pela academia. Com isso, constrói-se uma hipótese de cenário jornalístico futuro onde algumas mudanças podem ser provocadas por estes estudantes, em suas atuações no mercado de trabalho.

Portanto, o que percebemos é que o grande desafio do ciberjornalismo incide em conquistar este público crítico, ativo e segmentado - em grupos de acordo com seus interesses – aliado a oferta de um conteúdo adequado as plataformas e as funcionalidades do jornalismo no meio *online*. A opinião do público constituiu-se como mais uma etapa do processo de produção e de circulação de notícias, efetivando a importância de considerar estas manifestações durante todo o processo de produção jornalística.

## REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARSOTTI, Adriana. **Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência**. Série Jornalismo a Rigor. V.9 Florianópolis: Insular, 2014.
- BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- \_\_\_\_\_. O jornalismo como gênero discursivo. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 15, p. 13-28, jun. 2008.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 1965.
- BRASIL. Decreto nº 910, de 30 de novembro de 1938. Dispõe sobre a duração e as condições de trabalho em empresas jornalísticas. Disponível em: [http://www.fenaj.org.br/arquivos/condicoes\\_de\\_trabalho\\_do\\_jornalista\\_-\\_decreto-lei\\_910-38.doc](http://www.fenaj.org.br/arquivos/condicoes_de_trabalho_do_jornalista_-_decreto-lei_910-38.doc)> Acesso em: 03 set. 2015.
- CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)> Acesso em: 29 set. 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo, Contexto, 2007.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. SãoCristovão, SE: Editora UFS, 2005.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Série Jornalismo a Rigor. V. 6. Florianópolis: Insular, 2012.
- GOMES, Rui Miguel. **A importância da internet para jornalistas e fontes**. Lisboa: Livros Horizonte, 2009.
- LORENZ, Mirko. Personalização: análise aos seis degraus. In: CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)> Acesso em: 29 set. 2015.
- MEDITSCH, Eduardo. **O Conhecimento do Jornalismo**. 1. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 1992.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”: O fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

\_\_\_\_\_. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MUNARO, Luís Francisco. **O jornalismo português em Londres (1808-1822): retrato de um tempo e uma profissão**. Rio de Janeiro: Publit, 2014.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2008.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)> Acesso em: 29 set. 2015.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias – Linhas de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Insular, 2005.

PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**. Porto Alegre, UFRGS, v. 2, n. 25, p. 130-146, dez 2011.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

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

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)> Acesso em: 29 set. 2015.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. **Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVA, Luis Martins da. Jornalismo, espaço público e esfera pública, hoje. **Comunicação e Espaço Público**. Brasília, n. 1 e 2, p. 36-47, 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

\_\_\_\_\_. **Uma história breve do jornalismo no ocidente**. 2008. Disponível em:  
<<http://www.bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>> Acesso em: 04 ago. 2015.

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

\_\_\_\_\_. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. 3ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

**APÊNDICES**

**APÊNDICE A: TWEETS CLASSIFICADOS POR MATRIZES DE SENTIDO E SUBCATEGORIAS**

	<b>Usuário/Perfil</b>	<b>Tweet</b>	<b>Matriz de Sentido</b>	<b>Subcategoria</b>	<b>Tweet voltado à veículo</b>
1.	@guibarchik JORNALISTA	#RepórterEmAção poderia estar com temas relevantes, denunciando/entrevistando. Mas não, está narrando vídeos da internet.  Pobre jornalismo!	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
2.	@dop3ed LEITOR	@GloboNews elitista filha da puta, o jornalismo já foi muito melhor, sempre babando ovo dos ricos e famosos, né?!	Técnica/Prática jornalística	Fontes privilegiadas	X
3.	@taysaelen LEITOR	Assistindo o SBT repórter e voltando a ter esperança no jornalismo como meio de informações e conhecimento parabéns RobertocabrineeSBT	Valores institucionais	Função	
4.	@baseparawhore LEITOR	É cada notícia fútil nessa Record que acho que vou fazer jornalismo e continuar no Twitter	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
5.	@camyllaacosta ESTUDANTE	Que o Jornalismo nunca foi imparcial todos nós sabemos. Mas, dáí pegar um jornal pra ler e ver que ele é totalmente vendido, até a opinião.	Valores institucionais	Capitalismo	
6.	@riveralguianze LEITOR	@DemocraciaSempr@hannahcovolo@GloboNews o operário não é notícia, isso é padrão globo de jornalismo	Técnica/Prática jornalística	Fontes privilegiadas	X



7.	@gihvaz LEITOR	O acadêmico de jornalismo fica 4 anos na faculdade estudando pra depois escrever sobre a intimidade sexual do cantor Belo com a namorada.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
8.	@noname579 LEITOR	Tem me incomodado pra caralho esse jornalismo estilo Buzzfeed q todo portal tem agora. Tudo é 7 motivos, 10 coisas. Q saco	Valores institucionais	Audiência	
9.	@jheallthelove LEITOR	@sbtjornalismo acho que por serem uma programação de jornalismo deveriam verificar suas fontes antes #MTVHottest One Direction	Técnica/Prática jornalística	Apuração	X
10.	@rodrigopolati1 LEITOR	@GloboNews A diferença entre o jornalismo d hoje e o da ditadura, é q hoje qm dita as ordens é o q tem mais cash no bolso, não os militares.	Técnica/Prática jornalística	Fontes privilegiadas	X
11.	@ganembruno ESTUDANTE	As grandes rádios, revistas e TVs tem ideais e interesses, consequentemente fica quase impraticável exercer um jornalismo imparcial.	Valores institucionais	Capitalismo	
12.	@ganembruno ESTUDANTE	Ou seja, imparcialidade no jornalismo é "papo", dançamos conforme a música. Sem contar, claro algumas exceções!	Valores institucionais	Capitalismo	
13.	@alemaopizoni JORNALISTA	O post do analista de arbitragem é só uma prova que o jornalismo alegre e chama clique é mais importante do que o	Valores institucionais	Audiência	

		sério, balizado em dados.			
14.	@osupernerd LEITOR	Será que ainda existe site de jornalismo que defende a sociedade, critica duramente as grandes empresas, investiga e faz a diferença?	Valores institucionais	Função	
15.	@misspessoa LEITOR	É muito assustador (e maravilhoso) ver que o jornalismo pode ser de fato um transformador social. Passam uma vida tentando descreditar isso	Valores institucionais	Função	
16.	@_pendeja JORNALISTA	Nunca antes nesse país o jornalismo foi tão cobrado. Acho isso maravilhoso. As redações estão lotadas de arrogantes. Merecem.	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
17.	@guslanzetta LEITOR	"Quentin Tarantino diz que Obama é seu presidente preferido"  O meu jornalismo preferido é aquele que não acha que isso é relevante.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
18.	@laurasantos69 LEITOR	@sbtjornalismo Pra um jornalismo tao conhecido,vcs deveriam se informar mais antes de sair dando noticias falsas!!! #MicoSBT 😊😊😊	Técnica/Prática jornalística	Apuração	X
19.	@fabioiacomelli JORNALISTA	Jornalismo Cidadão não existe. O que existe é uma colaboração na construção noticiosa. Olhar, apuração, redação é muito mais que informar.	Valores institucionais	Função	

20.	@gscarvalhal JORNALISTA	Ler opinião rasa é coisa cotidiana no Facebook. O jornalismo poderia estar um degrau acima disso.	Valores institucionais	Opinião	
21.	@ nice_t LEITOR	@pmoreiraleite "jornalismo" que vive de defender governo e aplaudir imposto. V imaginou esse triste fim qdo se formou em jornalismo?	Técnica/Prática jornalística	Angulação	X
22.	@moarruda_ LEITOR	@daewlzÉ neste momento que o Jornalismo é necessário.  Quando é preciso relatar o que ninguém gostaria de ler...	Valores institucionais	Função	
23.	@alex__galante LEITOR	@JornalOGlobo Que merda de matéria! Não fala o motivo, a nacionalidade do casal, quem os amarrou, onde moravam. Nada. Jornalismo porco.	Técnica/Prática jornalística	Apuração	X
24.	@taniseza ESTUDANTE	O Jornalismo está tão veloz que virou um amontoado de notícias, na sua maioria, sem importância #PapoDeSegundaNoGNT	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
25.	@daronas LEITOR	ESPN está se tornando um canal de jornalismo sensacionalista, que decadência...	Técnica/Prática jornalística	Sensacionalismo	
26.	@ketsiaa LEITOR	@didippos cara passa4anos dentro de uma faculdade pra no final distorcer tudo o q o atleta fala e ainda chamam isso de "jornalismo sério"	Técnica/Prática jornalística	Angulação	
27.	@gilmardarosa	Não por acaso a "opinião, o senso comum é ditado	Valores institucionais	Opinião	

	LEITOR	por revistinhas, telejornais e rádios povoadas por celetistas do sub do sub-jornalismo.			
28.	@ingressodofla LEITOR	Do que adianta entrevistar alguém se vc manipula da forma que vc quer a fala do entrevistado? Isso é jornalismo?	Técnica/Prática jornalística	Angulação	
29.	@notavel LEITOR	@ESPNAgora Jornalismo ERA o nosso esporte. Agora é sensacionalismo. Que fim trágico para a ESPN.	Técnica/Prática jornalística	Sensacionalismo	X
30.	@vrochaluz2 LEITOR	@ESPNAgora. Jornalismo lixo. Distorcendo a notícia.	Técnica/Prática jornalística	Angulação	X
31.	@tommoless_ LEITOR	@sbtjornalismo jornalismo de vdd procura fontes. Jornalismo barato repassa fofoca. Agora sim, boa noite. #OhNoTheSun#OhNoSBT	Técnica/Prática jornalística	Apuração	X
32.	@feoliveira21 LEITOR	@JornalOGlobo pra que reproduzir isso, gente!? Isso não é jornalismo, é caça-cliques.	Valores institucionais	Audiência	X
33.	@sracharliane LEITOR	A record só fala na Xuxa! O país cheio de político ladrão e o assunto principal é esse! Jornalismo de merda o desta emissora.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
34.	@esterneves1949 LEITOR	@Estadao @wielewski_13 E eu espero que o Estadão desapareça da face da terra, com o seu jornalismo imoral. tendencioso e seletivo.	Técnica/Prática jornalística	Angulação	X
35.	@fabioconf	Quando é pobre, usam invasão. Quando é rico,	Técnica/Prática jornalística	Angulação	

	LEITOR	ocupação. Jornalismo brasileiro fazendo sua parte			
36.	@carneirogladis LEITOR	@JornalOGlobo que tipo de jornalismo voces fazem??Onde estão as questões que são relevantes???	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	X
37.	@pescadortucare LEITOR	@zerohora o jornalismo conservador e reacionário posiciona contra as redes sociais.	Técnica/Prática jornalística	Angulação	X
38.	@thamaraqs LEITOR	@Monteso "escrever sem ser contagiado por demagogias" se assim fosse, a massa não leria! Jornalismo virou comércio. Cruza do capitalismo.	Valores institucionais	Capitalismo	
39.	@record_imprensa VEÍCULO	@Albino70Lig Adoramos histórias reais de felicidade. Aliás, o jornalismo de contar fatos está no DNA da Record. =)	Valores institucionais	Função	
40.	@nadjavladi JORNALISTA	@TVBrasil @lumoherdai jornalismo político brasileiro é declaratório infelizmente. @lumoherdai tive Hj no Senado. Beijos e saudades.	Técnica/Prática jornalística	Fontes privilegiadas	X
41.	@rafapimentel84 LEITOR	@agfon21 @ESPNaGora @MauroCezarESPN questioneei pq entendo q jornalismo é ouvir os 2 lados e dar opinião, na matéria só há opinião sem fonte	Técnica/Prática jornalística	Pluralidade	X
42.	@camisgray LEITOR	jornal de ribeirão preto: a mulher se gabando pq ja vendeu moto pra paula fernandes. jornalismo ou	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade e Apuração	

		fofoca de cumadre?			
43.	@rachelripani LEITOR	Os sites de notícia e jornais ficam só requeitando as notícias q viralizaram na internet. É o novo jornalismo. Jornalismo marmitta?	Valores institucionais	Audiência	
44.	@aimingsierra LEITOR	SE N PODE CONFIRMAR A INFO N ESPALHA A INFO É ASSIM QUE O JORNALISMO FUNCIONA	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
45.	@inspmarcos LEITOR	@daniel_bonn hj o jornalismo sobrevive de ibope, e eles fazem de tudo p ter, inventam, distorcem, etc.	Valores institucionais	Audiência	
46.	@brunobonsanti LEITOR	"Repórter de 23 anos se veste como Baby George por uma semana". Às vezes eu acho que o jornalismo foi para longe demais da casinha.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
47.	@owilker LEITOR	Cidade Alerta mostrando vídeos da internet. Jornalismo verdade.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
48.	@rodrigobarack LEITOR	O jornalismo não morreu, apenas se transformou em "Veja o que os internautas estão dizendo sobre X"	Valores institucionais	Audiência	
49.	@niltubarao LEITOR	Jornalismo da Globo morde e assopra o governo.No Jornal Nacional assopra,no Jornal da Globo morde.DEVE SER PQ É DE MADRUGADA E O POVO DORME!	Técnica/Prática jornalística	Angulação	
50.	@freitasosmar LEITOR	@jornalnacional JN, vou continuar insistindo! Um dia, o jornalismo de	Valores institucionais	Opinião	X

		verdade vai sobrepujar as opiniões e interesses dos jornalistas.			
51.	@ andretoigo LEITOR	@filipeduarte88 jornalismo Caras (muita suposição e pouca confirmação)	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
52.	@ carlosaviana JORNALISTA	A busca por notícias continua a mesma. O que mudou é o desafio do jornalismo em redescobrir como o público quer ser informado.	Técnica/Prática jornalística	Futuro do jornalismo	
53.	@fiscaldoibama LEITOR	@Andressaap_cali @paulowenk73 BACANA CRITICAR UM TRABALHADO AMPARADO POR LEI BUSCANDO COMO FONTE O TUITER. JORNALISMO OU FOFOCA?	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
54.	@seoad LEITOR	@Estadao #imprensali Jornalismo de PATRÕES... Não Mostram a Realidade Só Mentiras...Manipulação... Terrorismo	Técnica/Prática jornalística	Fontes privilegiadas	X
55.	@i_am_in_command LEITOR	Hoje, só há propaganda.  Jornalismo? Não. Por que sempre puxam sardinha para quem está no comando (do país)	Técnica/Prática jornalística	Angulação	
56.	@luisf_prates ESTUDANTE	Acham que só se entrevista alguém se a pessoa pensa o mesmo que vc. Jornalismo não é igual a um jogador que sai tabelando com o outro, gente	Técnica/Prática jornalística	Pluralidade	

57.	@absurdumb LEITOR	Aprendam a fazer Jornalismo! Servos do Capitalismo!	Valores institucionais	Capitalismo	
58.	@ felipemianes LEITOR	@zerohora @g1 vocês irão citar que Aécia é suspeito de receber propina, ou continuarão fazendo jornalismo tendencioso?	Técnica/Prática jornalística	Angulação	X
59.	@lukesdrad LEITOR	Jornalismo na Internet precisa se tornar algo mais do que armadilha de cliques, como o que aconteceu na matéria de cosplay do UOL.	Valores institucionais	Audiência	
60.	@jan_muniz LEITOR	Eu já abomino o jornalismo atual, mas em especial esse apresentador do Band News pela manhã, que quer dar opinião baseado em porra nenhuma.	Valores institucionais	Opinião	
61.	@ bxdoug LEITOR	jornalismo ta tão bom que 2 maluco pixando um muro com uma folha de bananeira, sei la o que, vira notícia	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
62.	@ vieirices JORNALISTA	Acho que no fundo me sinto bem por estar fora do mercado de um jornalismo que agora se resume em listas.	Valores institucionais	Audiência	
63.	@ pauloquaresma2 JORNALISTA	@cartacapital Revisteca vagabunda distorce fatos sempre a favor do governo que lhe sustenta. Isso é jornalismo?	Técnica/Prática jornalística	Angulação	X
64.	@ draguz LEITOR	@robgordon_sp o jornalismo atual não vê pessoas, vê cliques. Vê metas e pautas a serem batidas. E não reclama.	Valores institucionais	Audiência	



65.	@ jessiewelling LEITOR	Jornalismo brasileiro cada vez pior... pauta agora é tweet de gente aleatória com "fontes mega seguras"	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
66.	@ pfvrsams LEITOR	@LoliiCarneiro função de jornalismo não é ganhar audiência, é informar, não é programa de auditório pra fazer idiotice em troca de audiência	Valores institucionais	Função	
67.	@higinofelipe ESTUDANTE	Na faculdade, um professor tentou criar uma ideia de jornalismo feito via Whatsapp. Depois reclama da crise da profissão.	Técnica/Prática jornalística	Futuro do jornalismo	
68.	@sheillamg LEITOR	Ridículos esses repórteres que emitem sua opinião, jornalismo é imparcial. Opinião cada um tem a sua. #GloboEsgoto #PorcosSalvos #Acidente	Valores institucionais	Opinião	
69.	@thatimartins LEITOR	@RedeGlobo pq ficar exibindo o dia inteiro hoje esse vídeo da jornalista sendo ASSASSINADA? Jornalismo barato. Vergonha @jornalnacional	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	X
70.	@jaderubini LEITOR	"Megan Fox brasileira provoca fãs com calcinha branca transparente". Que dias gloriosos vive o menino jornalismo, minha gente!	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
71.	@verbofeminino JORNALISTA	Ai, esse "jornalismo declaratório" que assola Brasília. Alguém declara qualquer merda e a bosta vira "fato", notícia...	Técnica/Prática jornalística	Fontes privilegiadas e Noticiabilidade	
72.	@rodolfolicks	Mais engraçado ainda é o radicalismo na dualidade	Técnica/Prática jornalística	Angulação	

	LEITOR	mediática: ou o jornalismo é condescendente com o público, ou manda matar o agressor.			
73.	@marquinhocabr al  LEITOR	@DOLdiarioonline isso é vergonhoso, não é jornalismo, é fofoca! É lixo!  Vcs são deprimentes, credibilidade zero!!! <a href="https://t.co/ITY1WxEI1A">https://t.co/ITY1WxEI1A</a>	Técnica/Prática jornalística	Apuração	X
74.	@futebolzueiropa  COMUNICADO R/BLOG	@tvleaohd não podem simplesmente veicular um noticia sem sondar e apurar os fatos, principio basico do jornalismo, até eu q não sou sei	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
75.	@ domingosfonsec4  LEITOR	@MauroCezarESPN @MediumBrazil jornalismo com opinião e interpretação da notícia, sem fugir a verdade dos fatos. Parabéns.	Valores institucionais	Opinião	X
76.	@ nelsonsilvareal  LEITOR	Acordei, breakfast vendo as tragédias do jornalismo sensacionalista !	Técnica/Prática jornalística	Sensacionalismo	
77.	@ saqueevoleio  JORNALISTA	- Ler um tuíte.  - Escrever dois parágrafos correndo.  - Apurar nada.  Jornalismo na minha timeline.	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
78.	@ mfcjornalista  JORNALISTA	Tem 1Pessoal q divulga informações e dá opiniões para o seu público fiel. Ñ confundam isso com jornalismo, que é outra coisa bem diferente.	Valores institucionais	Opinião	

79.	@ rafaelrenneberg LEITOR	"Jornalismo vendido! "Atropelador da Gávea" tem nome, sabia O Globo?  É Ivo Nascimento Pitanguy!!!" <a href="http://t.co/c9IHjPCMPN">http://t.co/c9IHjPCMPN</a>	Técnica/Prática jornalística e Valores institucionais	Capitalismo e fontes privilegiadas	
80.	@madirce LEITOR	O jornalismo da Globo News, chamado de "Pauta" é fiscalizar a Dilma de Bicicleta!!!!	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
81.	@biimolina ESTUDANTE	A avaliação do que é ou não notícia, do que é ou não relevante, do que vale ou não destaque, é das decisões mais delicadas do jornalismo.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
82.	@ovarzeano LEITOR	O sensacionalismo virou uma praga no jornalismo brasileiro. <a href="https://t.co/dxhjPp5IEv">https://t.co/dxhjPp5IEv</a>	Técnica/Prática jornalística	Sensacionalismo	
83.	@joaogabrieel LEITOR	a internet e as novas formas de se comunicar ENGOLEM O jornalismo "tradicional" muito por culpa dessa eterna busca pelas polêmicas de sempre	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
84.	@mariagrijo LEITOR	Ensinando a fazer ovo frito, cozido e omelete no jornal. É o fim do jornalismo capixaba.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
85.	@rosantanars LEITOR	Olha, sinceramente eu vejo a Globo e olhe lá. Tv aberta é cada vez mais teatro, entretenimento q jornalismo sério! <a href="https://t.co/0afFH89yaW">https://t.co/0afFH89yaW</a>	Valores institucionais	Audiência	
86.	@jlautert LEITOR	@CBNoficial Que vergonha materia sobre o boneco do Lula, até contato para emprestimo	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	X

		do boneco a CBN promoveu. que jornalismo é esse?			
87.	@domrenan_rj LEITOR	Esse sensacionalismo de jornalismo de TV aberta me dá nojo...	Técnica/Prática jornalística	Sensacionalismo	
88.	@senhor_monteiro LEITOR	Ah nem, os kra tá fazendo reportagem sobre um cachorro que pegou um saco de pão da padaria e saiu correndo, o jornalismo atual me surpreende	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
89.	@tchemano LEITOR	@Giullian0 Jornalismo alcançou o mais baixo nível, os caras não estão atrás de fatos, querem eles criar fatos, ou melhor, factóides.	Valores institucionais	Função	
90.	@rbene JORNALISTA	A piada pronta escondida nessa história é "o jornalismo fantoche noticia o boneco".	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
91.	@alqunha LEITOR	@FSRadioBrasil Sormanidesinforma! Chuta opiniões. Isso não é jornalismo,	Valores institucionais	Opinião	X
92.	@michaelsilva LEITOR	É cada vez mais raro no jornalismo matérias que respondam "como" e "porque".	Técnica/Prática jornalística	Apuração	
93.	@mariliajuste JORNALISTA	Jornalismo para não-jornalistas: "segundo a CNN" = "não deu pro correspondente chegar, mas a estagiária tá vendo TV e tá tudo sob controle."	Valores institucionais	Audiência	
94.	@betinamr LEITOR	O jornalismo brasileiro e a nova tendência de notícias sobre bichos que receberem prótese no bico: legal, importante,	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	

		mas já deu né?			
95.	@raffamenegon LEITOR	28 de agosto de 2015, o dia que o passeio de um boneco inflável pelas ruas de São Paulo parou o jornalismo brasileiro.	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
96.	@profivanlucas LEITOR	@UOLNoticias Vcs percebem o tipo de jornalismo vcs fazem? Conseguem perceber que são parciais e usam de má-fé	Técnica/Prática jornalística	Angulação	X
97.	@imbadnews JORNALISTA	estou chocada com o jornalismo dando cobertura absurda pra um BONECO INFLAVEL. <a href="https://t.co/HkNqV48r0u">https://t.co/HkNqV48r0u</a>	Técnica/Prática jornalística	Noticiabilidade	
98.	@diegopbl LEITOR	Furar ou rasgar boneco vira "atentado" e soldados israelenses entram em "conflito" com... CRIANÇAS palestinas. Que dia para o jornalismo.	Técnica/Prática jornalística	Angulação	
99.	@fugidoface_ LEITOR	@diegoescosteguy @filipecoutinho_ muito triste ver a que ponto chega o jornalismo brasileiro, cego pela ideologia de alguns "jornalistas".	Técnica/Prática jornalística	Angulação	
100	@fatyjo LEITOR	#LulaNuncaMais A função do jornalismo é informar. Esconderam a informação atrás da persiana. Jornalismo maquiado, omite os fatos.	Valores institucionais	Função	