

OS CAMINHOS DA RECEPÇÃO:

Uma análise da produção científica brasileira

Copyright © 2013
SBPjor / Associação
Brasileira de
Pesquisadores em
Jornalismo

JANARA SOUSA
Universidade de Brasília
DAVI DE CASTRO
Universidade de Brasília

RESUMO - A proposta deste artigo é refletir acerca dos contornos que o debate sobre a recepção na web vem ganhando. Nossa busca é pela percepção dos pesquisadores brasileiros com relação a este tema. Qual a experiência de recepção jornalística na rede mundial de computadores observada, analisada e comunicada pelos investigadores brasileiros? Para responder a essa questão, buscamos os artigos científicos publicados entre 2005 e 2011 nas sete revistas melhores avaliadas pelo sistema Qualis, da Capes. A amostra levou-nos a concluir que a maior parte dos estudos dedica-se efetivamente a discutir o tema da recepção. Outros aspectos do fazer jornalístico que poderiam despertar interesse são relegados ao segundo plano enquanto impera o debate sobre o novo cenário da recepção, que, conforme os autores, mudou profundamente com o advento da internet.

Palavras-chaves: Comunicação. Internet. Jornalismo On-line. Recepção.

LOS CAMINOS DE LA RECEPCIÓN: un análisis de la producción científica brasileña

RESUMEN - El propósito de este artículo es reflexionar sobre los contornos que está adquiriendo el debate sobre la recepción en la Red informática. Nuestro interés es comprender la percepción de los investigadores brasileños con relación a este tema. ¿Cuáles son los aspectos del quehacer periodístico en la Red observados, analizados y comunicados por los investigadores brasileños? Para contestar a esta pregunta se buscaron artículos científicos publicados entre los años de 2005 y 2011 en las siete revistas mejor valoradas por el sistema de evaluación Qualis de la CAPES (Coordinación de Perfeccionamiento del Personal de Nivel Superior). La muestra nos llevó a concluir que la mayoría de los estudios están dedicados efectivamente a analizar el tema de la recepción. Otros aspectos del quehacer periodístico que podrían despertar interés son relegados a un segundo plano, mientras gana fuerza el debate sobre el nuevo escenario de la recepción que, según los autores, ha cambiado profundamente con el aparición de Internet.

Palabras clave: Comunicación. Internet. Periodismo en línea. Recepción.

THE PATHS OF RECEPTION: an analysis of the Brazilian scientific production

ABSTRACT - The purpose of this paper is to reflect about the contours that the discussion about the audience on the webjournalism is gaining. Our search is for the perception of brazilian researchers regarding this topic. How is the experience of the audience in the world wide web observed, analyzed and reported by brazilian researchers? To answer this question, we seek scientific studies published from 2005 to 2011 in the seven top journals evaluated by Qualis, a system of the Brazilian institution Capes. A sample of 30 papers led us to conclude that most of the analyzed scientific productions were dedicated to effectively discuss the theme of the audience. Other aspects about journalism that could arouse interest are relegated to the background while the prevailing discussion is about the new scenery of audience, which, according to the authors studied, changed deeply with the advent of the Internet.

Keywords: Communication. Internet. Online Journalism. Audience.

INTRODUÇÃO

Uma das grandes questões que se coloca com relação à internet é o tremendo impacto que ela causou nos tradicionais processos comunicacionais mediados. De um sistema de um para todos, passou a possibilitar um novo cenário de produção e recepção, que possivelmente superou o clássico modelo estímulo-resposta (LASSWELL, 1978). Com efeito, o fenômeno da rede mundial de computadores tem sido alvo da curiosidade de investigadores de várias áreas, como a Comunicação. Como evidência desse interesse, basta olhar rapidamente as alterações que os currículos da graduação e da pós-graduação passaram a contemplar para incorporar esse debate.

Com relação ao jornalismo, o debate sobre a internet também tem despertado interesse. A produção jornalística mudou por causa da rede mundial de computadores? A possibilidade da interatividade e esse provável novo cenário da recepção alteraram a produção jornalística voltada para a web? Em função disso, vivemos sob a égide de uma mídia mais cidadã? A proposta deste artigo é compreender como os investigadores brasileiros da área da Comunicação têm discutido a questão da recepção no âmbito do jornalismo e de sua relação com a internet. Será que o meio acena com a consolidação do jornalismo cidadão? Vivemos agora sob o império do receptor? Assim, interessa-nos compreender como esse debate está sendo construído e problematizado pelos pesquisadores brasileiros.

Este artigo é, na verdade, parte de uma pesquisa mais ampla, intitulada “Análise da produção científica da pesquisa em Comunicação brasileira: um olhar sobre a internet”, que vem sendo empreendida no intuito de melhor compreender a produção científica brasileira na área da Comunicação, quando o tema é internet. No presente estudo, especificamente, busca-se entender como é construída a relação entre internet e recepção.

Acreditamos que revisar a produção científica brasileira é um trabalho fundamental para o fortalecimento de uma área. Nessa perspectiva, ler, discutir e analisar os pares é, seguramente, uma tarefa salutar que precisa ser empreendida regularmente. Analisar a produção dos pares é também uma maneira de compreender as redes de influências, os caminhos percorridos, as tendências, os limites e

desafios de uma área do saber.

No âmbito da Comunicação, essa tarefa é ainda mais importante, tendo em vista que, embora sua produção científica tenha aumentado consideravelmente na última década por causa, dentre outros fatores, do aumento do número de cursos de pós-graduação, poucos investigadores estão dedicados à tarefa de revisar essa produção científica acumulada. Autores como Richard Romacini (2007; 2011), Alex Primo *et al* (2008) e Araújo (2005, 2006) são alguns dos nomes que fulguram na tarefa de compreender melhor o campo científico da Comunicação no Brasil.

Especialmente, com relação ao tema internet, que tem suscitado na Academia cada vez mais interesse¹, não conhecemos nenhum pesquisador ou trabalho que esteja dedicado ao exame mais acurado da produção científica nessa área. Certamente, trata-se de uma lacuna importante a ser vencida, considerando que cada vez mais temos acúmulo científico sobre o tema, e a tarefa de revisá-lo e analisá-lo torna-se fundamental.

1 JORNALISMO E INTERNET

É comum no jornalismo o uso de nomenclaturas próprias referentes aos suportes técnicos em que é desenvolvido. O ofício no rádio, por exemplo, é chamado de radiojornalismo; na TV, de telejornalismo; e nos suportes de papel, ganha o nome de jornalismo impresso. O jornalismo praticado no âmbito da internet, entretanto, parece ainda não ter uma terminologia específica para caracterizá-lo, bem como uma definição unânime. Jornalismo digital, jornalismo on-line, webjornalismo... os nomes são muitos, o que revela, segundo Pena (2008), uma confusão conceitual. O autor, no entanto, não se dispõe a elucidá-la, tomando-as por sinônimos. Assim como Jorge e Pereira (2009), que consideram similares os termos *e-journalism*, *ciberjornalismo*, *jornalismo on-line* e *jornalismo na internet*, mesmo reconhecendo “ligeiras diferenças de atributos” entre eles.

Pena (2008) destaca que os termos supracitados obtêm a unanimidade dos teóricos em relação a um aspecto: todos se referem às práticas jornalísticas imbricadas na internet e suas plataformas. Parte dos artigos estudados aqui segue a mesma linha, fazendo uso aleatório daquelas terminologias, cujas mais frequentes são webjornalismo e jornalismo digital, para se referir à publicação de notícias no meio virtual. Enquanto a maioria usa os termos como sinônimos, há autores, como João Canavilhas, que fazem leves distinções entre os nomes. Apesar de

não ser o foco do nosso estudo, é importante considerarmos tais pontos de vista no tocante à busca por uma melhor definição do conceito.

João Canavilhas (2001) diferencia jornalismo on-line de webjornalismo a partir das fases de desenvolvimento da prática na internet. Assim, o primeiro termo, para ele, diz respeito à transposição do tradicional jornalismo (escrito, radiofônico e televisivo) para o novo meio, on-line – é o denominado primeiro estágio do jornalismo na internet, em que havia a mera reprodução de conteúdos para sites jornalísticos. Já no jornalismo na web ou webjornalismo, segundo o autor, há um potencial à espera. “O jornalismo na web pode ser muito mais do que o actual jornalismo online” (CANAVILHAS, 2001, p.1).

O webjornalismo entra em cena, então, quando o meio digital começa a ser percebido como outra mídia, possuidora de características e potencialidades próprias, e, não obstante, carente de uma linguagem específica para o meio e seus recursos. “O grande desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma ‘linguagem amiga’ que imponha à webnotícia, uma notícia mais adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objectividade” (CANAVILHAS, 2001, p.2).

Canavilhas (2001) e também Benigno Neto (2008) relacionam o webjornalismo com o segundo e terceiro estágios do jornalismo na rede mundial de computadores, quando, respectivamente, tem-se a produção de conteúdos exclusivos em sites jornalísticos e a integração multimídia (texto, áudio e vídeo) em um só ambiente.

Já jornalismo digital, termo frequente nos estudos sobre a nova mídia, traz uma concepção mais abrangente, segundo Benigno Neto (2008). O termo digital diz respeito à conversão de informações em combinações binárias nos computadores. Desse modo, quando um produto é digitalizado, há um processo de conversão em códigos numéricos para que então possa ser visualizado em computadores. Assim, tem-se que o jornalismo digital é a sua transformação na linguagem computacional, independentemente de estar disponível na web ou não. Nas palavras de Benigno Neto (2008, p.8):

O jornalismo digital é a atividade que compreende a utilização do computador para produção ou leitura da notícia, não sendo necessário que esta informação seja produzida ou esteja na Internet para ser classificada como tal. Ela pode estar em um CD-ROM, ou em algum outro tipo de arquivo de computador.

Dito isso, pode-se perceber que o jornalismo on-line e o webjornalismo são tipos de jornalismo digital. Com as tecnologias de que dispomos hoje, não há como pensar o jornalismo sem o digital, que

implica necessariamente em sua conversão binária. Se considerarmos ainda que a razão de ser do jornalismo on-line é estar dentro da rede mundial de computadores e permitir seu acesso em qualquer tempo a qualquer dispositivo conectado, pode-se perceber que todo webjornalismo é jornalismo on-line, mas o inverso não se aplica, já que o webjornalismo exige características não verificadas no tipo “on-line”.

Independentemente das pequenas diferenças conceituais entre os termos, os diferentes nomes que recebem ou se são ou não sinônimos, faz-se necessário conceituar que tipo de jornalismo é esse, surgido em meados da década de 1990 e que tem moldado novas práticas de produção e recepção, como estudaremos à frente. Pena (2008, p. 176) conceitua como sendo a “disponibilização de informações jornalísticas em ambiente virtual, o ciberespaço, organizadas de forma hipertextual com potencial multimidiático e interativo”.

Já Palácios (2005) acrescenta que o jornalismo na web aparece como um espaço de experimentações, em que o advento de conexões mais rápidas e sua popularização estão abrindo novas possibilidades para uma utilização efetivamente multimidiática da rede, assim como novas formas de incorporação da imagem e do áudio ao produto jornalístico.

Muitos dos autores estudados, como Soares (2009, p.2), pontuam que o atual cenário, de processos de informatização acelerada e tecnologias que permitem a formação de redes midiáticas acessíveis a um maior número de pessoas, constitui-se um momento singular para se pensar o jornalismo, sobretudo o da internet, que oferece “pontos de vista múltiplos e ferramentas colaborativas para a leitura e escrita”. Partindo desse pressuposto, infere-se que as relações de produção e consumo sofreram mudanças. É justamente no processo de recepção que nosso estudo irá se centrar.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para realizar este estudo fizemos uma análise qualitativa dos artigos coletados nos sete periódicos brasileiros da área da Comunicação mais bem avaliados pelo sistema Qualis, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior (Capes). As revistas que auxiliaram na composição da nossa amostra foram: E-compós, Famecos, Intercom, Galáxia, Matrizes, Contracampo e Comunicação Mídia e Consumo².

Fizemos a busca nos endereços eletrônicos desses periódicos que, especialmente no recorte temporal escolhido de 2005 a 2011, têm a

base completa do material publicado. A primeira busca que aplicamos foi com palavras-chaves que se relacionam com o universo da rede mundial de computadores, como: WWW, Internet, cibercultura, cibersocialidade, on-line, Orkut, Facebook, Twitter e outros. Essa ação trouxe-nos um volume de mais de 200 trabalhos, aos quais aplicamos o segundo filtro: o formato de artigo científico. Como resultado, obtivemos uma primeira amostra de 178 artigos sobre o tema internet nos periódicos de Comunicação. Com esse material, estamos fazendo diversas análises, inclusive a Bibliométrica, na perspectiva de compreender a rede de influência que se forma na área de Comunicação no Brasil.

Finalmente, para a construção deste artigo, inicialmente apresentado na VIII Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e depois aperfeiçoado, a partir do debate realizado no evento, para a *Brazilian Journalism Research*, aplicamos um terceiro filtro, que buscou na nossa base os artigos relacionados com o jornalismo. Ao final desse processo, restou-nos a amostra de 30 produções, às quais buscamos compreender o estado da arte sobre a questão da recepção.

Na verdade, essa curiosidade relacionada com o debate científico sobre a recepção surgiu porque – ao trabalhar essa mesma amostra no intuito de compreender o cenário, as redes de influência e os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa sobre o jornalismo on-line e sua relação com a internet – surpreendeu-nos que o tema da recepção fulgurasse como uma temática recorrente, engolfando outros debates igualmente importantes, como as rotinas produtivas, a empresa jornalística, o próprio jornalista e outros:

De manera general los estudios trataron de las transformaciones que la Internet provoca en el periodismo. En especial, se destacan los siguientes temas: participación del lector; mecanismos de interacción, influencia de los blogs y los cambios en las rutinas productivas. Solamente en uno fue trabajado las cuestiones laborales de los periodistas: el estudio nombrado "Jornalismo online no Brasil: reflexões sobre o perfil do profissional multimídia", de Thaís de Mendonça Jorge y Fábio Henrique Pereira, publicado en el año de 2009. Así que en la gran mayoría de los artículos no fue privilegiado el polo do emisor, o sea ni la empresa periodística, ni el periodista fueron objeto de estudio (SOUSA, 2012).

Logo, de posse dessas informações, interessou-nos compreender como é desenhada, pelos pesquisadores brasileiros, essa que muitas vezes é qualificada como uma “nova” recepção e qual o papel desse receptor no cenário da produção jornalística realizada para a rede mundial de computadores.

3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Dos 30 artigos estudados, apenas 10% não abordaram em momento algum os novos moldes de recepção na mídia digital, sendo que em um deles, o dos pesquisadores Jorge e Pereira (2009), os autores até se justificaram por isso, ressaltando que não envolveria a recepção porque o foco do trabalho estava no profissional da notícia e suas rotinas produtivas. Já 27% dos artigos tiveram como temática central o público e sua relação com a mídia digital, aprofundando bem o tema. O restante (63%), ainda que o foco não estivesse na recepção, pontuaram a questão em certo momento.

Nessa perspectiva, os dados apontam uma nova tendência nas pesquisas sobre jornalismo. Se antes os estudos de recepção ficavam relegados, o público era pouco conhecido ou estudado, hoje em dia o cenário caminha em uma nova direção. Seja com uma visão crítica seja entusiástica, os pesquisadores convergem em um ponto: a recepção mudou. E isso se deu em decorrência das características de uma nova mídia: a internet. A partir dela, os processos comunicacionais ultrapassaram barreiras geográficas e temporais com um baixo investimento (PRIMO, 2008).

Mas como se deu esse processo de mudança? Basicamente, como indicam alguns autores, tudo começou com a emergência da chamada blogosfera, o ambiente dos blogs, que elevou, de fato, o leitor à categoria de usuário (QUADROS, 2005), terminologia usada para indicar que o público não está enquadrado apenas na função de receptor passivo, mas na condição de quem usa, interage, recebe e envia informações.

A esse respeito, Bolaño e Britto (2010) explicam que, com essas páginas pessoais, formou-se um ambiente para circulação de informações em sentido diferenciado do fluxo da grande mídia. Isso porque a ferramenta tem um caráter informal que permite a construção de páginas de maneira simples, mesmo para quem não entende a linguagem de programação, bem como a publicação de textos e outras produções. Para Quadros *et al* (2005), os blogs evidenciaram o poder individual na rede, ao mesmo tempo, como argumentam Aldé *et al* (2007), trouxeram um potencial dialógico, constituindo-se num formato de interlocução. Estes autores, entretanto, ressaltam que “o fato de ser possível o diálogo não significa que ele necessariamente ocorrerá” (ALDÉ *et al*; 2007, p. 29).

Inicialmente voltada para o público adolescente, a ferramenta,

que se expandiu vertiginosamente depois de 1999, foi aos poucos sendo apropriada por pessoas que tinham interesse em dispor seus pontos de vista, muitas vezes contrários aos da mídia de massa. Muitos jornalistas, assim, criaram espaços virtuais para produzir informação independente, oferecendo uma alternativa aos discursos midiáticos.

O reconhecimento do trabalho não tardou para boa parte deles, que conseguiu atrair uma considerável audiência e interação com seus públicos na rede. Foi aí que começaram a surgir, portanto, os blogs jornalísticos, influenciando não apenas o debate público, mas também a grande imprensa. “Os blogs acabaram adquirindo uma relevância inesperada na economia política da Internet justamente ao se tornarem ferramenta de ação independente por parte de muitos jornalistas com posição de destaque” (BOLAÑO E BRITTO, 2010, p. 8). A relevância das páginas passou a competir por atenção na web, representando uma ameaça ao próprio jornalismo, segundo Schmitt e Filho (2007).

Com gente qualificada produzindo conteúdo relevante e com potencial pluralizante, os blogs em pouco tempo conseguiram abalar as rotinas produtivas dos meios de comunicação de massa, segundo Quadros *et al* (2005), que denominam essa ferramenta de “poderoso instrumento de comunicação”. As autoras citam o primeiro furo de reportagem de um blog com repercussão internacional: o escândalo entre Bill Clinton e a estagiária Mônica Lewinsky, em 1998, publicado no diário virtual do jornalista Matt Drudge (drudgereport.com).

Assim, de diários virtuais a blogs informativos, a blogosfera conquistou notoriedade. E os sites de jornalismo na web, ainda incipientes e carentes de recursos e linguagens que os diferenciasssem do tradicional, passaram a incorporar essas ferramentas de interlocução em sua estrutura, como conta Schmitt e Filho (2007).

A afirmação de que a mudança nos moldes da recepção foi iniciada pela blogosfera ganha amparo quando entendemos os blogs como pioneiros no estabelecimento de mecanismos de interação. “Ao mesmo tempo em que orientam os leitores na busca de conteúdos, construindo percursos cognitivos, abrem um espaço de interação em que a opinião é elaborada à vista e com a participação dos leitores”, consideram Aldé *et al* (2007, p. 12). Bolaños e Britto (2010), por sua vez, acrescentam que a blogosfera constitui-se uma forma de esfera pública específica e bastante especializada na medida em que fiscaliza, denuncia e, de certo modo, pauta a grande mídia, colaborando na construção da agenda social.

Assim, foi com essas páginas virtuais que o público percebeu

que podia estar – ou ao menos participar – no polo de emissão. Esse ponto é crucial para entendermos a complexidade que a recepção adquire nos estudos sobre jornalismo na web, nos quais o *status quo* e papel do público ganham uma nova dimensão (QUADROS, 2005), que reconfigura não apenas as práticas produtivas como a identidade do próprio jornalista.

Os blogs foram, portanto, importantes no processo de “empoderamento” do público, mas não foram os únicos a se destacar. Outras mídias, como as voltadas para a sociabilidade (Twitter, Facebook etc.), radicalizaram a experiência até então inovadora da recepção no espaço virtual. Sampaio e Dantas (2011, p. 4) discorrem, numa visão otimista, sobre o potencial dessas novas mídias em ampliar o debate entre cidadãos. Com elas,

[...] as discussões não mais precisariam ser determinadas por restrições de tempo e do espaço, surgiria a possibilidade da comunicação “muitos-muitos” (sem a necessidade de parceiros fixos ou autorizados), haveria uma diminuição da hierarquia dos centros do poder, que facilitaria a criação de vozes capazes de chamar a atenção da esfera política, entre outras vantagens.

Os autores, para tanto, argumentam que tais possibilidades têm sua razão de ser em função do meio, a internet, pois é ambiente ideal para a deliberação e oferece, entre outros, acesso universal, com uma comunicação sem coerção, liberdade de expressão, participação fora das instituições tradicionais e construção de uma opinião pública por meio de discussões.

Na mesma linha de pensamento, Mendes (2009) atribui à internet o *status* de mídia cidadã, por considerar que ela permite uma relativa democratização da vida pública, ampliando, no jornalismo, o conjunto de envolvidos no debate público. Nesse sentido, para a autora, as tecnologias ajudariam a contrabalançar o poder das grandes organizações da mídia, à medida que facilitam o acesso a uma gama de informações com baixo custo.

Desse modo, a fronteira emissor-receptor está cada vez mais diluída no meio digital. No entanto, Schmitt e Filho (2007) avaliam que a função de *gatekeeper*, que decide o que deve ser publicado ou não, continuará fundamental. Träsel (2007), por sua vez, explica que, apesar de os webjornais cortejarem cada vez mais a participação dos leitores, em geral eles mantêm o controle da publicação nas mãos de uma equipe de jornalistas. O “webjornalismo participativo é portanto complementar, e não um substituto do jornalismo” (TRÄSEL, 2007, p. 20).

Ao comparar a interatividade em blogs e sites jornalísticos, Quadros *et al* (2005, p. 10) pontuam que naqueles a interação parece ser ampliada, enquanto alguns sites limitam-se a oferecer apenas algumas alternativas para o usuário escolher. “Nesse caso, ao invés da interação ocorre apenas um ato de reação”.

Alguns autores enfatizam que é preciso cautela para analisar essa “nova” recepção e reiteram a necessidade de observá-la sem preconceitos. A esse respeito, Träsel (2007, p.5) pontua: “É certo que a participação da ‘ex-audiência’ no processo jornalístico não é boa em si mesma e merece um exame profundo”.

Em uma crítica consistente, Dalmonte (2007, p.134) reflete acerca do imaginário utópico de construção de uma sociedade dialógica, inclusiva, “que permitiria ao indivíduo ser um partícipe do processo comunicacional, e não meramente o alvo final de um fluxo informacional desigual”. O autor toma como marco de discussão o relatório MacBride, da Unesco, que trata os desníveis no campo comunicacional entre as nações desenvolvidas e subdesenvolvidas: “A manutenção de um quadro de expectativas utópico é renovada com a internet. Desde sua proliferação, a Unesco vem questionando o nível desigual de acesso e participação na rede” (DALMONTE, 2007, p. 138).

Dalmonte (2007, p. 19) argumenta ainda que, enquanto muito se fala sobre possibilidades e potencialidades, dados de participação na internet apontam a manutenção de um quadro hegemônico internacional, a exclusão de forma global e a língua como delimitadora do universo de produção de conteúdo, tendo em vista a predominância do inglês. Apesar de criticar as pesquisas mais entusiásticas sobre os potenciais da nova mídia, o autor traz à tona questionamentos que perpassam o assunto:

De forma exaltada, enfatiza-se o potencial democratizador/dialógico dos meios de comunicação de massa e, da mesma forma, se exalta hoje a mídia interativa, lamentando-se, contudo, que não tenham sido plenamente democratizados. Resulta daí uma questão óbvia: como os meios de comunicação poderiam ser democráticos em sociedades nas quais ainda não se chegou a uma real democracia? Ou, como os meios de comunicação poderiam ser mais democráticos que as sociedades que os abrigam?

Com uma posição mais contida, Aldé *et al* (2007) questionam essa livre participação de leitores nos blogs, por exemplo. Ao analisar as páginas de política, ele diz que a “tribuna” está aberta a todos, mas só os mais “desenvoltos” polemizam e, de certa forma, centralizam o debate. “Em um lugar onde os receptores são, indistintamente, potenciais

emissores, a festa da democracia é também a festa da retórica” (ALDÉ *et al*, 2007, p. 9).

Ainda que o campo de produção seja extenso e apenas uma parte dele ganhe repercussão e inicie efetivamente um processo dialógico, como muitos questionam, é importante ressaltar que o meio está disponível e o engajamento gerado por ele dependerá, em boa medida, do esforço de seu interlocutor. Quadros *et al* (2005) reiteram que na web não mais é necessário esperar a boa vontade dos meios de comunicação, pode-se exercer a cidadania nos espaços que estão surgindo, como blog e perfis em mídias sociais.

Além da participação na produção, outra característica marcante dos usuários na internet é a leitura hipertextual, considerada como uma nova forma de consumo. E “mesmo que decidam não fazer uso das ferramentas disponíveis para produção de conteúdo ou interação com jornalistas, os usuários, na Internet, estarão numa experiência interativa” (CASTRO, 2012, p. 12). Isso porque “o indivíduo pode escolher o que vai ver, ler ou ouvir, quando e como” na web.

A hipertextualidade, assim, diz respeito a uma leitura não linear, na qual são oferecidas muitas rotas e o usuário trata de estabelecer seu próprio caminho de leitura, sem ficar engessado em determinado conteúdo. Ao estabelecer esse tipo de consumo, a recepção constrói significados sobre o produto, incorrendo, mais uma vez, em uma atividade interativa, de algum modo. Nesse caso, a interface gráfica, o sistema de publicação definido pela instituição jornalística e a arquitetura de informação estão entre os parâmetros que influenciarão na leitura hipertextual do usuário, segundo Natansohn (2007). A interface, portanto, seria uma espécie de “gramática da interação” entre humanos e computadores.

Para Palácios (2005), a leitura hipertextual não é uma novidade do jornalismo na internet. Ele diz que, embutida na própria lógica do jornal, havia uma hipertextualidade pré-digital:

O leitor do jornal impresso já estava acostumado a ler hipertextualmente muito antes da existência do hipertexto. Ninguém lê um jornal como se lê um romance, da primeira à última linha. [...] O jornal impresso não é concebido e construído para ser lido linha por linha, da primeira à última página (PALACIOS, 2005, p. 11).

O autor considera que os caminhos não lineares continuaram sendo explorados e potencializados no webjornalismo, favorecendo a instituição de uma linguagem multimidiática. A comunidade dos

leitores, com isso, familiariza-se cada vez mais com a linguagem e modos de navegação da rede. E, além de consumidores, afirmam-se como produtores, tanto de sentido (leitura) quanto de conteúdos (participação).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo na internet efetivou mudanças, gradualmente, na forma de dispor o conteúdo, de produzir informação, de distribuir o material e no modo de perceber e se relacionar com a recepção. Como consequência, a identidade do jornalista sofreu deslocamentos e tem sido colocada em crise. É assim que podemos sintetizar os discursos produzidos sobre a questão, após a leitura dos 30 artigos analisados, em que cada um opta por centrar-se mais em determinados eixos.

A internet, tendo os blogs como pioneiros, torna-se, em pouco tempo, uma plataforma de escoamento de discursos pessoais que há muito eram inibidos pela grande mídia (LEMOS, 2002). Uma de suas principais características, a interatividade, vai repercutir no fazer jornalístico, criando uma demanda de integração com o público. Os veículos de comunicação na web, apesar de uma relutância inicial, passam a construir o canal interativo como uma estratégia de rentabilização e fidelização da audiência. Hoje, há experiências de webjornais que reservam uma editoria só para a produção de leitores, como o Painel do Leitor, da Folha de São Paulo. Já os meios tradicionais, como o impresso, nem sempre permitem a inclusão dos discursos dos leitores.

O fato serve para ilustrar que a fronteira na internet foi, em certo grau e medida, rompida pelo jornalismo na web, o que incita a maioria dos autores que estudamos a proferirem afirmações que nivelam ou aproximam o papel da recepção ao do emissor. Assim, por poder produzir informação e atualizar conteúdo, o híbrido receptor-emissor exerce um papel análogo ao dos jornalistas.

A crescente concentração dos indivíduos em sites cujo foco está na sociabilidade, como as redes sociais, confere-lhes uma forte participação sobre os sentidos das informações que circulam na web, fazendo nascer uma esfera pública distribuída que, de certa forma, dá um “empoderamento” aos receptores, chamados de “leitores-patrolheiros”, que rapidamente se agregam a fim de se posicionar a respeito de alguma ação da mídia, gerando “buzz” e até mesmo agendando os veículos (MALINI, 2007).

Estar nesses ambientes, portanto, virou regra para os veículos

de comunicação, demonstrando a intenção de estabelecer uma comunicação horizontalizada, potencialmente dialógica e personalista. É com esse e outros argumentos já discutidos que as pesquisas apontam a emergência de um novo fluxo de comunicação, diverso do tradicional (um-todos), e que segue uma comunicação baseada na participação, na qual permite que os leitores estejam cada vez mais habituados a criar, a compartilhar e a comentar no espaço virtual.

Diante disso, é possível afirmar a democratização que o meio digital trouxe? Alguns pesquisadores apontam que a apropriação que os usuários têm feito, bem como as portas que os veículos de comunicação abriam, confirma a pluralidade das práticas discursivas, indicando que estamos no sentido certo. Outros ponderam que os avanços ainda são pouco significativos se pensarmos em escala global, incluindo os processos de exclusão digital e as barreiras socioeconômicas. No entanto, todos concordam com o potencial democratizante do meio. Para Quadros (2005), o esforço coletivo pode ser fundamental para tornar viável o estabelecimento de uma comunicação livre do controle de atores hegemônicos.

Ainda que haja divergências entre os autores, o que é positivo para o avanço do debate na área, o fato é que as práticas culturais aplicadas na rede mundial de computadores permitiram à, então denominada, mera recepção participar cada vez mais da organização espacial dos conteúdos na web, da construção de narrativas e de sentidos na enunciação jornalística. Mesmo os autores que não consideram o atual cenário de uma perspectiva mais otimista, concordam que foram conquistados avanços de níveis mais profundos.

NOTAS

- ¹ Como evidência, podemos citar o caso do surgimento de grupos de trabalhos, tanto na Compós, quanto na internet, voltados ao tema da rede mundial de computadores, e o lançamento de revistas como 404 Not Found e Ciberlegenda, dedicadas ao tema das tecnologias digitais. Além disso, temos também a Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), fundada em 2006, que reúne pesquisadores da área de Comunicação para pesquisar temas correlatos à rede mundial de computadores.
- ² Conforme dados da coleta Qualis/Capes, 2010 e 2011, esses sete periódicos eram os únicos brasileiros com a avaliação Qualis B1 na área da Comunicação. No entanto, a Capes liberou, em agosto de 2012, o resultado da nova coleta, 2012 e 2013, e o cenário mudou um pouco.

Algumas das revistas analisadas ascenderam ao Qualis A2 e outras permaneceram com B1. Como, para efeito deste projeto de investigação, a composição da nossa amostra foi realizada ainda no princípio do ano de 2012, estamos considerando o resultado referente aos anos de 2010 e 2011.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra; ESCOBAR, Juliana; CHAGAS, Viktor. A febre dos blogs de política. **Famecos**, Rio Grande do Sul, v. 1, n. 33, 2007. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3431/2693>> Acesso em 30 agosto 2012.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão** (UFRGS), v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. **Análise temática da produção científica em comunicação no Brasil baseada em um sistema classificatório facetado**. 2005. Tese de Doutorado em Ciência da Informação. Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, 2005. 427f.

BENIGNO NETO, Edmundo Mendes. Por uma história do jornalismo digital: algumas considerações. 6º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, Alcar - Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. Disponível em < <http://paginas.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/6o-encontro-2008-1/Por%20uma%20historia%20do%20jornalismo%20digital.pdf> > Acesso em 9 set. 2012.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. Blogsfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006. **Revista Intercom**, São Paulo, v. 33, n. 1, 2010. Disponível em <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/view/6083/5380>> Acesso em 30 agosto 2012.

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo - considerações gerais sobre jornalismo na web. Universidade da Beira Interior. Portugal: BOCC, 2001. <Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.html> Acesso em 7 de setembro de 2012.

CASTRO, Davi. Papéis do público na produção de conteúdo digital: um estudo de caso da Folha.com. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 9, n. 1, 2012. Disponível em < <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n1p62>> Acesso em 01 de setembro de 2012.

DALMONTE, Edson Fernando. Inovações Tecnológicas, Webjornalismo e fluxos informacionais: entre novas possibilidades e velhos ideais. **Revista Intercom**, São Paulo, v. 30, n. 1, 2007. Disponível em <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/3237/3046>> Acesso em 30 agosto 2012.

JORGE, Thaís de Mendonça; PEREIRA, Fábio Henrique. Jornalismo online no Brasil: reflexões sobre o perfil do profissional multimídia. **Famecos**, Rio Grande do Sul, n. 40, 2009. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/6318/4593>> Acesso em

30 agosto 2012.

LASSWELL, Harold. D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978.

LEMONS, André. A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2002, Salvador, Bahia. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109986911192793762783072499970909167230.pdf>> Acesso em 30 agosto 2012.

MALINI, Fábio. A opinião pública distribuída: blogs e jornalismo nas Eleições Brasileiras de 2006. **E-compós**, Brasília, v. 9, 2007. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/181/182>> Acesso em 30 agosto 2012.

MENDES, Larissa. Do leitor para a web e da web para o impresso: dilemas do jornalismo participativo no Globo. **Galáxia**, São Paulo, v. 9, n. 18, 2009. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2659/1704>> Acesso em 30 agosto 2012.

NATANSOHN, L. Graciela. O que há e o que falta nos estudos sobre recepção e leitura na web? **E-compós**, Brasília, v. 10, 2007. Disponível em <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/191/192 > Acesso em 30 agosto 2012.

PALACIOS, Marcos. Natura non facit saltum: Promessas, alcances e limites no desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficção. **E-compós**, Brasília, v. 2, 2005. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/27/28> > Acesso em 30 agosto 2012.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

PRIMO, Alex. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. **Galáxia**, São Paulo, v. 8, n. 16, 2008. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1912/1174>> Acesso em 30 agosto 2012.

PRIMO, Alex *et al* (2008). Análise de citações dos trabalhos da Compós 2008. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. **E-compós**, Brasília, v. 11, n. 3.

QUADROS, Claudia Irene. A participação do público no Webjornalismo. **E-compós**, Brasília, v. 4, 2005. Disponível em <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/56/56 > Acesso em 30 agosto 2012.

QUADROS, Claudia Irene; ROSA, Ana Paula; VIEIRA, Josiany. Blogs e as transformações do Jornalismo. **E-compós**, Brasília, v. 3, 2005. Disponível em <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/38/38 > Acesso em 30 agosto 2012.

ROMANCINI, Richard **O campo científico da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico**. Tese de Doutorado em Comunicação. São Paulo: Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - USP, 2007.

ROMANCINI, Richard. Os Indicadores e a Pesquisa em Comunicação. In:

XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: INTERCOM, 2011.

SAMPAIO, Rafael; DANTAS, Marcela. Deliberação online em fóruns de discussão: um estudo dos potenciais democráticos do Cidadão Repórter. **Contracampo**, Rio de Janeiro, v. 22, 2011. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2105/1244>> Acesso em 30 agosto 2012.

SCHIMITT, Valdenise; FILHO, Francisco Antonio Pereira. A Cauda Longa no jornalismo – Como a teoria da Cauda Longa se aplica no jornalismo. **E-compós**, Brasília, v. 9, 2007. Disponível em <http://www.compos.org.br/files/09ecompos09_Schmitt_Fialho.pdf> Acesso em 30 agosto 2012.

SOARES, Rosana de Lima. Narrativas digitais: desvios do jornalismo no ciberespaço. **Galáxia**, São Paulo, v. 9, n. 17, 2009. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2105>> Acesso em 30 agosto 2012.

SOUSA, Janara. Periodismo e Internet: un análisis de los procedimientos metodológicos utilizados por los investigadores brasileños. In: **1º Congreso Internacional Sobre Estudios de Periodismo**. Santiago, Chile, 2012.

TRÄSEL, Marcelo. A participação do público no Wikinews e no Kuro5hin. **E-compós**, Brasília, v. 9, 2007. Disponível em <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/161/162> Acesso em 30 agosto 2012.

Janara Sousa Jornalista, mestre em Comunicação e doutora em Sociologia pela Universidade de Brasília (UnB). Atualmente, é professora-adjunta dos cursos de graduação e pós-graduação da Faculdade de Comunicação, UnB.

E-mail: janara.sousa@gmail.com

Davi de Castro Jornalista e mestrando em Comunicação, na linha de Teorias e Tecnologias, pela Universidade de Brasília - UnB.

E-mail: davidecastro2@gmail.com

RECEBIDO EM: 26/01/2013 | ACEITO EM: 18/07/2013