

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

VALDINÉIA TOSETTO

**COMENTÁRIOS NAS NOTÍCIAS DO FACEBOOK
DA RÁDIO SOLARIS 99.1 FM**

Flores da Cunha
2021

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

COMENTÁRIOS NAS NOTÍCIAS DO FACEBOOK
DA RÁDIO SOLARIS 99.1 FM

Monografia de Conclusão de Curso para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof^a. Ma. Marliva Vanti Gonçalves

Flores da Cunha
2021

VALDINÉIA TOSETTO

**COMENTÁRIOS NAS NOTÍCIAS DO FACEBOOK
DA RÁDIO SOLARIS 99.1 FM**

Monografia de Conclusão de Curso para
obtenção de grau de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação em
Jornalismo na Universidade de Caxias do
Sul.

Banca Examinadora

Prof^a. Ma. Marliva Vanti Gonçalves – Orientadora
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Dr. Marcell Bocchese
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Me. Jacob Raul Hoffmann
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico esse trabalho às duas pessoas mais importantes da minha vida. A minha mãe, Olinda Gilioli, que me apoiou e me ajudou muito durante todo o curso e, ao meu namorado, Everton Mezzomo, por todo carinho e apoio que me deu durante toda a caminhada.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me dado sabedoria e força para que eu conseguisse terminar o curso de Jornalismo. Agradeço à minha família que me apoiou em todos os momentos de dificuldade ao longo desta caminhada. Em especial, à minha mãe, Olinda, e ao meu namorado, Everton, que foram muito importantes na minha vida, tiveram paciência, carinho, compreensão e muito amor. Sem eles, hoje não estaria aqui finalizando mais essa etapa da minha vida.

Quero agradecer também à professora Maria Luiza Cardinale Baptista, uma excelente profissional que iniciou o projeto comigo e sempre me apoiou. Meu agradecimento também aos demais docentes do curso de Jornalismo que, de uma forma ou outra, contribuíram com a realização deste trabalho.

Agradeço também aos meus colegas do jornal O Florense por toda ajuda e apoio que recebi nos últimos meses. Com certeza, a colaboração deles foi de fundamental importância. Por fim, gostaria de agradecer imensamente à minha orientadora Marliva Vanti Gonçalves, que tanto me apoiou durante todo esse processo. Agradeço a ela que, com muita paciência e atenção, dedicou seu tempo para me orientar. Obrigada por todo apoio, compreensão e ajuda durante toda a minha jornada acadêmica.

Meu muito obrigada a todos que contribuíram com a construção deste trabalho. Com certeza, sem a colaboração de cada um eu não teria conseguido chegar até aqui.

*“Pense bem antes de dizer alguma coisa.
Palavras podem até se desfazer no ar, mas
nunca na cabeça de quem as escutou.”*

Autor desconhecido

RESUMO

Esta monografia tem como tema os comentários nas notícias do Facebook da *Rádio Solaris 99.1 FM*. A pesquisa gira em torno da questão norteadora que buscou identificar os indicadores dos desvios de informação nos comentários no jornalismo online. O objetivo geral consiste em analisar o desvio de informação a partir de comentários no Facebook da emissora. O procedimento metodológico de pesquisa bibliográfica abordou temas como o surgimento da internet e das redes sociais; o ciberespaço; a cibercultura; o local e o global; a história do jornalismo, as características da notícia; os valores-notícia; os desafios da profissão e do profissional; a história do rádio e dos meios de comunicação da cidade de Flores da Cunha (RS), entre outros. Neste trabalho, foram analisadas 12 notícias, no período de 25 de abril de 2022 até o dia 29 do mesmo mês, divulgadas no Facebook da Rádio Soris 99.1 FM. O método utilizado foi a Análise de Conteúdo, proposto por Bardin (2016). Esses estudos possibilitaram verificar diversas categorias de comentários: Categoria I - Notícias neutras (notícias sem comentários e notícias com comentários sem relevância); Categoria II – Notícias não neutras (notícias que geraram outras discussões; ideias para pautas; matérias que geram opiniões divergentes com ofensas; pessoas que não leem as notícias e descredibilização do profissional jornalista) e ao final analisá-las.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo Online. Redes Sociais. Comentários. Rádio Solaris 99.1 FM.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2. A REVOLUÇÃO DIGITAL	12
2.1 INTERNET	12
2.2 REDES SOCIAIS	15
2.3 CIBERESPAÇO	20
2.4 CULTURA	22
2.5 CIBERCULTURA.....	22
3 JORNALISMO.....	26
3.1 O QUE É JORNALISMO?.....	26
3.2 HISTÓRIA DO JORNALISMO.....	27
3.2.1 Segundo Reinado (1840 – 1889)	30
3.2.2 Primeira República (1889 a 1930)	31
3.2.3 Imprensa do século XX	33
3.2.4 Imprensa do século XXI	36
3.3 NOTÍCIA	37
3.4 DESAFIOS	40
3.5 SER JORNALISTA	42
4 JORNALISMO LOCAL	44
4.1 JORNALISMO LOCAL X GLOBAL	44
4.2 ALGUNS ASPECTOS DO JORNALISMO EM FLORES DA CUNHA.....	48
4.3 HISTÓRIA DO RÁDIO	52
4.3.1 Década de 1940	56
4.3.2 Década de 1950	57
4.3.3 Década de 1960	58
4.3.4 Década de 1970	59
4.3.5 Década de 1980	60
4.3.6 Década de 1990	61
4.3.7 Século XXI	63
4.4 HISTÓRIA DO GRUPO SOLARIS DE COMUNICAÇÃO	64

4.4.1 Rádio Solaris 99.1 FM	65
5 METODOLOGIA	68
5.1 A CODIFICAÇÃO	71
5.2 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL	71
5.3 ANÁLISE	88
CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	106
APÊNDICE A – PROJETO DE MONOGRAFIA	115

1. INTRODUÇÃO

As tecnologias, cada vez mais, estão fazendo parte do nosso dia a dia. Ao longo dos anos, elas foram se modificando e entrando em nossas vidas. Tudo começou pelo computador, porém, o que causou mais mudanças foi a chegada da internet, que começou a ser utilizada pela maioria da sociedade e de diversas formas.

A internet causou um grande impacto não só no indivíduo, mas na sociedade como um todo e, principalmente, no jornalismo e em seus receptores. Com o crescimento e a expansão que ela teve ao longo dos anos, os meios de comunicação precisaram se adaptar às novas ferramentas que surgiram e seus receptores também passaram a estar quase que 24 horas por dia conectados, seja para informar ou para serem informados.

De certo modo, essa evolução facilitou muito o trabalho, e fez com que os profissionais pudessem produzir matérias mais completas e dinâmicas, mas, ao mesmo tempo, passou a exigir muito mais do profissional e em muito menos tempo. Permitiu também, através das redes sociais, que o jornalista e o seu leitor ficassem mais próximos um do outro, podendo interagir entre eles, ou entre os próprios internautas.

Essa é a realidade em que vivemos hoje e que precisamos compreender como vem se moldando, uma vez que, segundo Castells (2001), conforme as tecnologias e a internet vão evoluindo, elas também vão nos influenciando quanto aos hábitos, costumes, modos de pensar e de agir. Portanto, é importante que o profissional entenda esse “novo modo” de informar, que as vezes é muito mais complicado do que antigamente (mundo analógico). É necessário capacitar-se melhor para filtrar as informações e utilizar as tecnologias ao seu favor. Por esse motivo é que foi escolhido o tema “Comentários nas notícias do Facebook da *Rádio Solaris 99.1 FM*”, que buscou identificar os indicadores dos desvios de informação nos comentários no jornalismo online e as possibilidades para novas pautas.

A partir da escolha do tema e da formulação da questão norteadora “Quais os indicadores de desvio de informação nos comentários no jornalismo online?” foi desenvolvido um objetivo geral: analisar o desvio de informação a partir de comentários no jornalismo online. Foram criados outros objetivos específicos: identificar os desvios de informação em comentários na rede social Facebook da *Rádio Solaris 99.1 FM*; verificar o surgimento de pautas a partir dos comentários de

leitores; observar uma possível descredibilização do profissional jornalista a partir desses comentários; estudar o papel do jornalista para entender até que ponto os profissionais de hoje estão engajados em produzir jornalismo com mais qualidade, aproveitando as vantagens tecnológicas e entender a história do rádio no Brasil, verificando questões pertinentes aos conceitos de local e de global a partir desta história.

Após o projeto de monografia foi estabelecido um roteiro para a realização desta pesquisa. Com isso, o trabalho foi dividido em cinco capítulos, contando esta introdução como o capítulo inicial, em que são apresentados o tema, a questão norteadora, o objetivo geral e os específicos e, também, abordando os principais conceitos discutidos ao longo de toda a pesquisa.

O segundo capítulo resgata o surgimento da internet no ano de 1960 e seus primeiros passos até a chegada das redes sociais. Também aborda as transformações que ocorreram na sociedade após sua chegada, além de explicar a nova cultura, chamada cibercultura, que aos poucos foi moldando seus usuários.

O terceiro capítulo aborda o jornalismo e as principais características da profissão e do profissional. Esse capítulo também traz uma breve linha do tempo para entender as fases pelas quais o jornalismo passou ao longo dos anos até a convergência midiática nas redações, quando os conteúdos passaram a ser veiculados no mundo da internet. Por fim, foram explanados os valores-notícia utilizados pelos veículos, além dos desafios encontrados na profissão.

Já o quarto capítulo traz os conceitos de local e global e a importância de sua compreensão para a prática jornalística. Ele também traz uma breve linha do tempo para lembrar o surgimento do rádio e as mudanças que ocorreram no veículo ao longo desses mais de 90 anos. Aborda também a história dos meios de comunicação na cidade de Flores da Cunha (RS) e a história da *Rádio Solaris 99.1 FM*.

O quinto capítulo traz o detalhamento dos métodos e técnicas de pesquisa utilizados para a construção deste trabalho. São apresentados os resultados das percepções obtidas a partir da aplicação do método de Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (2016).

Neste mesmo capítulo, são apresentados os conceitos de pesquisa de abordagem qualitativa e o procedimento metodológico de pesquisa bibliográfica, que foram utilizados para desenvolver esta monografia.

Ao todo, foram selecionadas 12 notícias das 78 que foram publicadas de 25 a 29 de abril de 2022 no Facebook da *Rádio Solaris 99.1FM*, as quais envolviam informações breves sobre a cidade de Flores da Cunha (RS) e região.

Para finalizar, o sexto e último capítulo destinou-se às considerações finais desta pesquisa. Ele permite verificar o alcance dos objetivos propostos. Nele também estão expostas as observações e reflexões finais da pesquisadora.

2. A REVOLUÇÃO DIGITAL

O capítulo que se desenvolve a seguir tem o objetivo de resgatar o surgimento da internet no ano de 1960, entender sua evolução e a cultura que foi se moldando a partir dela no decorrer dos anos.

Para compreender melhor o assunto, esse capítulo foi dividido em quatro subcapítulos: o primeiro explica os passos iniciais e os avanços da internet; o segundo aborda a chegada das redes sociais e os seus impactos sobre a sociedade e os meios de comunicações nos dias de hoje; o terceiro fala sobre o ciberespaço; o quarto busca entender o que é cultura e por fim, explica o que é a chamada cibercultura.

2.1 INTERNET

De acordo com Castells (1999; 2001) as origens da internet podem ser encontradas na Arpanet, primeira rede de computadores montada pela *Advanced Research Projects Agency (ARPA)* em setembro de 1969. “A criação e o desenvolvimento da Internet nas três últimas décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural” (CASTELLS, 1999, p.82).

Inicialmente, a Arpanet era uma rede limitada na qual se compartilhavam informações confidenciais entre institutos pesquisadores do país. Com o tempo, os cientistas começaram a utilizá-la para suas próprias comunicações, chegando a um ponto em que se tornou difícil separar a comunicação científica para fins militares das conversas particulares. Com isso, em 1983, foi feita uma divisão entre Arpa-internet, focada em pesquisa e Milnet, voltada para militares.

No ano seguinte, a *National Science Foundation (NSF)* criou sua rede de comunicação, a NSFNET, que em 1988 passou a utilizar a Arpa-internet como seu *backbone*¹. A Arpanet começou a ficar “velha” e fora de moda e foi retirada de operação em 1990. Nesse mesmo ano, a maioria dos computadores nos Estados Unidos já tinha o recurso de entrar em rede.

¹ “Backbone (“espinha dorsal” ou “rede de transporte”, em português) é uma rede principal por onde os dados dos clientes da internet trafegam”, ou seja, ele é o responsável pelo envio e recebimento de dados entre diferentes localidades. NASCIMENTO, Anderson. **O que é backbone?**. Canal Tech. 2014. Disponível em: <https://canaltech.com.br/telecom/o-que-e-backbone/>. Acesso em: 14 mai. 2022.

Segundo Lévy (1999), no início dos anos 1980 a informática foi perdendo pouco a pouco a sua forma técnica no setor industrial, começando a se misturar com as telecomunicações, editoração, cinema e televisão. Mas foi mais para o fim da década de 1980 e começo dos anos 1990 que houve um novo movimento sócio-cultural criado por jovens profissionais das grandes metrópoles e campus norte-americanos que fez com que rapidamente tomasse uma dimensão mundial. Começaram a crescer o número de pessoas e computadores ligados à rede, os computadores pessoais.

Dali em diante, tendo libertado a Internet de seu ambiente militar, o governo dos EUA confiou sua administração à National Science Foundation. Mas o controle da NSF sobre a Net durou pouco. Com a tecnologia de redes de computadores no domínio público, e as telecomunicações plenamente desreguladas, a NSF tratou logo de encaminhar a privatização da Internet (CASTELLS, 2001, p. 17 e18)

No início dos anos de 1990 muitos provedores de serviços da internet criaram suas próprias redes e estabeleceram portas de comunicação em bases comerciais. A partir disso a internet cresceu como uma rede global de redes de computadores (CASTELLS, 2001). De acordo com o autor, a NSFNET abriu o acesso para as redes estrangeiras de 1990 a 1995, quando ela foi eliminada, abrindo novo espaço para a operação privada da internet. Nesse período, a quantidade de redes não norte-americanas acessando a internet dobrou.

A evolução da internet passou por muitos estágios, desde a troca de informações com envios de mensagens e arquivos, hipertexto, interface gráfica, entre outros, mas, foi Berners-Lee quem transformou muitos desses sonhos em realidade. Ele implementou um software² que permitia obter e acrescentar informação para qualquer computador conectado através da internet: HTTP, HTML e URI - que mais tarde foi de chamado URL, como conhecemos hoje (CASTELLS, 2001). Em dezembro de 1990, Berners-Lee recebeu a colaboração de Robert Cailliau e construiu um programa navegador/editor. O software do navegador da web foi

² É um conjunto de dados que diz a um mecanismo como trabalhar. É um programa que pode ser acessado por aparelho eletrônico. COSTA, Matheus Bigogno. **O que é software? Entenda o significado.** Canaltech, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/software/o-que-e-software/>. Acesso em: 9 abr. 2022.

lançado em 1991 e a partir de então, muitos *hackers*³ passaram a tentar desenvolver seus próprios navegadores.

Entre as versões modificadas da *www*, a mais aconselhada para o produto foi o projeto Mosaic, projetado pelo estudante Marc Andreessen e pelo profissional Eric Bina. “Eles incorporaram ao Mosaic uma avançada capacidade gráfica, tornando possível captar e distribuir imagens pela Internet, bem como várias técnicas de interface importadas do mundo da multimídia” (CASTELLS, 2001, p.21). Foi a partir disso, que os usuários da rede, começaram então, a explorar e utilizar outras formas, além de texto, em seus sites. O software foi divulgado em 1993. Depois disso, Marc Andreessen e Eric Bina foram recrutados por um empresário para formar a companhia *Mosaic Communications*, a qual criou, em outubro de 1994, o *Netscape Navigator*, primeiro navegador comercial e em 1995, lançaram o *software Navigator*. A Microsoft, uma empresa desenvolvedora de sistema operacional, introduziu seu próprio navegador, o *Internet Explorer*, em 1995, junto ao seu *software Windows 95*. O programa da Microsoft venceu a batalha com a Netscape, acabou se tornando o navegador mais utilizado entre as pessoas e permaneceu no topo por muitos anos (PERON, 2009). Porém, com a chegada do navegador *Mozilla* e *Google Chrome*, o *Internet Explorer* começou a perder espaço e hoje poucos usuários o utilizam.

Em 1979, quem tinha como hobby o computador se conectava por meio de intercâmbios de telefone, compartilhava informações e fazia discussões por meio de sistemas de *bulletin-board* (BBSs⁴) – no ano de 1993 a estimativa era de que existiam 60 mil BBSs só nos Estados Unidos. No final da década de 1970 surgiram os domínios multiusuário (MUDs), que foram os percursos dos jogos de *role-playing game*, conhecidos como RPG e que existem até hoje. Os domínios multiusuário permitiam a utilização de textos para que os usuários que se reuniam para jogar pudessem participar de bate-papos online. Aos poucos, a comunicação mediada por computador foi recebendo inovações.

³ Uma pessoa que fica por horas a fio em frente a um computador decodificando dados do ciberespaço, com o intuito de quebrar sistemas de segurança e invadir espaços privativos de qualquer cidadão. COSTA, Marina; PINTO, Luiz Carlos. Hackativismo Dentro e Fora do Ciberespaço. XVIII Congresso de e Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Caruaru, 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-0729-1.pdf> Acesso em: 7 abr. 2022.

⁴ Foi um sistema de comunicação via computador muito utilizado entre os anos 1970 e 90, no qual pessoas trocavam mensagens mediante uma conexão discada. AUIAR, Sonia. **Redes sociais na internet: desafios à pesquisa**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1977-1.pdf> Acesso em: 9 abr. 2022

De acordo com Castells (2001), embora a internet tivesse começado no início da década de 1960 na mente dos cientistas da computação, para a maioria das pessoas – empresários e a sociedade em geral – ela nasceu no ano de 1995.

Aos poucos, a internet foi evoluindo e se aprimorando. Foram surgindo sites voltados para a divulgação de empresas, redes sociais para as pessoas conversarem entre si, interagirem em tempo real ou não, enfim, a funcionalidade da internet aumentou e foi sendo utilizada cada vez mais por mais pessoas.

é impossível prever as mutações qualitativas que se aproveitarão desta onda, bem como a maneira pela qual a sociedade irá apropriar-se delas e alterá-las. É neste ponto que projetos divergentes podem confrontar se, projetos indissolivelmente técnicos, econômicos e sociais (LÉVY, 1999, p.35).

O surgimento da internet trouxe a possibilidade de expressão e sociabilização de comunicação através de ferramentas que são mediadas pelo computador.

2.2 REDES SOCIAIS

Recuero (2009) cita os autores Wasserman e Faust (1994) e Degenne e Forse (1999) para explicar que a rede social é um conjunto de dois elementos: atores – que seriam pessoas, instituições ou grupos que a utilizam – e as suas conexões, pessoas com quem esse individuo faz interações ou tem laços sociais.

Os atores, como Raquel Recuero (2009) se refere, são pessoas que possuem uma conta nas redes sociais e fazem interações com outras pessoas pela plataforma. Esses atores moldam as estruturas sociais. Não necessariamente é uma pessoa, pode ser um grupo que cuida de uma página, mais conhecidas como *fanpage*. Nesse caso, pode ser a *fanpage* de um jornal, onde mais que um jornalista utiliza para publicar as notícias. Só é possível interagir nesse tipo de plataforma com um perfil, um sistema que necessita de login e senha, que automaticamente são vinculados ao ator (dono da conta). Muitos preferem criar perfis falsos para fazer interações para que não sejam reconhecidos pelos outros atores.

As interações feitas através das redes sociais ou qualquer outra ferramenta de *site*⁵ ou *blog*⁶ deixam rastros e permanecem na página até que alguém apague ou o site saia do ar. As interações que ocorrem na rede social podem ser síncronas ou assíncronas. Na interação síncrona há interação em tempo real. Já na assíncrona é possível ver a mensagem depois e se tem a possibilidade de interagir ainda. O conteúdo fica gravado, como os casos dos comentários em *youtube*⁷ ou *blog*, onde os autores do conteúdo podem não estar online, até porque dificilmente encontraremos alguém online nessas plataformas.

Os sítios de redes sociais possuem características que são denotadas pelos ícones associados a cada organização. “Estes são: (1) o fornecimento dos perfis; (2) a habilidade de ver os perfis dos outros; (3) a existência de listas de amigos; (4) a habilidade de criar grupos *on-line*; (5) a capacidade de vídeo; e (6) funções de bate-papo” (MONGE, 2012 p.37).

As redes mais antigas possuíam menos características, em torno de três ou, no máximo, quatro. Um exemplo disso seria a *SixDegrees*. Já as redes atuais possuem mais características. “As redes sociais são as estruturas dos agrupamentos humanos, construídas pelas interações, que constroem os grupos sociais. Nessas ferramentas, essas redes são modificadas, transformadas pela mediação das tecnologias [...]” (RECUERO, 2012 p.16).

De acordo com Monge (2012), pode-se dizer que o desenvolvimento dos sítios de redes sociais surgiu junto com a internet, uma vez que os cientistas norte-americanos os utilizavam como meio de troca de mensagens entre eles. Conforme a rede se desenvolvia, novas formas de utilizá-las começavam a surgir e a partir delas inovadores visionários viam oportunidades para desenvolver novas organizações.

Segundo Boyd e Ellison (2008 apud MONGE, 2012), o primeiro sítio de rede social, a *SixDegrees*, foi criado em 1997. Essa rede “[...] permitiu que usuários

⁵ É um conjunto de páginas interligadas e divididas em diversas sessões. Como se fosse o prédio de uma empresa, no qual cada página da internet fosse um setor. CLEMENTE, Matheus. **Sites — O guia definitivo da Rock Content**. Rock Content, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3JpJJa0> Acesso em: 9 abr. 2022.

⁶ São páginas online na internet e que frequentemente são atualizadas. Elas podem ser um diários pessoais, periódicos ou empresariais. FIGUEIREDO, Sarah. **Você sabe o que são blogs e como eles surgiram? Descubra agora!**. Rock Content, 2017. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-blog/> Acesso em: 9 abr.2022.

⁷ É uma das maiores plataformas de conteúdo audiovisual do mundo. Nele é possível encontrar uma grande gama de canais de vídeos disponíveis que abordam diversos temas. SOUZA, Marco Aurelio Andrade de. **Veja como alterar as informações de seu canal no YouTube**. Tecmundo, 2021. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/227955-veja-alterar-informacoes-canal-youtube.htm> Acesso em: 28 abr.2022.

criassem perfis, lista de amigos e vissem as listas de amigos dos outros” (MONGE, 2012 p.36), além de permitir que seus usuários pudessem navegar pela rede e descobrir novos amigos. O sítio teve um rápido crescimento, obteve em torno de 1 milhão de usuários, mas à medida que a competição foi aumentando, ele falhou e isso levou a sua falência em 2001.

O Orkut foi outra rede social que alcançou grande popularidade entre os internautas. De acordo com Recuero (2010), no início, o sistema só permitia cadastros através de um convite feito por pessoas que já tivessem um cadastro ativo na rede. Com o tempo, esse critério mudou e qualquer pessoa com endereço de e-mail conseguia criar seu perfil nessa rede. Rapidamente o Orkut se tornou popular no Brasil e em fevereiro de 2004 ele começou a crescer. A rede funcionava através de perfis e comunidades. O perfil era criado e as pessoas podiam se conectar umas com as outras. Já as comunidades, criadas pelos indivíduos, funcionavam como fóruns com tópicos e mensagens. Em 2007, o sistema passou por uma inovação e construiu ferramentas para o uso das redes sociais, mas aos poucos, o Facebook começou a ganhar força e os usuários começaram a migrar para ele, deixando o Orkut de lado.

A rede social Facebook foi criada pelo americano Mark Zuckerberg e foi lançada em 2004. Seu foco inicial era criar uma rede de contatos para os jovens universitários. Por isso, era apenas disponível para alunos da Universidade de Harvard e depois, em 2005, foi aberta para escolas secundárias. O sistema também funcionava através de perfis e comunidades. Segundo dados da *ComScore* de setembro de 2008 e citados por Recuero (2010), o Brasil tinha cerca de 360 milhões de visitas até setembro de 2008. Foi nessa época que as redes sociais começaram a ganhar ainda mais força e contar com cada vez mais interações entre seus usuários. De lá para cá surgiram outras redes que ganharam força e que são muito usadas nos dias de hoje, como Instagram, Twitter e LinkedIn.

O Instagram também é uma rede social que ganhou grande espaço nesse mundo digital. De acordo com Aguiar (2018), a ferramenta foi lançada no ano de 2010 pelos engenheiros de software, Kevin Systrom (norte-americano) e Mike Krieger (brasileiro). No mesmo dia, o aplicativo tornou-se o mais baixado. No ano seguinte, a empresa contava com apenas seis funcionários e possuía dez milhões de usuários. Com o passar do tempo, a rede foi sofrendo algumas modificações, se aprimorando e criando novas opções para seu uso. Hoje, a ferramenta permite a publicação de

fotos e vídeos com recursos de edição – ajustar tamanho, cortar, redimensionar, inserir efeitos de luz, contraste e cor – além também de permitir que as pessoas da foto sejam marcadas e indicar o local em que ela foi feita. Além disso, a rede permite que seus usuários interajam a partir de curtidas, comentários e troca de mensagens.

Essa ferramenta também permitiu a criação de *stories*, que nada mais são do que a publicação de uma foto ou vídeo, nas quais fica visível para a rede de amigos do usuário por 24 horas, além de oferecer a possibilidade de produzir uma *live*, uma transmissão de vídeo em tempo real. No decorrer dessa trajetória o Instagram acabou sendo vendido para a plataforma do Facebook.

Outro formato de rede social é o Twitter, um pouco diferente das citadas anteriormente, mas que permite a interação entre os perfis criados. De acordo com Recuero (2010), a ideia do Twitter nasceu em 2006, com Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, através do projeto da empresa Odeo. Para explicar o *twitte*, Recuero (2010) cita Java et al., (2007) e Honeycutt & Herring, (2009) que dizem que o Twitter é um site denominado de *microblogging*⁸. Ele permitia que o usuário escreva pequenos textos, de no máximo 40 caracteres. Hoje a rede permite que sejam utilizados até 2500 caracteres. A ferramenta é estruturada com seguidores e cada perfil pode escolher quem deseja seguir e ser seguido por outros. Essa rede permite que a pessoa publique pequenos textos no seu perfil e possibilita que seus seguidores consigam visualizar. O usuário pode ainda mandar mensagens aos seus seguidores de forma privada.

Em 2003 surgiu o LinkedIn, uma ferramenta voltada para a área profissional. Neste caso, o usuário pode, além de mandar fotos e recados, manter relações formais. Não que em outra rede não seja possível, mas essa tem a proposta voltada para a área do negócio. Ela ajuda bastante quem está à procura de emprego. Desde que surgiu, a ferramenta vem somando cada vez mais usuários. De acordo com Oliveira (2011), em março de 2011 a rede contava com mais de 100 milhões de perfis associados. Como todas redes sociais, ela também permite a interação entre os perfils, neste caso, as conexões – que significam o mesmo que seguidores para o caso do Instagram e Twitter ou amigos, para o caso do Facebook.

⁸ “Este tipo de blog é uma versão mini do blog original, porém, com menos recursos e opções de interface. A média de caracteres é de 120 a 180 por post, os quais geralmente não ultrapassam três linhas”. CAMARGO, Camila. **O que é Microblogging?**. Tecmundo, 2008. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/web/794-o-que-e-microblogging-.htm>. Acesso em: 28 abr. 2022

Durante todos esses anos, as redes sociais, mas principalmente o Facebook, vêm evoluindo e inovando de acordo com as demandas que surgem. Hoje, dificilmente encontra-se um veículo de comunicação, um comércio, uma empresa – mesmo empresa pequena – sem uma conta na rede.

Aos poucos, essas redes foram transformando a cultura na internet. “[...] essas tecnologias passam a proporcionar espaços convencionais, ou seja, espaços onde a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes àqueles da conversação, buscando estabelecer e/ou manter laços sociais” (RECUERO, 2012 p.16).

Todas essas redes formam vários nós e comunidades, de acordo com o interesse de cada indivíduo. Segundo Maffesoli (1998), as pessoas que compõem as tribos podem evoluir de uma para outra. Nem todos que hoje fazem parte de uma tribo irão seguir com ela para sempre. Muitos, com o tempo, a deixam.

Ainda de acordo com o autor, uma tribo é formada pela emoção coletiva, ou seja, é formada por pessoas que têm os mesmos pensamentos e sentimentos. Isso é muito comum em uma rede social, na qual pessoas se encontram, fazem amizade ou a mantêm devido às pequenas coisas que têm em comum. Muitas vezes, acabam se apegando a outras pessoa mesmo sem as conhecerem só pelo simples fato de compartilharem os mesmos gostos e opiniões sobre determinado assunto.

Mas, em meio a uma rede em que existem muitos usuários, é impossível que todos concordem com todo mundo. Sempre existirá a discordância por parte de alguns. Segundo Edgar Morin (2017), todos são iguais e diferentes dos outros. Diferentes pela cultura e vivência, mas igual nos sentimentos – sofrer, amar, rir, chorar. De acordo com o autor, as pessoas têm dificuldade para compreender o estrangeiro pelo fato dos costumes e culturas serem diferentes e, às vezes, esse estrangeiro é uma pessoa próxima, o cônjuge, o filho ou até mesmo os próprios pais. Essa incompreensão ocorre porque não somos educados para conhecer a nós mesmos em primeiro lugar.

Maffesoli (1998) explica que quando o grupo chega a conclusões que vão contra as convicções ou desejos da pessoa, ela sempre se desloca para outro lugar. Por isso, nem todos da tribo vão seguir com ela para sempre. É possível notar essas questões trazidas pelos autores nas interações que ocorrem nas redes. O autor também afirma que a ética é a responsável por organizar esse sentimento coletivo.

Ela também influencia quando há a constituição de um grupo, no qual as afinidades, de certa forma, determinam um mesmo pensamento ético sobre certos assuntos.

Toda essa interação e essa criação de tribos virtuais só acontecem porque existe um espaço, chamado de ciberespaço, que permite que essas atividades sejam realizadas e armazenadas.

2.3 CIBERESPAÇO

Lévy (1999) diz que as tecnologias fizeram do ciberespaço um novo espaço de comunicação, sociabilidade, organização e um novo mercado da informação e do conhecimento. Segundo o autor, a palavra “ciberespaço” foi criada por William Gibson em 1984. Ele ainda define o ciberespaço como espaço de comunicação aberto porque há uma interconexão mundial de computadores. Ou seja, está ligado ao gênero virtual, o qual envolve a interação de pessoas com outras através dos computadores.

O surgimento da internet fez com que ao mesmo tempo o ciberespaço fosse criado, pois tudo que circula no mundo da internet está concentrado no ciberespaço. De acordo com Lévy (1999), três princípios orientaram o crescimento inicial do ciberespaço: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. A interconexão é uma das pulsões mais fortes da origem do ciberespaço, ela mergulha as pessoas em um “banho” de comunicação interativa.

Já a criação das comunidades virtuais prolonga a anterior, uma vez que o desenvolvimento dessas comunidades se apoia na interconexão. “Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais” (LÉVY, 1999 p.133). É o mesmo pensamento explanado por Maffesoli (1998). O autor também lembra que a responsabilidade individual, a opinião pública e seu julgamento não desaparecem no ciberespaço.

Tudo que é compartilhado nesse mundo acaba ficando registrado, a menos que alguém apague. Como é o caso de um site, no qual o administrador publica algum conteúdo – dificilmente ele irá retirar esse conteúdo, ou seja, ele estará lá “para sempre” a menos que se perca o domínio sobre o mesmo ou não se queira que seu conteúdo fique mais visível. O mesmo ocorre nas redes sociais, onde tudo que é

compartilhado e postado vai permanecer lá até que o autor resolva que não quer mais que o conteúdo exista.

O terceiro princípio, que orienta o crescimento inicial do ciberespaço é a inteligência coletiva. Segundo Lévy (1999), ela se constitui mais no campo dos problemas do que da solução, já que todos reconhecem que o melhor uso que pode ser feito do ciberespaço é colocar em sinergia os saberes e as imaginações daqueles que estão conectados a ele.

“O ciberespaço cria condições para uma nova forma de sociabilidade, um pouco diferente da sociabilidade habitual caracterizada pela presença física, mas que por vezes, é carregada de emoções, pois é realizada por pessoas reais” (BALDANZA, s/a p.4). Ou seja, por meio dele é possível fazer interações com outras pessoas. Ele é um espaço favorável para exploração.

E é nesse espaço que está arquivada uma série de sites, contas, conversas, conteúdos, entre outros. Hoje, muita informação encontramos no ciberespaço e muitas outras podem ser difíceis de encontrar devido a tantos dados disponíveis ao mesmo tempo, “no mesmo lugar”.

Hoje, os meios de comunicação, sejam impressos, audiovisuais ou radiofônicos, todos eles, de uma forma ou outra, acabam fazendo uso do ciberespaço. Boa parte dos conteúdos produzidos são enviados para esse espaço. E a partir de então, a sociedade pode ter acesso a esses conteúdos, não só no dia em que é lançado na internet, mas também em qualquer outro dia após sua divulgação. Antes de existir o ciberespaço, só era possível encontrar o material no próprio veículo, por exemplo, no caso do impresso, o conteúdo estava disponível no papel e na edição específica; no caso do rádio e da televisão só era possível se a pessoa estivesse acompanhando o canal da emissora, não tinha como rever, a não ser que o veículo voltasse a apresentar. O ciberespaço permitiu que se pudessem utilizar muitas ferramentas multimídia e não somente o texto. Ele permitiu também que, por meio do virtual, as pessoas pudessem ter acesso a conhecimentos e interações.

Lévy (1999) diz ainda que o movimento social e cultural que ocorre com o ciberespaço é um movimento potente e cada vez mais rigoroso, ele não converge sobre um conteúdo particular, mas sobre uma forma de comunicação não midiática, interativa, comunitária e transversal. Foi com o desenvolvimento do ciberespaço que criou-se uma nova cultura, a qual estamos vivendo hoje.

2.4 CULTURA

Primeiramente, precisamos entender o que é cultura e como ela é criada. Santaella (2003) explica que a cultura é uma mistura e que ela pode variar de acordo com a localidade. Podemos notar que as características geográficas definem certos costumes, artes e religiões. Podemos também observar que a cultura envolve uma repetição de comportamentos que são aprovados por um grupo. Castells (2001) entende que a cultura é um conjunto de valores e crenças, que devido os padrões repetitivos de comportamento acabam gerando costumes, os quais são repetidos por instituições ou organizações sociais informais, ou seja, “[...] a cultura é uma construção coletiva que transcende preferências individuais [...]” CASTELLS (2001, p.41).

Segundo Santaella (2003), a cultura também pode mudar conforme forem surgindo inovações, ou ainda pode crescer e se desenvolver. “Sistemas culturais sobrevivem porque seus membros estão adaptados à tradição que é reproduzida através de sua tradução em ações. Por outro lado, contudo, sem a mudança, a cultura estagnaria” (SANTAELLA 2003, p.45).

Podemos também notar que as tradições culturais são passadas de um indivíduo para outro e de uma geração para a outra. Qualquer quebra nessa corrente do aprendizado levaria ao seu desaparecimento (SANTAELLA, 2003).

E não foi diferente com a internet. Com a chegada dessa tecnologia juntamente com o desenvolvimento do uso do ciberespaço e a sua popularização, certas ideias e comportamentos começaram a ser aprovados pela maioria dos usuários, o que fez com que, aos poucos, uma nova cultura, chamada cibercultura, voltada para o meio online e para as questões do ciberespaço começasse a se moldar.

2.5 CIBERCULTURA

Cibercultura nada mais é que a cultura nas redes, a qual estamos vivendo hoje. Castells (2001, p.41) cita que “a cultura dos produtores da internet moldou o meio”, ou seja, ela foi sendo moldada ao longo do tempo, de acordo com a evolução que a tecnologia e a internet foram sofrendo.

Ainda segundo Castells (2001), a cultura da internet é caracterizada por quatro camadas, sendo elas, cultura tecnomeritocrática, cultura *hacker*, cultura comunitária virtual e a cultura empresarial.

A cultura tecnomeritocrática especifica-se como uma cultura hacker ao incorporar normas e costumes a redes de cooperação voltadas para projetos tecnológicos. A cultura comunitária virtual acrescenta uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da Internet um meio de interação social seletiva e de integração simbólica. A cultura empresarial trabalha, ao lado da cultura hacker e da cultura comunitária, para difundir práticas da Internet em todos os domínios da sociedade como meio de ganhar dinheiro (CASTELLS, 2001, p.42).

De acordo com o autor, como nossa prática é baseada na comunicação e a internet nos influencia, ela acaba mudando o nosso modo de nos comunicar. Nossa vida acaba sendo profundamente afetada por essa nova tecnologia, ou seja, conforme as tecnologias e a internet vão evoluindo elas vão, pouco a pouco, nos moldando quanto a nossos hábitos, costumes, modos de pensar e de agir.

Weinberg (2007) diz que os computadores tornaram-se muito bons para organizar as várias pilhas de informações complexas e gigantescas. “A melhor estratégia digital é descarregar tudo numa pilha de coisas e deixar as máquinas encontrarem exatamente o faqueiro que precisamos para o jantar desta noite” (WEINBERG, 2007 p. 86). É isso o que muitas pessoas estão fazendo hoje: quando desejam mais informações sobre determinados assuntos só jogam a palavra no google⁹ e em seguida, chega uma lista de opções sobre o assunto pesquisado, ou como o autor diz, o “faqueiro”.

Weinberg também explica que “[...] a forma como seu conteúdo realmente é organizado não determina como ele poderá e será organizado por seus usuários. Em alguns casos – a Wikipedia, por exemplo – ninguém sequer sabe exatamente onde estão os “dados brutos”” (WEINBERG, 2007 p. 101, grifos do autor). Segundo o autor, tudo que está na internet é exemplo de miscelâneas porque os usuários têm flexibilidade para ordenar as peças da maneira que quiserem e de jeitos imprevisos, ou seja, permite que todas informações contidas nos conjuntos sejam descobertas com o tempo.

⁹ Uma empresa multinacional de serviços online e software. Ela hospeda e desenvolve uma série de serviços e produtos baseados na internet. **Google**. Canal Tech. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/google/>. Acesso em: 9 abr.2022

No mundo online, se não se conseguir lembrar exatamente do que se quer procurar, pode-se utilizar palavras-chaves que mostram alguns caminhos para chegar à resposta que se procura. “Se você não conseguir se lembrar do nome de uma das peças de Shakespeare, digite “tragédia de Shakespeare” no campo de pesquisa do Google Book e verá uma lista de todas elas” (WEINBERG, 2007 p. 104). Mas, não para por aí. É possível também descobrir quem é o autor de tal citação digitando a frase no campo de pesquisa, por exemplo. “Na ordem miscelânea, a única diferença entre os metadados e os dados é que: metadados refletem o que já se sabe e os dados são o que estamos tentando descobrir” (Ibidem).

Aos poucos, as pessoas começaram a se tornar muito dependentes das tecnologias e a pressa toma conta delas, obrigando-as a fazer quase tudo cada vez mais rápido. A tecnologia também faz com que as pessoas consigam fazer muitas coisas em menos tempo e isso leva as pessoas a ficarem ainda mais dependentes dela sem nem perceber. Estamos numa espécie de modo automático, sem pensar ou questionar (WOLTON, 2007).

Essa rapidez nos fluxos de informações que a internet trouxe junto com as redes sociais e os aparelhos portáteis criou uma dependência da “vida online”. Fez com que as pessoas desejem cada vez mais serem informadas o mais rápido possível sobre o que está acontecendo. Além de criarem hábitos de divulgar em suas redes sociais quase tudo o que estão fazendo e sentirem a necessidade de curtir e comentar o que sua rede de amizades também coloca. Até por um questão de status.

A popularização dos dispositivos portáteis de comunicação sem-fio com possibilidade de conexão à Internet apontam para a incorporação do padrão de vida nômade e indicam que o corpo humano se transformou em um conjunto de extensões ligadas a um mundo cívico, pautado pela interconexão de redes e sistemas on e off line (BEIGUELMAN, 2015 p.1).

Cibridismo nada mais é do que estar online e offline ao mesmo tempo. Para entendermos melhor o conceito, precisamos voltar à época do Orkut, quando as pessoas iam a algum evento com câmeras para registrar os momentos marcantes e, no dia seguinte, criavam um álbum em sua conta para compartilhar as fotos feitas na noite passada. Para isso, era necessário se sentar em frente ao computador e se conectar à internet. Nesse tempo, era preciso encerrar uma atividade no mundo

offline para só depois iniciar o online e vice-versa. Atualmente, vivemos outra realidade. É difícil encontrarmos alguém que não esteja carregando consigo um smartphone¹⁰, tablet, notebook ou outros equipamentos que permitem que estejamos conectados 24 horas por dia. Então, hoje, a pessoa pode ir a uma festa e fazer fotos e vídeos, postando quase em tempo real nos *stories* do seu instagram. Ela estará online e offline ao mesmo tempo, tendo em vista que poderá interagir com as pessoas que estão no mesmo ambiente físico e também com os seus seguidores na internet.

Hoje se criou uma dependência ainda maior das tecnologias e da internet, principalmente no quesito de viver uma vida online com a possibilidade de dar sua opinião. Podemos observar que muitas das publicações nas redes sociais geram comentários e discussões sobre o assunto. Às vezes, são comentários úteis, mas há também quem use o espaço para ofender os que não pensam de modo parecido.

“As redes sociais, em grande medida, respondem a um berro, um uivo solitário numa sociedade que desagregou a capacidade de convivência e ao mesmo tempo inseriu um vetor de presença de identidade, que é a celebridade” (CORTELA, 2017). As pessoas sentem a necessidade de serem percebidas, porque só existem se podem ser percebidas. “Ser é ser percebido, isto é, quem não é notado ele parece que não existe, se ele posta algo e não há likes ele se sente a like, se ele posta algo e aquilo não tem ressonância parece uma ofensa” (CORTELA, 2017).

A cibercultura, aos poucos, foi influenciando a vida de toda sociedade. Ela modificou comportamentos não só de pessoas, mas de empresas e meios de comunicação. Um processo de certa forma rápido, que foi conquistando espaço. Não conseguimos mais ficar longe das tecnologias, tudo gira em torno delas. Por isso, os profissionais também tiveram que se adaptar a essa nova cultura.

¹⁰ É um telefone inteligente (evolução do celular). Ele permite uma infinidade de funções, como: entrar em contato com um amigo, enviar e-mails, ler notícias, fotografar, filmar, assistir filmes, ouvir música, e em alguns modelos, até ver televisão, além de realizar e receber chamadas. BARROS, Thiago. **O que é smartphone e para que serve?**. TechTudo, 2011. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2011/12/o-que-e-smartphone-e-para-que-serve.ghtml>. Acesso em: 28 abr.2022

3 JORNALISMO

Este capítulo pretende discutir um assunto muito importante para a sociedade, que é o jornalismo. A atividade busca levar informações de qualidade e de relevância para as comunidades, por meio de notícias.

É explicado o que é a atividade jornalística, quais suas características e conceituação. Recordará os movimentos pelos quais o jornalismo passou ao longo do tempo, tendo um foco maior para o impresso e o online. O presente capítulo também busca explicar a principal matéria-prima da atividade, a notícia.

Também são abordados os desafios do jornalista e do jornalismo frente a esse mundo da cibercultura, no qual o cidadão virou produtor de conteúdo, buscando compreender como as redações estão lidando com essa situação. Por fim, entender o que é ser jornalista, quais são seus desafios, que perfil ele precisa ter hoje e quais valores o profissional precisa ainda desenvolver.

3.1 O QUE É JORNALISMO?

O jornalismo é um mediador social no qual uma de suas especificidades é transformar os acontecimentos cotidianos da vida social e do mundo natural em narrativas. Essas narrativas utilizam técnicas de redação mais ou menos estáveis e cada narrativa exige a escolha cuidadosa de palavras; normalmente informa o presente, fazendo ligações com o passado ou com acontecimentos que antecederam o atual momento e que ajudam a compreender o assunto, ou também pode informar sobre o futuro (CARVALHO, 2014). O foco central do jornalismo é, ou pelo menos deveria ser, a coleta de informações precisas, analisadas com atenção e cuidado e, aprofundadas (ROSSI, 1994). Essa narrativa é feita a partir de fontes ouvidas com o objetivo de dar inteligibilidade ao que é contado.

“O jornalismo é um dos instrumentos básicos da comunicação coletiva, senão o principal. Representa a forma pela qual o público participa da vida social, direta ou indiretamente” (BAHIA, s/a p.37). Ele nada mais é, portanto, do que uma ponte entre a informação/notícia e a comunidade. “Jornalismo quer dizer a transmissão de informações, fatos ou notícias, com exatidão, clareza e rapidez, conjugando atualidade, pensamento e ação. É o meio pelo qual as notícias e comentários

chegam ao público” (Ibidem) Precisa informar de forma objetiva, ou seja, indo direto ao assunto e respondendo as seguintes perguntas: quem?, onde?, como?, quando?, o quê?, por quê? Além de repassar as informações de forma “neutra”, na qual a notícia não seja manipulada pela opinião de quem está produzindo a mesma.

Para Clóvis Rossi (1994), o jornalismo é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos – leitores, telespectadores ou ouvintes. “Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens” (ROSSI, 1994 p.7). A objetividade seria o tempero dessa batalha e a neutralidade, a posição ideal. “Porém, tal batalha não deixa de ser importante para o meio político e social, e assim são colocadas verbas advindas de muitos lugares, desde governo, partidos e empresários, para os veículos” (MENEGOTTO, 2021 p.44). Assim, verifica-se que a neutralidade é praticamente impossível, pois esbarra na ideologia do veículo de comunicação.

De acordo com Bahia (s/a), o conceito de jornalismo muda de acordo com cada pessoa. Existem dois grupos, um que só o entende como comércio, visando o lucro, e outro, que seria a maioria, entende que jornalismo é algo mais sério e mais elevado que não se dissocia das aspirações comuns de justiça, de desenvolvimento e de liberdade do homem.

3.2 HISTÓRIA DO JORNALISMO

Para entendermos os movimentos pelos quais o jornalismo passou no decorrer dos anos é preciso falar da história da imprensa, já que os dois andaram praticamente juntos. Não há como falar do jornalismo sem falar da imprensa.

Os papéis impressos, feitos no Brasil, surgiram bem mais tarde do que na Europa. Em meados do século XV já existiam tipografias no continente europeu. No século XVI, a impressão surgiu nas Américas – algumas décadas depois da chegada dos europeus. De acordo com Morel (2008), a imprensa periódica nasceu no chamado Velho Mundo, no século XVII, e só no ano seguinte surgiu nas Américas inglesa e espanhola.

No Brasil, a impressão surgiu com a chegada da Corte portuguesa e a instalação da tipografia da Impressão Régia. A experiência não foi diferente da ocorrida na América, no geral. A censura dos impressos, que ocorria nos territórios que

pertenciam à nação portuguesa, eram feitas pelo poder civil e pelo eclesial. No início do século XIX, vários homens de letras na América portuguesa exerciam o cargo de censores. Com o tempo, foi criada uma lista com critérios para a interdição de obras, sejam religiosas, políticas, ou morais (MOREL, 2008). Ainda segundo o autor, antes de 1808 foi possível inventariar mais de 300 obras, não só livros, mas também impressos que relatavam acontecimentos – textos dos mais variados, sermões, poesias, prosa, narrativas histórias, agricultura, medicina, relatos de viagens e naufragos, entre outros.

De acordo com Morel (2008, p25), “[...] o surgimento da imprensa periódica no Brasil não se deu numa espécie de vazio cultural, mas em meio a uma densa trama de relações e formas de transmissão já existentes, na qual a imprensa já se inseria”. O periodismo pretendia marcar e ordenar acontecimentos que passavam por transformações nas relações de poder que dizem respeito a setores da hierarquia da sociedade.

Morel (2008) também afirma que a primeira geração da imprensa periódica não surge de um “vazio” no Brasil. Mas sim, em uma gestação espontânea, baseada em experiências perceptíveis.

Além da já citada cena pública complexa onde ela se inseria, havia uma tradição de atividades impressas da nação portuguesa, à qual o Brasil pertencia, sem esquecer a possibilidade de os primeiros redatores propriamente brasileiros terem aprendido e convivido, ainda que informalmente, com a imprensa de outros países. Foi o caso dos estudantes brasileiros em Coimbra que circulavam pela Europa ou de emissários enviados pela Coroa portuguesa aos quatro cantos do mundo, sem esquecer comerciantes, traficantes de escravos e navegadores (MOREL, 2008, p.27-28).

A imprensa, seja ela periódica ou não, se consolidou perante determinadas condições e características. O surgimento da imprensa brasileira ocorreu em 1808. Nesse ano, surgiu o jornal *Correio Braziliense*. O periódico era feito na Inglaterra e discutia os problemas da colônia. Para que ele circulasse no Brasil era preciso atravessar o oceano. De acordo com Martins e Luca (2008), no mesmo ano em que a Corte portuguesa deslocou-se para a cidade do Rio de Janeiro, o jornal criado por Hipólito da Costa estava longe de ser um “beija-mão” dos poderosos, uma vez que ele era disponível a nobres e plebeus. O jornal sofria, do governo luso-brasileiro, restrições e até perseguições devido a sua linha de oposição, mas mesmo assim, era lido sistematicamente.

Com a chegada da Corte, a vida da colônia mudou radicalmente, uma vez que se tornou a sede da monarquia portuguesa. A diversidade dos títulos começou logo. “Às tão citadas abertura dos portos e fundação do Banco do Brasil, somou-se a menos propalada criação da Imprensa Régia, responsável, em médio prazo, pela impressão dos vários periódicos em terras brasileiras” (MARTINS e LUCA, 2008 p.7). De acordo com as autoras, foram registrados cerca de 1.500 títulos no fim do século XIX, somente em São Paulo. Os jornais de duas páginas foram ganhando a simpatia da população letrada.

De acordo com Morel (2008), o Correio Braziliense não foi o primeiro jornal produzido na Europa a ser lido no Brasil. A Gazeta de Lisboa circulava na América portuguesa desde 1778, inclusive na cidade do Rio de Janeiro. No ano de 1808, passa a circular também, em impressão régia, a Gazeta do Rio de Janeiro, redigida pelo frei Tibúrcio da Rocha. Após quatro anos, Manuel F. de Araujo – O mesmo que redigiu O Patriota e O Espelho –, assume como redator do periódico.

Morel (2008) ainda ressalta que a Gazeta do Rio de Janeiro era um jornal oficial e o Correio Braziliense fazia críticas ao governo, mas ambos defendiam igualmente a forma de governo monárquica, a mesma dinastia e apoiavam o projeto de união luso-brasileira. Em 1821, a Gazeta do Rio passou a defender o liberalismo e a modernidade política.

“Nas duas primeiras décadas do século XIX surge, através dos Papéis impressos no Brasil, a chamada opinião pública” (MOREL, 2008 p. 33). Ela era um recurso para legitimar posições políticas e transformar algumas demandas setoriais em vontade geral. Essa visão denotava o nascimento da opinião e o desenvolvimento da consciência política na esfera pública.

Diante desse poder, havia pessoas letradas que faziam “uso público da razão”, elas construíam leis morais, abstratas e gerais, e se tornavam uma fonte de crítica do poder. Segundo Morel (2008), essas pessoas tinham opinião de peso para influir nos negócios públicos, até mesmo ultrapassando os limites do julgamento privado.

Na época, a opinião pública tinha dois sentidos. O primeiro: ela era vista como sendo a “rainha do mundo”, fruto dos sábios, sinônimo da soberania da razão. O segundo era num sentido mais revolucionário, resultado da vontade de uma maioria, e que se expressava através da participação de setores da sociedade. Morel (2008) diz que o momento crucial da emergência de uma opinião pública no Brasil situa-se

nos anos de 1820 e 1821, período que antecede a independência e marca mudanças na estrutura política.

De acordo com o autor, em 1820 ocorreram as revoluções constitucionalistas na Espanha e em Portugal. Esses acontecimentos tiveram efeitos importantes nos domínios de portugueses e espanhóis na América. Entre as medidas, havia um decreto, do dia 21 de setembro de 1820, que estabelecia a liberdade de imprensa. Em 13 de outubro do mesmo ano, as autoridades liberaram a circulação de impressos portugueses fora de Portugal. No Brasil não foi diferente: o rei D. João VI viu seu poder dividido, e para não perder terreno, assinou um decreto, em 2 de março de 1821, o qual suspendia a censura prévia para a imprensa. Foi a partir desse fato que a liberdade de imprensa chegou ao Brasil. Também foi possível perceber, a partir de então, um crescimento da imprensa. Entre os anos de 1831 e 1840 houve uma explosão da palavra pública, crescimento visível de associações, motins e rebeliões no Brasil.

3.2.1 Segundo Reinado (1840 – 1889)

De acordo com Melo (2003), foi durante o Segundo Reinado que a imprensa viveu seu melhor período de liberdade. Nessa época existiam jornais de confronto, panfletos ousados e anônimos, os quais denunciavam mazelas, além das denúncias feitas através de caricaturas (MARTINS, 2008).

A partir de 1850, os grandes jornais começaram a ganhar espaço, como: O Constitucional, Diário do Rio de Janeiro e O Correio Mercantil. Nessa mesma época também criou-se a profissão de jornalista.

De acordo com Martins (2008), o Jornal do Commercio é uma das melhores representações do jornalismo oficial do Império. Ele foi criado pelo francês Pierre Plancher. O jornal surgiu em 1826 com o nome de Espectador Brasileiro e, mais tarde, acabou sendo fechado. Em 1º de outubro de 1827 foi reaberto com o nome de Jornal do Commercio. Plancher chegou em 1824 no Brasil. Buscou criar um jornal que superasse o Diário do Rio de Janeiro, principalmente na cobertura econômica. Ele trazia consigo equipamentos avançados e operários especializados. O francês ampliou seu número de editorias e publicou vários cadernos econômicos; em seguida, incluiu outras editorias. Em 1877, Plancher publicou os primeiros

telegramas e foi seguido pelos demais. Mais de dez anos depois, ele era visto pelos colegas jornalistas estrangeiros como uma espécie de Times.

No Segundo Reinado também circulavam os jornais de sátira ou também conhecidos como panfletos difamatórios – modelo pasquim –, uma espécie de jornal fofoca, no qual muita coisa era revelada.

De acordo com Martins (2008), durante a Guerra do Paraguai¹¹, um desses modelos pasquim do Rio de Janeiro, escrito em francês por Charles Berry, caçoava dos chefes militares brasileiros. Outro caso semelhante foi o pasquim O Corsário, o qual atacou o imperador, mencionando a ligação de D. Pedro II à condessa do Barral: “não é por certo, boa moral, trair a esposa com a barral”. Com todas essas críticas, ele foi assassinado pelos militares que se sentiam ofendidos com suas maledicências.

Já em meados do século XIX – época em que o jornalismo político entrou em declínio – surgiram os folhetins; ao seu lado, as crônicas e os contos ocuparam as páginas da imprensa periódica.

3.2.2 Primeira República (1889 a 1930)

No decorrer da Primeira República surgiu uma imprensa diversificada. Foi um período de grandes transformações, a política mantinha seu espaço, mas com o crescimento urbano proporcionou novos focos de notícias.

Nesse período de transformações, a imprensa conheceu múltiplos processos de inovação tecnológica que permitiram o uso de ilustração diversificada – charge, caricatura, fotografia –, assim como aumento das tiragens, melhor qualidade de impressão, menor custo do impresso, proporcionando o ensaio da comunicação de massa (ELEUTÉRIO, 2008, p.83).

O setor gráfico teve vários avanços e transformações, fazendo com que surgisse rapidamente um mercado consumidor. Além disso, os telefones e os telégrafos se tornaram instrumentos agilizadores de transmissão de dados para as redações (ELEUTÉRIO, 2008). Também nesse período foi efetivado o envio de

¹¹ A Guerra do Paraguai foi um conflito que aconteceu de 1864 a 1870, o qual colocou Brasil, Uruguai e Argentina como aliados contra o Paraguai. SILVA, Daniel Neves. **Guerra do Paraguai**. História do mundo, s/a. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/guerra-do-paraguai.htm>. Acesso em: 10 mai. 2022.

correspondentes para o exterior e a contratação de agências de notícias internacionais.

Com essas inovações, o repórter se tornou um profissional destacado na cobertura de novas pautas, demandando agilidade para a apuração e divulgação das notícias. A Guerra de Canudos¹², dos anos de 1893 a 1897, ganhou grande espaço nos periódicos e criou novas práticas jornalísticas. Foram enviados correspondentes, criando a prática jornalística do repórter de guerra.

Ainda assim, nesse período da Primeira República, voltou a censura sobre os textos. “A repressão das primeiras horas investiu contra formadores de opinião e órgãos da imprensa, com rebatimento na prisão de jornalistas, supressão de jornais e destruição de tipografias” (ELEUTÉRIO, 2008 p.85). Ainda segundo Eleutério (2008), muitas das prisões ficaram conhecidas. Entre elas, a do redator da República, Pedro Tavares; do redator da Democracia, Saturnino Cardoso; do redator da Reforma, de Porto Alegre, Carlos von Koseritz; além de periódicos suprimidos, edições confiscadas e redatores “advertidos”.

Segundo Eleutério (2008), diante da multiplicidade de opções do impresso e as adversidades impostas pelo novo regime, criou-se em 1908 uma Associação de Imprensa. A ideia e os esforços foram encabeçados pelo jornalista Gustavo Lacerda, do jornal O País, do Rio de Janeiro. A entidade tinha o objetivo de garantir assistência à classe e a defesa de seus direitos. No início, era uma caixa de pensões e auxílios. Entre os serviços prestados estavam a prestação de socorros para sócios e suas famílias, residência para idosos e enfermos, carteira de jornalista. Com o tempo, a Associação de Imprensa passou a se chamar Associação Brasileira de Imprensa (ABI), defendendo a liberdade de imprensa e a democracia, fazendo-se presente em grandes causas sociais do país.

Em 1906, instalou-se, na sede do Jornal do Brasil, o linotipo, um sistema fotomecânico de impressão em cores. Era o que havia de mais moderno na época. O jornal também recebeu, para cada jornalista, máquinas de escrever. O periódico foi se tornando pioneiro em algumas inovações, como incluir em suas edições histórias em quadrinhos, página de esporte, seção sobre rádio e cinema falado, além acrescentar informações recebidas da agência internacional (ELEUTÉRIO, 2008).

¹² A Guerra de Canudos foi um conflito que ocorreu em 1896 e 1897, entre sertanejos e soldados do Estado republicano. Ela foi um dos acontecimentos mais emblemáticos do início do período republicano no Brasil. FERNANDES, Cláudio. **Guerra de Canudos**. História do Mundo, s/a. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/guerra-canudos.htm> Acesso em: 10 mai. 2022.

Ainda de acordo com o autor, apesar de todas essas inovações pelas quais o Jornal do Brasil passou, a forma como ele era levado aos seus leitores não se inovou rapidamente. Por muitos anos, ele foi transportado por meio de carroças. Nesse quesito, a revista Careta, de Jorge Schmidt, que circulou nos anos de 1908 a 1960, foi quem inovou, pois começou a utilizar o correio como forma de entrega. Dessa forma, a revista conseguiu ir mais longe e atingir cidades e estados distantes.

Os espaços antes reservados aos jornais literários começam a receber revistas. A mais popular entre elas, segundo Eleutério (2008), foi a Careta, a qual utilizava em suas páginas, poemas. As revistas que começaram a se destacar entre os jornais possuíam informações leves e apuro gráfico. As ilustrações contidas nos impressos dessa época eram fundamentais para o entendimento dos analfabetos, já que as imagens acabavam comunicando mais do que o próprio texto.

Outro segmento que ganhou espaço foi o das revistas infantis. A primeira a publicar histórias em quadrinhos em série, no Brasil, foi a Tico-tico, lançada em 1905. Ela contava com adivinhações, pequenos jogos, passatempo e quebra-cabeça, além de contar com a colaboração das crianças que enviavam para a redação seus desenhos, mensagens e fotografias. Apesar da soberania que a revista Tico-tico tinha no Brasil, acabou sendo interrompida em 1958 devido à publicação dos quadrinhos norte-americanos no país.

Aos poucos, os novos meios de comunicação abrangiam diferentes temáticas, surgindo assim impressos voltados para um estilo de segmento, como o caso do cinema e o rádio, que levou ao lançamento das revistas Cena Muda (1921) e Cinearte (1923).

3.2.3 Imprensa do século XX

As folhas diárias começaram a se transformar em negócio, as inovações permitiram aumentar as tiragens e os números de folhas, além de diminuir o preço dos exemplares e oferecer um produto atraente. “As funções de proprietário, redator, editor, gerente e impressor, que antes, não raro, concentravam-se num único indivíduo, separam-se e especializaram-se” (LUCA, 2008 p.150). Com as transformações e as tecnologias que foram chegando no decorrer do tempo, o mercado de leitores cresceu e ficou cada vez mais exigente.

Esse amplo rol de transformações, aliado aos artefatos modernos e aos novos meios de comunicação que invadem o cotidiano – carros, bondes elétricos, cinema, máquinas fotográficas portáteis, máquinas de escrever, fonógrafos, publicidade e, nos anos 1920, o rádio –, delineavam tanto uma paisagem marcada pela presença de objetos técnicos como configuravam outras sensibilidades, subjetividades e formas de convívio social. Eficiência, pressa, velocidade e mobilidade tornaram-se marcas distintivas no modo de vida urbano, e a imprensa tomou parte ativa nesse processo de aceleração (LUCA, 2008, p.150).

As notícias começaram a ter urgência na divulgação, já não se podia esperar até a manhã seguinte. Foi então que começou a multiplicação de edições sucessivas e das folhas vespertinas, que eram divulgadas durante a tarde. Segundo Luca (2008), nessa época criou-se a ideia de que o jornal cumpria a função de informar o leitor.

O autor conta também que os diários incluíram outras opções de leituras, como notas, reportagens, entrevistas, crônicas, mas tudo isso sem abandonar a luta política. Aos poucos, se delimitava a diferença entre a matéria de caráter informacional daquela jornalística, a neutra da objetiva, e os textos de opiniões, que defendiam ideias e valores. As novas formas de impressão fizeram com que pudesse ser usada a cor. De acordo com Herman Lima (apud LUCA, 2008), essa transformação trouxe ao jornalismo uma nota leve e atraente, a qual quebrou a monotomia dos grandes textos.

Ao lado da capacidade de persuasão dos favores governamentais, que eram essenciais para o lado financeiro da imprensa, também havia restrições de caráter legal. Ainda de acordo com Luca (2008), em outubro de 1923 foi promulgada a Lei de Imprensa, que estabelecia a responsabilidade penal sucessiva (autor, editor, proprietário, dono do estabelecimento gráfico ou responsável pela impressão, vendedores e distribuição). A lei, conhecida também como Lei Adolfo Gordo (nome do senador paulista e redator do projeto), previa a prisão e multas para o que se considerasse abuso de imprensa. Entre elas, estava a publicação de segredo de Estado, ofensas ao Presidente da República, chefes de Estado ou nações estrangeiras, além de vedar o anonimato de artigos.

Com a chegada de Getúlio Vargas ao cargo de Presidente em 1930, alguns veículos de comunicação perderam seu brilho, outros acabaram desaparecendo. Segundo Luca (2008), o bom relacionamento entre a imprensa e o *governo*

*provisório*¹³ não resistiu muito tempo. Logo, os jornais e as revistas foram impedidos de terem “liberdade de expressão”, pelo menos mais concretamente falando.

Um exemplo disso foi o caso do Diário Carioca. “A campanha em prol da redemocratização resultou, em fevereiro de 1932, na invasão e destruição da redação do jornal, levada a efeito por membros do Exército, alguns de alta patente” (LUCA, 2008, p.168). Outro caso foi o movimento de julho de 1932 em São Paulo, o qual foi apoiado por vários jornais, inclusive os Diários Associados, e que levou à prisão do dono dos Diários Associados, Assis Chateaubriand, e de seu irmão Oswaldo.

O período da ditadura militar¹⁴, que ocorreu de 1964 a 1985, foi muito difícil aos meios de comunicações, pois sofriam censura extremamente forte. Os jornalistas não podiam divulgar certas informações mesmo sendo verdade. Nesse período, os donos das empresas jornalísticas eram vigiados de perto, mesmo os que apoiavam as medidas do Governo. Os jornalistas não podiam divulgar nada contra o Governo. “Uma massa crescente de jornalistas ficou privada de espaço para escrever o que queria, inclusive, em muitos casos, simplesmente o que sabia” (AGUIAR, 2008 p.236). Por mais que fossem informações verdadeiras não podiam ser divulgadas. Vale destacar também que grande parte dos jornais e seus proprietários apoiou o golpe militar.

Com a proclamação em 13 de dezembro de 1968 do Ato Institucional n.5, que fechou o Congresso, suspendeu as garantias constitucionais e, entre outras coisas, foi usado para legalizar a censura prévia, o regime passou a exercer de forma mais direta a atividade censória sobre a imprensa e a mídia (AGUIAR, 2008, p.238).

Ou seja, para evitar que saísse o que não podia, foram enviados às redações, censores, os quais diziam o que podia e o que não podia ser divulgado. Com o tempo, muitos jornais começaram a se opor contra a censura. Foi então que alguns

¹³ Getúlio Vargas assumiu a presidência do Brasil após a Revolução de 1930 e, durante a fase provisória, tomou medidas centralizadoras e ampliou a burocracia do país. SILVA, Daniel Neves. **Era Vargas: Governo Provisório (1930-1934)**. Histórias do mundo, s/a. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/era-vargas-governo-provisorio-1930-1934.htm/>. Acesso em: 26 mai. 2022.

¹⁴ “A Ditadura Militar é como chamamos o período em que os governos militares estiveram à frente do Brasil, entre 1964 e 1985. O período da Ditadura Militar foi um dos mais tensos da história brasileira e ficou marcado pela falta de liberdade, pelo uso de tortura contra os opositores políticos e pela prática de terrorismo de Estado”. SILVA, Daniel Neves. **Ditadura Militar no Brasil**. História do Mundo. s/a. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/ditadura-militar-no-brasil.htm>. Acesso em: 14 mai. 2022.

veículos substituíram as notícias vetadas por versos ou receitas culinárias como forma de “protesto”. Nas editorias de opinião foi implantado um sistema mais duro, o qual obrigava os jornais a enviarem o texto para a Polícia Federal para que só depois fosse devolvido com as vetações (AGUIAR, 2008).

3.2.4 Imprensa do século XXI

No início do século XXI, através do desenvolvimento da internet, como foi abordado no capítulo 2, surgiu uma nova imprensa, a qual começa a fazer uso dos blogs e sites.

As condições culturais dessa nova imprensa alternativa são muito diferentes daquela do século XX. Hoje seu horizonte resguarda os fóruns sociais mundiais e seu alcance, graças à internet, é muito maior e imediato, além de que os novos espaços comunicativos relativizaram muito o poder da “grande imprensa” (AGUIAR, 2008, p.246).

Segundo Villaméa (2008), a chegada dos computadores em 1980 provocou uma mudança radical na forma de fazer o jornalismo. No começo, essa tecnologia era utilizada como a de uma máquina de escrever mais sofisticada e, aos poucos, foi entrando no cotidiano, passando a ser um editor de texto. Já nos anos de 1990, com o a internet, o computador permitiu acesso rápido às várias fontes de informações. Possibilitou-se ao jornalista divulgar seus textos em tempo real e também de receber o retorno do navegador.

Apesar da facilidade que o computador trazia para o profissional, ainda havia uma certa resistência a essa tecnologia no Brasil. Ainda de acordo com Villaméa (2008), existia um temor de que o computador pudesse aumentar o controle do Estado sobre os cidadão, já que o país continuava sob o regime ditatorial.

A “revolução digital” rompeu as fronteiras que antes separavam as três formas tradicionais de comunicação: o som, a escrita e a imagem. Permitiu o surgimento e o avanço da internet, que representa um quarto modo de se comunicar, uma nova maneira de se expressar, de se informar, de se distrair. Além do mais, pondera Ramonet, as três esferas que eram autônomas – a cultura de massa, a publicidade e a informação – foram se misturando (CAMARGO, 2008, p.270).

Com a chegada da internet e do ciberespaço se tornou possível que uma matéria produzida para essa rede pudesse contar com vários tipos de mídias, se tornando

um conteúdo mais atrativo e dinâmico. “Os jornais digitais acrescentaram ao texto tradicional as técnicas dos meios audiovisuais: o som e as imagens em movimento do rádio e da televisão” (MOLINA, s/a p.24). Porém, a tecnologia também afetou o lado comercial, pois com o acesso à internet, quem não era assinante do jornal, ou seja, não colaborava financeiramente, também começou a ter acesso aos mesmos conteúdos que estão no impresso de forma gratuita.

A chegada da internet afetou a imprensa diária de várias formas. Os jornais, numa política suicida e sem nenhuma lógica comercial, passaram a disponibilizar gratuitamente na rede o mesmo conteúdo pelo qual seus assinantes tinham que pagar. Não foi uma surpresa que muitos deles optassem por ler gratuitamente (MOLINA, s/a, p.23).

Independente do tipo de veículo, seja ele impresso, rádio ou televisão, todos de uma forma ou outra migraram para essa nova geração. As matérias produzidas começaram a ser lançadas nesse novo mundo. Com o tempo, mas não há muitos anos, alguns jornais impressos passaram a cobrar assinatura para leitores. Temos o caso do Pioneiro e Zero Hora (jornais gaúchos) que cobram um valor para ler, mas também disponibilizam algumas quantidades de acesso sem cobrar.

Mas nem todos veículos aderiram a esse modelo, como o caso do jornal O Florense, da cidade de Flores da Cunha, que está implantando esse sistema agora, em 2022. Todo esse poder de fechar o site para quem paga pelo conteúdo só foi possível devido os aprimoramentos que as tecnologias vem ganhando com o decorrer do tempo.

Hoje, o conteúdo jornalístico pode ser encontrado tanto nas redes sociais dos meios de comunicações, os quais compartilham o *link*¹⁵ de seu site, como no próprio site do veículo.

3.3 NOTÍCIA

Não existe jornalismo sem notícia, ela é a principal matéria-prima. Segundo Medina (1988) as notícias que predominam no dia-a-dia, são carregadas da dupla função de informar/distrair. Todos os dias, as pessoas que querem saber o que está

¹⁵ Link significa vínculo ou ligação. “No âmbito da informática, a palavra link pode significar hiperligação, ou seja, uma palavra, texto ou imagem que quando é clicada pelo usuário, o encaminha para outra página na internet, que pode conter outros textos ou imagens”. **Significado de Link**. Significados, s/a. Disponível em: <https://www.significados.com.br/link/>. Acesso em: 11 mai. 2022

acontecendo em sua cidade, região ou mundo, leem jornal, ouvem rádio, assistem os jornais na televisão ou ainda procuram na internet, ou seja, essas pessoas estão consumindo a chamada notícia, produzida pelos jornalistas.

A notícia nada mais é do que uma informação jornalística elaborada, o acontecimento trabalhado para o consumo, ou seja, quando ela chega ao público, como forma elaborada, é mais do que uma genuína informação (BAHIA, s/a). Mas, de acordo com o autor, nem toda informação é notícia, embora toda notícia seja informação. Ela é o fato, o acontecimento e a novidade junto com o produto da informação de consumo. O público espera encontrar a matéria completa, ele quer os detalhes, a relação de causa e realidade, ou seja, o que está por trás da aparente realidade. A construção da notícia é um processo que envolve a produção, a circulação e o consumo dela (ALSINA, 2009).

Segundo Medina (1988), a narrativa noticiosa se monta numa forma linear, onde as informações são colocadas em uma ordem crescente para decrescente de importância, conhecida também como pirâmide invertida.

De acordo com Bahia (s/a), o conceito da notícia pertencer ao público vem da modernização dos meios do jornalismo. Antes das transformações causadas pela tecnologia, quando a linguagem era mais pessoal do que coletiva, a notícia pertencia exclusivamente ao veículo, ela era menos do leitor, a informação era destinada a um círculo de consumação e repercussão estabelecido.

Fatos sempre estão acontecendo; muitas informações sobre a atualidade chegam aos jornalistas, porém, esses profissionais sempre analisam o que pode ser notícia e o que não é. “A notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade” (PEREIRA JR, 2001, p.62). Ela é construída através da atualidade e da realidade. As empresas do ramo jornalístico são obrigadas a criarem suas próprias estratégias para dar conta dessa imprevisibilidade de sua matéria-prima. Para isso, elas utilizam três estratégias:

A primeira é a territorialidade geográfica. O mundo é dividido em áreas de responsabilidade territorial. A segunda é a especialização organizacional. As empresas colocam repórteres em certas organizações que, do ponto de vista jornalístico, produzem acontecimentos noticiáveis. Exemplo: um ou mais diários de Nova Iorque têm repórteres que são responsáveis pela cobertura jornalística das Nações Unidas, do Departamento de Polícia e do Governo do Estado.

Uma terceira estratégia usada pelas empresas jornalísticas é a especialização em termos de temas: são as seções específicas dos jornais, como economia, esporte, etc. (PEREIRA JR. 2001, p.79)

A produção de notícias tem uma cultura profissional na qual os profissionais estabelecem “[...] um conjunto de critérios de relevância que definem a noticiabilidade de cada acontecimento. Ou seja, a sua capacidade para ser transformado em notícia” (Ibidem).

A produção das notícias é influenciada pela divisão dos recursos da empresa jornalística. É preciso tomar algumas decisões sobre os acontecimentos que serão cobertos a fim de se transformarem em notícias, afinal é impossível ir a todos (TRAQUINA, 2001). Ao entendermos a notícia como um conjunto de elementos o qual a empresa controla e administra, entre os quais vai selecionar as notícias, podemos creditar que um componente da noticiabilidade é o valor-notícia. Isso vai definir quais acontecimentos são relevantes e significativos para virarem notícia.

Os valores-notícia também são critérios que influenciaram o processo de produção, seja ele desde a captação das informações até a apresentação da notícia (PEREIRA JR., 2001). Por causa desses valores-notícia podem existir dois ou três meios de comunicação em uma mesma cidade em que nem sempre o que é notícia para um vai ser para outro. Muitas vezes, um pode publicar determinada informação por considerá-la uma notícia, mas para o outro pode não ser. Isso depende de vários fatores, como critérios de editoria e também do alcance do veículo, pois um meio de comunicação que está presente em mais que uma cidade teoricamente irá abranger um espaço, geograficamente falando, maior que aquele que foca no seu município.

Por exemplo, o veículo de comunicação que tem leitores ou ouvintes de um só município dificilmente irá abordar várias notícias do município vizinho, a não ser que seja algo muito grandioso. Mas um veículo que circula, digamos, por três municípios, está mais propenso em divulgar notícias que englobem as três cidades do que aquele que está presente em uma só.

De acordo com Pereira Jr. (2001), uma característica dos valores-notícia é que eles são dinâmicos, mudam no tempo. Eles não permanecem sempre os mesmos; conforme ocorrem as mudanças na esfera informativa há também um reajustamento e uma redefinição dos valores-notícia. Wolf (1994 apud PEREIRA JR., 2001) diz que esses valores-notícia derivam de pressupostos implícitos ou de condições relativas.

a) às características substantivas das notícias, ao seu conteúdo (diz respeito ao acontecimento a transformar em notícia);

- b) à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo (diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização);
- c) ao público (a imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários);
- d) à concorrência (diz respeito às relações entre os mass media existentes no mercado informativo) (WOLF, 1994 apud PEREIRA JR., 2001, p.81).

A transformação das informações para notícia, principalmente no mundo digital, exige um processo cada vez mais rápido porque “uma idéia muito propagada nas sedes das agências de notícias é que a notícia que chega primeiro será a primeira a ser utilizada durante todo o ciclo de notícias sobre esse acontecimento” (TRAQUINA, 2001, p.79), por isso a necessidade de divulgar informações corretas, sempre checadas antes da publicação.

3.4 DESAFIOS

Muitos são os desafios enfrentados no jornalismo desde sempre. Alguns que o acompanham há anos, outros que surgiram com o decorrer do tempo e junto com as novas tecnologias.

Um dos desafios, que pode ser considerado mais antigo, é como encarar a objetividade e a neutralidade. Rossi (1994) diz que o mito da objetividade deveria colocar o jornalista em uma posição neutra de publicar tudo o que acontecesse, deixando a cargo do público a tarefa de tirar suas próprias conclusões. Uma atividade nada fácil, uma vez que o profissional é uma pessoa como qualquer outra e diante dos fatos pode acabar opinando, mesmo que nas entrelinhas. Porém, essa não deve ser manifestada em seus textos para que não influencie outras pessoas, o público é quem deve entender todos os fatos e criar sua opinião sobre os mesmos.

A objetividade, segundo Rossi (1994), é possível de ser realizada em uma narração de acidente de trânsito, por exemplo, desde que o fato não envolva o repórter, algum amigo ou um parente. “Esse tipo de acontecimento – ou seja, aquele que afeta apenas um pequeno grupo de pessoas, sem maior incidência política e/ou social – ainda permite o exercício da objetividade. Nos demais, ela é apenas um mito” (ROSSI, 1994, p.10).

Para Marcondes Filho (1993), o jornalismo não é neutro e nem objetivo porque, segundo ele, essa categoria desenvolveu uma mitologia durante o iluminismo¹⁶, quando passaram a acreditar que os fatos poderiam ser apresentados de forma mais ou menos livre.

Por outro lado, os próprios critérios dessa objetividade variam também conforme o grupo social que tem posição de controle ou domínio no mercado de opiniões e que pode confrontar as notícias com seu quadro teórico-conceitual, com sua vivência, com suas informações anteriores e, assim checar o índice de manipulação nelas contido (MARCONDES FILHO, 1993, p.130 -131).

Rossi (1994) utiliza como exemplo os jornalistas esportivos. Para ele, 99% desses profissionais torcem para uma determinada equipe. Seria uma ingenuidade acreditar que eles consigam disfarçar a sua paixão e comentar a partida de sua equipe favorita sem “usar” o coração. É de certa forma impossível separar o sentimento que se tem sobre determinados assuntos, das informações.

De qualquer forma, a objetividade continua sendo um dos principais parâmetros na linha editorial dos principais veículos de comunicação do Brasil. E nessa busca impossível, introduziu-se a lei de ouvir os dois lados, partindo-se do pressuposto de que, freqüentemente, há dois lados opostos numa mesma história (ROSSI, 1994, p.11).

Aparentemente, divulgar a versão dos dois lados é uma boa opção, assim o público pode entender melhor os fatos e ter sua opinião. Porém, na prática pode acontecer que um dos lados minta sobre os fatos, fazendo com que a matéria reproduza uma mentira e o público refletirá a partir de dados falsos.

Se isso parecia ser grandes desafios, a chegada da tecnologia no século XXI aumentou ainda mais a gama deles. Os veículos de comunicação precisaram migrar para o mundo da tecnologia, mais especificamente para o da internet.

Segundo Fucks (2018), se não bastassem as delicadas questões que envolvem a identidade e o papel do jornalismo contemporâneo, as redações ainda enfrentam os desafios no modelo de negócio, uma vez que vêm perdendo anunciantes e precisam achar uma maneira de se sustentar nas novas plataformas de versões online.

¹⁶ O Iluminismo foi um movimento intelectual que surgiu na Europa, no século XVIII, defendia a valorização da razão como forma de garantir o progresso da humanidade. Ele motivou profundas transformações naquele continente. SILVA, Daniel Neves. **Iluminismo**. História do Mundo, s/a. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-moderna/iluminismo.htm>. Acesso em: 26 mai. 2022.

Além da luta para conseguirem se manter financeiramente, ainda tem a chegada das redes sociais, as quais possibilitaram um novo modo de se produzir e disseminar informações, inclusive as falsas (SANTOS; TEIXEIRA 2019). Antes da internet e das redes sociais, as notícias eram produzidas por fontes consideradas confiáveis (SANTAELA, 2018 apud SANTOS; TEIXEIRA 2019). Ou seja, tudo que era divulgado em jornal, seja ele no impresso, no rádio ou na televisão tinha uma certa credibilidade em relação à veracidade da informação.

Na internet, as notícias são divulgadas de diversas fontes e combinado com o mau uso das redes sociais fica bem difícil saber se as informações contidas nessas notícias são confiáveis ou não. A abundância de notícias também é outro fator para dificultar a confiabilidade (SANTOS; TEIXEIRA, 2019, p.4).

Devido a essa propagação de muitas notícia falsas, as chamadas *fake news*¹⁷, o público acaba duvidando de muitas informações que são divulgadas por profissionais responsáveis.

Outro desafio que vem sendo enfrentado no jornalismo, desde 17 de junho de 2009 (segundo dados do site do G1)¹⁸, é a não obrigatoriedade do diploma. Nessa data, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu derrubar a exigência do diploma para o exercício da profissão de jornalista. Desde então qualquer pessoa, sem diploma, pode exercer a função. Uma injustiça para quem estudou por anos para conseguir um diploma e acaba tendo o mesmo valor daquele sem conhecimento sobre a área, mas que ainda assim consegue atuar como “profissional” e receber o mesmo salário daquele que se esforçou na universidade.

3.5 SER JORNALISTA

Rossi (1994) diz que o jornalista deve realizar suas atividades com honestidade e não como forma de agradar seus empregadores, para assim cumprir a missão de informar o público. Além do já citado no subtítulo anterior, ou seja, o cuidado que

¹⁷ “O conceito de fake news é usado para se referir a notícias falsas ou imprecisas que são publicadas, majoritariamente, na Internet. Essa expressão, que significa literalmente "notícias falsas" (em tradução livre), já existe há bastante tempo”. SOARES, Bruno. **O que é fake news? Veja dicas para identificar boatos na Internet.** Techtudo, 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/01/o-que-sao-fake-news-veja-dicas-para-identificar-boatos-na-internet.ghtml>. Acesso em: 11. Mai. 2022

¹⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL1198310-5598,00-STF+DERRUBA+EXIGENCIA+DE+DIPLOMA+PARA+EXERCICIO+DA+PROFISSAO+DE+JORNALISTA.html>. Acesso em: 11 mai. 2022.

esse profissional deve ter para que seja o mais objetivo e neutro possível sobre os assuntos que aborda em suas matérias.

Ser jornalista em uma época com tantos recursos parece ser algo fácil, mas no dia a dia, dentro de uma redação, as coisas não são tão simples quanto parecem ser. De acordo com Carl Stepp (1996 apud AROSO, s/a, p.1), a internet não só criou novas formas de jornalismo, mas também de jornalistas. Essa mudança começa ainda na formação dos novos profissionais que precisarão ter capacidade multimídia.

Todos os meios serão multimeios, a verdadeira especialidade dos futuros profissionais da informação será a capacidade de trabalho em todos eles, seleccionando e interpretando informação com a suficiente criatividade para dispor agradavelmente essa informação (PÉREZ, 1997 apud AROSO, s/a, p.1).

Hoje, o jornalista acaba exercendo a multifunção, pois, qualquer meio de comunicação que seja, está ligado ao mundo da internet. E ela exige que haja conteúdos diversificados; não é porque se trata de um impresso que não vai haver além de texto, um vídeo ou um áudio; e não é porque o produto é de rádio que não vai haver textos e produção audiovisual. Atualmente, tudo se mistura e todos precisam saber fazer “tudo”.

[...] o jornalista está dividido entre a função de informar sobriamente os fatos e a atender as demandas de um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, cujas regras vão ao encontro da precarização do trabalho (terceirização, pessoa jurídica) e da polivalência do profissional (LIMA, 2009, p.9).

Ou seja, o jornalista precisa dar conta de informar da forma correta, apurar os fatos, verificar se é verdade o que está publicando, ouvir as partes, fazer sua matéria de um forma mais interativa e dominar as diversas opções de multimídia para disponibilizar um conteúdo atrativo na internet.

4. JORNALISMO LOCAL

Este capítulo tem um foco maior sobre o jornalismo local. Ele busca explicar a importância dos veículos locais e as mudanças que ocorreram com a chegada da globalização, uma vez que se tornou muito mais fácil ter acesso às notícias do mundo inteiro. Ele também conta a história do rádio no Brasil e a do jornalismo no município de Flores da Cunha (RS), com foco no surgimento da *Rádio Solaris 99.1 FM* no ano de 2012.

Para abordar melhor esse tema, o capítulo foi dividido em três subcapítulos: o primeiro, que explica os termos local e global. O segundo, que relata a história dos meios de comunicação na cidade florense. O terceiro subcapítulo faz uma pausa para recordar a história do rádio no Brasil e o último busca contar a trajetória do Grupo Solaris de comunicação e da Rádio Solaris no município.

4.1 JORNALISMO LOCAL X GLOBAL

“Cabe ao jornalismo local informar sobre aquilo que se passa em determinada localidade, assentando em características específicas que o distinguem do jornalismo nacional” (NORONHA, 2020, p.16). De acordo com o autor, podemos considerar que o jornalismo local e o regional se inserem em uma perspectiva de jornalismo de proximidade, já que ambos têm o foco de informar o que se passa em uma determinada região. Porém, o último, geograficamente, abrange um pouco mais.

O autor também explica por meio de Camponez (2012) que o espírito de comunidade no qual o jornalismo local está inserido permite que os jornalistas locais conheçam melhor o seu público do que os jornalistas nacionais, sejam seus modos de vida, posturas ou culturas.

Segundo João Carlos Correia (1998, apud ANDRADE, 2014), a imprensa local é diferente da nacional em alguns pontos: fraca relação com a publicidade, mas forte ligação com as elites locais; presença de grandes espaços concedidos à opinião e às colaborações externas; discursos que pressupõem formas de sociabilidade e saberes partilhados tanto pelos produtores de mensagens como pelo público.

Em geral, os assuntos desenvolvidos pelo jornalismo local abordam assuntos que afetam diretamente a vida das populações em seu local de vida cotidiana a partir da mobilização social (PERUZZO, 2005, apud ANDRADE, 2014). De acordo com

Cardoso (2020), um papel importante desse tipo de jornalismo é servir de arquivo histórico da localidade em que ele se insere.

Para o jornalismo, a instância local sempre foi de grande relevância. O dado novo é que, no jornalismo digital, a estrutura das redes permite novas possibilidades para a geração dos conteúdos locais, ampliando o espaço para a sua veiculação. Cada vez mais, iniciativas são direcionadas para expressar e fazer circular informações e serviços focados no interesse das comunidades (BARBOSA, 2003, p.1).

Segundo Barros e Caleiro (2012), as inovações tecnológicas e comunicacionais trouxeram ao jornalismo uma amplitude global jamais vista. Uma vez que, com a internet, todos os seus usuários têm acesso a muitos conteúdos que nela são disponibilizados. “O advento da internet trouxe a possibilidade de que a universalização de padrões aumentasse cada vez mais, tornando o pensamento humano cada vez mais global, quebrando barreiras, conectando a tudo e a todos” (BARROS; CALEIRO, 2012, p.6).

Andrade (2014) explica que a globalização traz consigo efeitos favoráveis a quem se adapta a ela. O autor usa como exemplo um jornal que desenvolve seus conteúdos através da tecnologia e se enquadre numa lógica de globalização. Assim, pode atrair mais leitores e publicidade. Porém, ele entende que esse tipo de opção corre o risco de provocar uma alteração no tipo de serviço, passando de uma comunidade de proximidade para uma na qual predominam os interesses e os valores.

Ainda de acordo com Andrade (2014, p.73), quando o local se globaliza ele se torna num fenômeno global, ou seja, desde logo vai perdendo as suas características que o definiam como local. “Transportando esta ideia para o jornalismo local, podemos concluir que todo o jornal local, mais cedo ou mais tarde, acaba por alterar os seus princípios originais, quando cria uma versão online”. O autor também entende que apesar de um jornal local ou regional adaptar seus conteúdos ao espaço online, ele ainda poder ter uma posição de relevância na sua comunidade.

Segundo Barbosa (2003), os sites de jornalismo estão utilizando a chamada informação de proximidade para publicar e distribuir conteúdos locais. Esses conteúdos favorecem o engajamento em torno da localidade, permitindo às diferentes operações que definem a sua presença digital sob esse enfoque

beneficiar as diversas comunidades no que se refere à apropriação social das tecnologias. “Desta maneira, os conteúdos locais podem despertar afinidades, fortalecer o sentimento de pertencimento, criar "solidariedade, laços culturais e desse modo identidade" (SANTOS, 1996:255 apud BARBOSA, 2003). A autora também acrescenta que no âmbito local, onde a cultura global hegemônica é refuncionalizada através de relações de assimilação e rejeição também é onde novas formas de sociabilidade são criadas.

Mas a globalização começou ainda antes da chegada da internet. De acordo com Machado (2016), alguns autores acreditam que a globalização teve início nos séculos XV e XVI, através das grandes navegações nas quais os países europeus entraram em contato com outros continentes e estabeleceram conexões comerciais – sendo consideradas mais explorações do que parcerias. No final do século XIX e início do século XX a globalização se intensificou, momento em que a conexão das economias e culturas do mundo acabou crescendo de forma rápida.

Apesar de se considerar a economia como o cerne da Globalização, o conceito de mundo globalizado abrange outros aspectos, tais como os sociais, políticos e culturais, que estão interligados na Sociedade Global. A Globalização é um processo em desenvolvimento. Enfrenta obstáculos, sofre intervenções e aprofunda-se como tendência mundial (MACHADO, 2016, p.2).

Ainda segundo a autora, vários sistemas se perpassaram do século XVI ao XX até chegar à globalização. Entre eles, estão o mercantilismo, o absolutismo, o despotismo, as revoluções burguesas, os imperialistas, as revoluções de independência e as revoluções socialistas. “As características da marcha histórica da Globalização incluem a internacionalização das economias, a mudança da divisão internacional do trabalho, os movimentos migratórios e a competição ambiental que acelera esses processos” (MACHADO, 2016, p.2).

A autora também destaca que, nas últimas décadas, a prioridade do Estado se modificou na questão de adaptar as economias nacionais às exigências da economia mundial.

Machado afirma que até a Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918), predominaram os imperialismos – sistemas mundiais articulados segundo as diretrizes das nações ou metrópoles. Porém, durante o período das duas guerras mundiais, os imperialismos acabaram entrando em crise. Já no decorrer da Guerra Fria (1947 –

1991), os Estados e a União Soviética limitaram o conflito capitalista e socialista. Nessa época, o mundo parecia estar dividido em dois polos e iniciava-se o processo de globalização.

Machado (2016) fala que o capitalismo, no qual nasce o mundo globalizado, é um modo de produção e reprodução que se forma em moldes internacionais. A autora diz que Ianni (2003) afirma que pode-se reconhecer três ciclos importantes da história do capitalismo. O primeiro é que o modo capitalista de produção se organiza em moldes nacionais. O segundo, que o capitalismo organizado em bases nacionais transborda fronteiras ao mesmo tempo em que modifica as formações econômicas nacionais. O terceiro, que o capitalismo atinge uma escala propriamente global. “A história do capitalismo pode ser vista como a história da ‘mundialização’, da Globalização do mundo. Um processo histórico de larga duração, com ciclos de expansão e retração, ruptura e reorientação” (IANNI, 2003, p. 55 apud MACHADO, 2016 p.4).

Machado (2016) destaca que nesse mundo capitalista globalizado, as sociedades contemporâneas estão arquitetadas em uma sociedade global. E que mais do que nunca as desigualdades – sociais, econômicas, políticas e culturais – estão em escala mundial e que é evidente que alguns traços dessa sociedade têm sido desenvolvidos pelas corporações multinacionais.

“No final do século XX a economia mundial tornou-se global com base na nova infraestrutura, disponibilizada pelas tecnologias da informação e comunicação” (MACHADO, 2016, p.5). Como já citado no capítulo 2 pelo autor Castells (2001), no início da década de 1990 vários provedores de serviços da internet montaram suas próprias redes e suas próprias portas de comunicação. Com isso, a internet acabou crescendo rapidamente como uma rede global de redes de computadores.

Ainda de acordo com o autor, a internet foi criada como um meio para a liberdade. Os governos não tinham muito o que fazer para controlar os fluxos de comunicação que eram capazes de burlar a geografia e as fronteiras políticas.

Tecnologicamente, sua arquitetura de interconexão irrestrita de computadores, baseada em protocolos que interpretam a censura como uma falha técnica, e simplesmente a burlam na rede global. De acordo com Machado (2016), desde que as novas tecnologias permitiram a globalização das comunicações, muitos começaram a notar o mundo como uma aldeia global. “[...]os meios de comunicação de massa rompem fronteiras e a comunicação se globaliza e virtualiza, como se as

pessoas e as ideias se metamorfoseassem por meio da tecnologia” (MACHADO, 2016, p.6).

Essa conexão em redes globais de informação e comunicação possibilita combinar a produção de massa e a distribuição personalizada de conteúdos que, segundo a autora, é uma das principais características da comunicação no mundo globalizado. O usuário tem à sua disposição várias informações sobre diversos assuntos mundiais e que podem ser disponibilizados em seu aparelho, de acordo com a sua escolha e interesse.

Em síntese, a informação e a comunicação estão globalizadas, devido às possibilidades dispostas pelas novas tecnologias. Os meios de comunicação atuais estão buscando formas de se conectar com sua audiência, ampliando a interatividade. As possibilidades tecnológicas permitem que as informações estejam disponibilizadas a todos os lugares do mundo pelas interconexões de redes (MACHADO, 2016, p.7).

Paralelamente a isso, o usuário tem o poder de personalizar a informação, ou seja, ele pode decidir entre todas as opções globais disponíveis, quais são as que ele tem interesse.

4.2 ALGUNS ASPECTOS DO JORNALISMO EM FLORES DA CUNHA

A história do jornalismo do município de Flores da Cunha iniciou ainda quando a cidade se chamava Nova Trento e pertencia a Caxias do Sul, em 1917. O escritor florense, Claudino Antonio Boscatto, relata em seu livro “Memórias de um neto de imigrantes italianos pioneiros de Nova Trento” o início do jornalismo na pequena comunidade onde vivia.

Fazer jornalismo num pequeno povoado pobre constitui-se sempre numa difícil e grande aventura. Assim ocorreu em Nova Trento, uma pequena vila, ainda pobre; depois de elevada à categoria de cidade - Flores da Cunha - incorreu no mesmo processo, pois continuou na situação de pobreza. Por isso, esses abnegados homens dedicados à comunicação escrita sempre merecem todo o respeito e apoio da coletividade, de vez que os periódicos por eles impressos circulavam quase que totalmente às suas próprias expensas (BOSCATTO, 1994, p. 236).

Por volta de 1917 Anselmo Carpeggiani Sobrinho – um jovem muito inteligente e autodidata – tio do radialista Orfeu Carpeggiani Conz, resolveu, depois de retornar de uma viagem a Porto Alegre, lançar um jornal quinzenário chamado *O Vigilante*. “A editoria do jornal atacava tudo o que julgava falso ou que viesse a atemorizar ainda

mais os simplórios jovens de então” (BOSCATTO, 1994 p.236). De acordo com o autor, o mesmo não deu certo, pois foi combatido de imediato pelas forças reacionárias que tinham interesse em deixar os jovens na ignorância.

Anos após o fechamento do periódico *O Vigilante*, em 1924, Nova Trento deixou de pertencer a Caxias do Sul, tornando-se assim o 73º município do Rio Grande do Sul (CONTE; GALIOTTO; VAILATTI; MAZZAROTTO; 2006).

Mais de dez anos após a emancipação, houve outra tentativa de criação de um quinzenário. Em 1937, surgiu *O Jornal do Serrano*, produzido e editado por Aroldo da Silva, 2º Tenente do Exército Nacional, que exercia a função de delegado da Junta de Alistamento Militar (JAM) do município. As edições, que relatavam os principais acontecimentos da cidade, eram feitas na impressora de propriedade de Silva, que funcionava em um velho sobrado de madeira e contava com a colaboração de várias pessoas.

Em virtude do regime totalitário repressor existente, na época, onde a imprensa era totalmente amordaçada, o referido jornal não podia atacar as autoridades quando erravam em seus empreendimentos e administrações. Por causa disso, o veículo constituiu-se num meio de comunicação muito acomodado, sem despertar maiores interesses entre a população daquele tempo (BOSCATTO, 1994 p. 236).

Ainda segundo o autor, foi por esse motivo e também devido ao déficit orçamentário apresentado mensalmente que a publicação permaneceu ativa por pouco tempo. Depois de vinte anos da criação do periódico *O Jornal do Serrano*, surgiu em 1957 *O Jornal da Colônia*, lançado por Augusto Camello da Costa, que teve também uma circulação de curto prazo.

De acordo com Tavares (1999), entre as décadas de 1940, 1950 e 1960, a cidade de Flores da Cunha contava com uma rádio chamada *Independência*, que mais tarde fechou.

Em janeiro de 1974, o advogado, radialista e proprietário da Gráfica Lige Ltda., Maurício Pauletti, criou o semanário intitulado *O Vindimeiro*. De acordo com Boscatto (1994, p.237), as atividades do mesmo encerraram em janeiro de 1980. “Como ocorreu com ‘O Jornal da Colônia’, ‘O Vindimeiro’ também circulou em época de autoritarismo e censura de imprensa, caindo na rotina e deixando de despertar maior interesse entre seus já poucos leitores”. Ainda de acordo com o autor, o jornal, que

durou seis anos, foi o que teve maior duração até então e também causou prejuízos ao seu proprietário.

Anos mais tarde, um grupo de amigos composto por Carlos Raimundo Paviani, Roque Alberto Zim, Alberto Walter de Oliveira e Jayme Paviani, começaram a notar que a cultura na cidade precisava ser alavancada. Entre as ideias de fundar uma rádio e ressuscitar *O Vindimeiro*, foi que surgiu, no dia 4 de outubro de 1986, o jornal *O Florense*. O periódico iniciou de forma improvisada. A sala ocupada por ele era dividida com um escritório – em baixo, o escritório e em cima, o jornal. Mas, com o apoio da comunidade, o jornal foi sobrevivendo e recebendo melhorias. Em 2022, ele completa 36 anos. Durante toda essa trajetória, o veículo passou por altos e baixos (FIORIO, 2021).

Aos poucos, começaram a surgir outros veículos de comunicação. De acordo com a edição 61 do dia 27 de janeiro de 1989 do jornal *O Florense*, um grupo de 50 comerciantes e profissionais liberais do município comprou a *Rádio Princesa* do sistema Trídio de Comunicação, a qual já possuía estúdio em Flores da Cunha. “Esta iniciativa é realmente surpreendente em Flores da Cunha, pois há mais de 30 anos que este canal de radiodifusão pertence a Flores da Cunha de direito, mas não de fato” (Edição 61 do dia 27 de janeiro de 1989). Apesar da rádio ter surgido há algum tempo – dado esse que não foi possível encontrar, uma vez que não há registro e seus fundadores já faleceram – somente no dia 7 de fevereiro é que a emissora realmente passou a pertencer à comunidade. Mais tarde, suas atividades foram encerradas.

Em 2003, surgiu a *Flores 104.9 FM*, uma rádio comunitária. Sua criação se deu a partir da iniciativa de quatro amigos: Antonio Coloda, Maristela Dalsolio, Juliana Dalsolio e do professor e jornalista, Antonio Luis Piccoli – que, na época, dava aula de Comunicação Comunitária na PUC de Porto Alegre. O quarteto sentia a necessidade de que o município voltasse a ter sua própria emissora. Por isso, criaram a Associação Rádio Comunitária Nova Trento. O processo, que iniciou ainda em 2000, só foi concluído na metade de 2003.

No dia 19 de setembro de 2003, às 20h, o primeiro sinal da Rádio Comunitária de Flores da Cunha começou a ser espalhado pela cidade. Num primeiro momento foram tocados o Hino do Rio Grande, na véspera da comemoração do dia da Revolução Farroupilha, e o Hino Nacional, para simbolizar a conquista. A Rádio Flores FM 104.9 foi inaugurada dia 10 de dezembro de 2003 [...] (SITE DA RÁDIO FLORES, s/a).

São mais de 15 anos de atividades. Atualmente, a emissora é formada por profissionais do rádio e serve como laboratório para estudantes de jornalismo e comunicação.

Três anos depois da criação da *Rádio Flores*, surgiu a *Rádio Amizade 89.1 FM*, que inicialmente se chamava RS News; mais tarde, Pop Show e, só depois, passou a se chamar Amizade. De acordo com o site da emissora, seu primeiro sinal foi transmitido no dia 28 de julho de 2006. Atualmente, a rádio divide a sala com a Rádio Flores.

Seis anos depois, em 2012, surgiu a *Rádio Solaris 99.1 FM*, do Grupo Solaris de Comunicação, que em pouco tempo, com apenas quatro funcionários, conquistou a credibilidade e a liderança de audiência no município. Já em 14 de dezembro de 2020, foi ao ar pela primeira vez através da plataforma YouTube, por meio do programa audiovisual chamado “OF Notícias”, com duração de cinco a dez minutos. A inovação faz parte do jornal *O Florense* e traz os principais acontecimentos do dia a dia das cidades de Flores da Cunha e de Nova Pádua.

Em pouco mais de um mês, a OFTV registrou imagens que ficarão na história, como a posse dos prefeitos César Ulian, de Flores da Cunha, e Danrlei Pilatti, em Nova Pádua, e a chegada das primeiras vacinas contra a Covid-19 nos dois municípios (SANTOS, 2021).

De acordo com notícia divulgada no site do jornal *O Florense*, o audiovisual estava a cargo da jornalista Gabriela Fiorio, do repórter Bernardo Barcellos e do estagiário Enzo Manfron. “Um trabalho que, no seu primeiro mês, atingiu uma média de mais de 4 mil visualizações por edição, somando todas as suas plataformas – e conta com o patrocínio das empresas Florense, Fante Indústria de Bebidas e Agência Positiva” (SANTOS, 2021). Com o tempo, o programa deixou de ser um mini noticiário para divulgar uma matéria por dia.

No dia 15 de maio de 2022 foi inaugurada a *Rádio Comunitária Mato Perso 104.9 FM*, a qual opera em caráter experimental. A emissora tem sua programação voltada para o resgate da cultura, tradições e costumes da região e toca músicas italianas.

Com 31.352 habitantes e área territorial 276,231km² (dados do site do IBGE), o município de Flores da Cunha conta, hoje, com um jornal impresso, quatro rádios que operam na frequência FM, sendo duas delas comunitárias, além do programa audiovisual OF Notícias.

4.3 HISTÓRIA DO RÁDIO

No subcapítulo anterior foi abordada a história do jornalismo e das rádios na cidade de Flores da Cunha, mas é preciso entender que a trajetória do rádio no Brasil iniciou muito antes disso.

De acordo com Rêgo (2020), o rádio surgiu no início do século XX como um elo entre pessoas, o qual criou novas experiências, novos costumes e despertou novas afetividades. O rádio permitiu que múltiplas vozes fossem propagadas e ouvidas. Junto com a música, entraram nos estúdios o folhetim, a novela e o teatro. “Um mundo de possibilidades perceptivas abre-se ao ouvinte, que não mais está isolado, mas que passa a ter conhecimento de notícias com grande rapidez” (RÊGO, 2020, p.11).

A radiodifusão foi descoberta pelos brasileiros em 1922, quando um grupo de empresários norte-americanos desembarcou no Rio de Janeiro com um complicado aparelhamento. A turma tinha o intuito de demonstrar a montagem e o funcionamento de uma emissora radiofônica na Exposição do Centenário da Independência do Brasil, que foi inaugurada no dia 7 de setembro daquele ano (TAVARES, 1999).

No tão esperado dia, por meio de um serviço de alto-falantes que foram instalados estrategicamente no local, foi ouvida a fala do “Primeiro Mandatário da Nação”.

Aquele mesmo discurso foi ouvido em São Paulo, Petrópolis e Niterói, graças à instalação de uma potente “estação transmissora” (torres, transmissor etc.) no alto do Corcovado, a SPC, contando com auxílio de 80 “aparelhos receptores” (que foram trazidos pelos americanos) distribuídos nas cidades já mencionadas, sendo muitos deles instalados nas vias públicas da capital paulista no centro de Petrópolis e nas principais avenidas de Niterói (TAVARES, 1999, p.50).

Segundo o autor, o público presente na exposição teve uma experiência inédita, pois de lá foi possível ouvir e aplaudir a ópera O Guarani, de Carlos Gomes, que era apresentada no Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Ainda conforme o autor, a “estação transmissora”, que estava montada no alto do Corcovado, transmitia regularmente, dentro das possibilidades da época, uma programação na qual incluía informações sobre a cotação das bolsas do açúcar e do café, previsão do tempo e

apresentações musicais e declamações. As atividades aconteciam em um estúdio montado nos Correios e Telegrafos do Largo do Machado, na “Estação do Sumaré”.

Tavares (1999) também diz que para grande parte dos pesquisadores, essa foi considerada a primeira emissora radiofônica implantada no Brasil. Mas, com a falta de documentações e a precariedade das transmissões, a dúvida persiste, uma vez que atuou em caráter experimental e demonstrativo.

De acordo com Ferraretto (2001), a primeira rádio regular a ir ao ar foi a *Rádio Sociedade* do Rio de Janeiro. Ela foi criada em abril de 1923 e foi ao ar em maio do mesmo ano, transmitindo a conferência de seu idealizador, Edgard Roquette-Pinto – considerado o “pai da radiodifusão”. Mas, somente no mês de setembro é que a rádio passou a transmitir regularmente nas dependências da Escola Politécnica do Rio de Janeiro (PRADO, 2012).

Ainda segundo a autora, Roquette-Pinto esteve presente no evento da Exposição do Centenário da Independência e se interessou pelas demonstrações da radiodifusão que foram promovidas na ocasião. Foi então que, junto com outras pessoas, fundou a considerada primeira rádio. Inicialmente, a radiodifusão nasceu de maneira precária; a emissora operou em seus primeiros meses sem uma programação definida e com emissões esporádicas. “Em outubro, começa a ser organizada uma seqüência de programas com notícias de interesse geral, conferências literárias, artísticas e científicas, números infantis, poesia, música vocal e instrumental” (FERRARETTO, 2001, p.96).

Outra emissora surgiu em novembro de 1923, a *Sociedade Rádio Educadora Paulista*. Segundo Tavares (1999), a ideia de sua implantação havia surgido ainda quando o engenheiro Luiz Ferraz de Mesquita instalou uma antena e um pequeno receptor em sua residência. Com ajuda de um importador de aparelhos chamado Luiz de Amaral César, Ferraz conseguiu adquirir um transmissor e começou as atividades de transmissão de sua pequena emissora, a primeira a ser instalada na capital paulista. Com o tempo e com o apoio de um grupo de professores universitários e de um político, a rádio foi transferida provisoriamente para as dependências do Palácio das Indústrias. Com o decorrer do tempo, a *Sociedade Rádio Educadora Paulista* foi encampada pela *Rádio Gazeta* de São Paulo, permanecendo como parte do patrimônio da Fundação Cásper Líbero.

As condições do rádio no Brasil, nos seus primeiros anos, eram precárias devido à baixa potência. Os aparelhos tinham custo muito alto e, segundo Lima (1999, apud

PRADO, 2012), só podiam ser ouvidos por uma pessoa por vez, pois era preciso utilizar fones de ouvido. “Portanto, apenas a elite brasileira tinha acesso ao rádio, e essa situação também contribuía para que as emissoras fossem ao ar com mensalidades previstas pelas associações ou clubes” (PRADO, 2012, p.58). Os equipamentos e as manutenções também eram muito caras; por isso, muitas emissoras optavam por fazer as transmissões nos horários da manhã e da noite (CHAVES, 2007 apud PRADO, 2012).

Nessa época, o rádio tinha uma programação mais educativa e cultural e as publicidades eram proibidas. Um exemplo disso, segundo Prado (2012), é a *Rádio Sociedade* do Rio de Janeiro, a qual tinha vários programas com palestras e aulas de português, história e geografia. Tavares (1999) comenta que todas as estações de rádio que foram fundadas na década de 1920 tiveram características muito semelhantes.

[...] eram empreendimentos não comerciais (não transmitiam anúncios), de grupos aficionados do rádio, geralmente de classes mais abastadas e que se utilizavam dos mesmos muito mais para a diversão dos membros daquelas sociedades ou clubes de rádio do que dos próprios ouvintes, uma vez que pagavam mensalidades para manter as estações, cuidavam de fazer a programação doando discos, escrevendo, tocando, cantando e ouvindo eles mesmos (afinal, um aparelho receptor era bastante caro na época) aquela programação, que – por sinal – era bastante elitista (TAVARES, 1999, p.52).

Aos poucos, o rádio foi ganhando espaço e o interesse do público ouvinte em adquirir o seu próprio receptor começou a aumentar. Essa empolgação fez com que surgisse na década de 1930 um elevado número de emissoras de radiodifusão. Conforme Prado (2012), na década de 1930 é que foi consolidado o papel da rádio difusão no país.

O radiojornalismo, os programas humorísticos e musicais, as primeiras novelas e as transmissões esportivas, algumas delas feitas com arrojo e talento pelos pioneiros, numa época em que as condições técnicas eram as mais precárias possíveis: Tudo isso dá à radiodifusão sonora uma posição de destaque crescente na vida brasileira (PRADO, 2012, p. 166-167).

A autora ainda diz que Murce (1976) afirma que a fase boa do rádio iniciou nessa época porque a partir de então as rádios começaram a se tornar mais populares devido aos sucessos carnavalescos e dos primeiros programas humorísticos. Nessa época, inúmeros cantores também foram lançados.

No início da década de 1930, o então presidente da República Getúlio Vargas, assinou o Decreto-Lei nº 21.111, de 1º de março de 1932, o qual autorizava a veiculação de publicidade e propaganda no rádio. “A introdução de mensagens publicitárias provocou uma verdadeira metamorfose no veículo, que até então era erudito, instrutivo, “Cultural”; parecia transformá-lo em popular órgão de lazer e diversão” (TAVARES, 1999, p.55).

Muitas novidades surgiram no rádio nessa época. Por exemplo, a primeira transmissão detalhada de uma partida de futebol, segundo Prado (2012), ocorreu no dia 19 de julho de 1931, pela *Rádio Educadora Paulista*. “As dificuldades da época eram enormes: desde uma nova linguagem que era criada para que o ouvinte pudesse “ver” o que acontecia em campo até as camisas, que ainda não tinham números e obrigavam o narrador a decorar a fisionomia de cada jogador” (PRADO, 2012, p.85). Antes das transmissões, as emissoras já divulgavam – desde 1929 – o boletim com os resultados dos jogos. Essas informações eram adquiridas por meio de telegramas que eram enviados pelos repórteres que iam até o estádio.

Ainda no ano de 1931, surgiu o programa humorístico, na *Rádio Sociedade* do Rio de Janeiro, chamado Manezinho e Quintanilha, que durava cerca de cinco minutos. “Os grandes programas do gênero popularizaram-se mesmo na década de 40” (FERRARETTO, 2001, p.124).

Em 1933 ocorreu o primeiro concurso de rádio no Brasil. A atividade desenvolvida fazia parte da comemoração do aniversário do programa “Horas do outro Mundo” e tinha o objetivo de encontrar um locutor para o programa.

Ainda durante a década de 1930, o engenheiro americano Edwin Armstrong inventou a frequência modulada (FM), a qual permite sincronização com qualidade sonora melhor. Porém a expansão das rádios em FM só aconteceu após a Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945).

A partir de 1930 a rádio também passou a ter papel decisivo na política, principalmente depois que ocorreu o golpe de Estado¹⁹ no dia 10 de novembro de 1937. Em 1935, por meio de uma lei, foi criado o “Programa Nacional” e, em 1938,

¹⁹ “Em novembro de 1937, com apoio de integralistas, militares e intelectuais, Getúlio Vargas suspendeu a Constituição de 1934 e colocou todos os partidos políticos na ilegalidade. Era o início do Estado Novo, que comandaria a vida política através de um regime centrado nos amplos poderes cedidos ao Poder Executivo. De revolucionário e constitucionalista, Vargas passou a assumir o papel de ditador até 1945”. SOUZA, Rainer. **O golpe do Estado Novo**. UOL, s/a. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiadobrasil/o-golpe-estado-novo.htm>. Acesso em: 13 jun. 2022.

acabou tendo sua transmissão obrigatória, com duração de uma hora, por todas as estações de rádio do país. “Primeiro, o governo apenas distribui noticiário. Depois, começa a produzir um programa para ser retransmitido em cadeia nacional, todas as noites, divulgando com exclusividade notícias favoráveis ao governo e louvores à ditadura do Estado Novo” (PRADO, 2012, p.107).

Ainda de acordo com a autora, o programa foi idealizado por um amigo de infância do então presidente Getúlio Vargas e tinha o objetivo de propagandear as realizações do Governo. Ele é um dos mais antigos programas radiofônico e vai ao ar diariamente, levando informações sobre os três poderes. “Nos anos da ditadura Vargas, “A Hora do Brasil” retransmite também peças de radioteatro, narrando episódios históricos como a Inconfidência Mineira, a Retirada da Laguna, a Abolição da Escravidão e Proclamação da República” (PRADO, 2012, p.107).

Depois da queda de Vargas no ano de 1949, o programa passa a se chamar A Voz do Brasil e sua veiculação diária permanece sendo obrigatória.

4.3.1 Década de 1940

1940 foi o ano da encampação da *Rádio Nacional* do Rio de Janeiro pelo Governo Getúlio Vargas. Após ser estabilizada, manteve-se trabalhando em modelo comercial e reinou na época de ouro da radiofonia brasileira. A emissora foi inaugurada ainda em 1936 e em 1940 foi anexada às Empresas Incorporadas ao Patrimônio Nacional e destacou-se em primeiro lugar entre as rádios do Brasil.

De acordo com Prado (2012), o que se destacava na programação da *Rádio Nacional* eram as músicas e as ficções, além do programa chamado Repórter Esso, que tinha altos índices de audiência. O programa, que era patrocinado pela Standard Oil New Jersey (Esso) e idealizado pela agência de publicidade McCannErickson, produzido pela United Press Associations (UPA) e veiculado na rádio, ficou no ar entre 1941 e 1968, sendo considerado um ícone da era de ouro do rádio brasileiro. Sua principal função foi implantar alguns padrões de jornalismo de rádio, entre eles o lide, a objetividade, a exatidão, o texto sucinto, a pontualidade, a noção do tempo exato de cada notícia, a impressão de imparcialidade e a contraposição dos padrões utilizados nos jornais falados daquela época.

A *Rádio Nacional* também deixou sua marca no ano de 1941, quando transmitiu a primeira radionovela²⁰ do Brasil. Já no ano de 1948 a Rádio Nacional alcançou sucesso com seu programa chamado *Balança*, mas não caiu, o qual durou cerca de duas décadas. O sucesso alcançado veio através de uma série de inovações. Nessa época, as programações contavam com comerciais com jingles, transmissões esportivas, noticiários, novelas, programas musicais e de humor. Durante essa década também surgiram os programas de auditório.

4.3.2 Década de 1950

Nos anos de 1950 o rádio esteve no pico de sua popularidade; sua tecnologia avançou, causando o aprimoramento da radiofonia. Nessa época, surgiram as emissoras de televisão. Segundo Ferraretto (2001), inicialmente o novo veículo enfrentava dificuldades para atrair anunciantes. Dessa forma, as rádios não eram afetadas. Porém, começaram a perder seus profissionais para o novo veículo.

A perda das verbas publicitárias foi acompanhada – e, também, motivada – pela transferência de profissionais do rádio para a televisão. O espetáculo começa a migrar para o novo meio, que, ao acrescentar a ele a imagem, obrigava a busca de um caminho diferente sinalizado por itens até então minoritários dentro da programação – o jornalismo, as transmissões esportivas, o serviço para a população e a música gravada. Para cativar audiências massivas, o rádio usaria uma nova tecnologia: o transistor (FERRARETTO, 2001, p.137).

A chegada de um transmissor, o qual livrou o aparelho dos vários fios e tomadas e acompanhava o ouvinte onde quer que ele estivesse, marcou a história do rádio na década de 1950. Segundo Prado (2012), Prata (2007) diz que essa nova linguagem criou um jornalismo radiofônico moderno, com foco na agilidade da informação.

Os autores também trazem Meditsch (1999), que diz que nessa década acreditava-se que o tempo de atenção de um ouvinte era de 15 minutos. Com o passar do tempo, isso foi mudando. Na década de 1960, o tempo passou para oito minutos; em 1970, para quatro minutos; em 1990, para três e depois, as emissoras começaram a trabalhar com o tempo de atenção em torno de 90 minutos.

²⁰ “[...] a radionovela é um gênero de ficção surgido na América Latina, que na era de ouro do rádio, figurou como um dos mais populares produtos da programação” (PRADO, 2012, p.135).

4.3.3 Década de 1960

Apesar da frequência FM ter surgido ainda na década de 1930 – como citado no início do subcapítulo – ela só começa operar no dial brasileiro na década de 1960. De acordo com Prado (2012), suas primeiras transmissões foram realizadas com atraso de 30 anos em relação à invenção. O norte-americano Edwin Armstrong fez a demonstração desse sistema para os executivos da *Radio Corporation of America* no ano de 1933.

Conforme Prado (2012), a *Rádio Imprensa*, no Rio de Janeiro, realizou em 1955 uma transmissão experimental em FM. O sistema funcionava no estilo de uma linha telefônica, passando dos transmissores para o estúdio.

As primeiras emissoras em FM que surgiram tinha uma programação diferente tanto da proposta inicial da rádio brasileira como daquela que as caracterizou nos anos seguintes. Afastando-se da rádio educativa e ainda não atingindo a rádio pop, as FM apareceram primeiramente para fornecer música ambiente. Garantiram aos assinantes o background apropriado para cada ambiente, “desde melodias suaves para hospitais e residências até música alegre e estimulante para indústria e escritórios” (PRADO, 2012, p.261).

A Frequência Modulada (FM) possui qualidade de recepção melhor que a Amplitude Modulada (AM), uma vez que os ruídos de estática foram praticamente eliminados. O FM também possui uma programação diferenciada, pois é voltada para a música.

De acordo com Prado (2012), a transmissão FM só teve outra função quando o governo proibiu seu uso como link. Foram cassadas as antigas concessões e com as novas, as emissoras foram obrigadas a manter programação exclusiva para FM.

Essa programação com estilo diversificado deu origem a muitas emissoras, cada uma se especializava em um estilo diferente, ou seja, não existe uma fórmula para a realização da mesma. Cada um dos estilos busca aspectos que garantem a diversidade no nicho específico de programação.

No ano de 1962 foi promulgada a Legislação da Radiodifusão, Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, que foi incluída no Código Brasileiro de Telecomunicações. Em 1963, foi aprovada a regulamentação da profissão de radialista e em novembro do mesmo ano ocorreu a primeira greve geral deles.

Em novembro de 1962 foi criada a Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abert). De acordo com Prado (2012), ela surgiu como uma sociedade civil sem fins econômicos, com duração indeterminada e constituída por empresas de radiodifusão autorizadas a funcionar no país. Seu principal objetivo é a defesa de liberdade de expressão.

Em 1964, com o golpe militar, muitos dos radialistas que faziam parte do sindicato foram perseguidos e perderam seus empregos, especialmente os que trabalhavam na *Rádio Nacional*.

4.3.4 Década de 1970

O destaque da década de 1970 recai na consolidação das rádios comunitárias. Literalmente, um veículo para dar voz aos que não têm voz. Espaço para dar vazão e mostrar anseios de comunidades, as rádios comunitárias deveriam ser uma espécie de embrião de toda e qualquer estação de rádio (PRADO, 2012, p.297).

Ou seja, as rádios comunitárias surgiram na década de 1970, atendendo as regiões, com assuntos e interesses de determinadas comunidades. Procuravam resolver os problemas da sociedade em que estavam inseridas, fazendo uma ponte entre moradores e autoridades locais. Ainda de acordo com Prado (2012), não é o que acontece com a maioria delas, pois muitas acabaram imitando as rádios comerciais, seja na programação, no estilo de comunicação ou nas escolhas de assunto. Por isso, Prado (2012) conclui que são poucas as rádios comunitárias que prestam serviço à comunidade.

Ainda conforme a autora, as rádios comunitárias estão situadas em um raio limitado de alcance e abrangência.

Os anos de 1970 também trouxeram a consolidação das emissoras FM com uma melhor qualidade técnica de áudio. Dessa forma, elas começam a ganhar mais audiência entre os jovens. Conforme Prado (2012), Newton Alvarenga, também conhecido como Big Boy²¹, fez uma revolução na linguagem radiofônica, aproximando o meio de comunicação dos jovens e acabou ficando conhecido como o primeiro DJ freak de rádio.

²¹ “Big Boy era um personagem criado por Duarte, com espírito de garoto, que com o seu famoso bordão “Hello crazy people”, trouxe os jovens e a música internacional, pop e eletrônica, para as rádios em que trabalhou” (PRADO, 2012, p.300).

Porém, o FM só ganhou força na segunda metade da década. “Havia o perfil “rádio rock”, de caráter experimental, feito pelas rádios Eldorado FM (também chamada de Eldo Pop-RJ) e Excelsior FM (SP), e o perfil “pop eclético”, predominantemente festivo, lançado pela Rádio Cidade (RJ) em 1977” (PRADO, 2012, p.298). Ainda segundo a autora, entre os anos de 1960 e 1990 houve uma emissora AM (chama Federal AM) que já abraçava o perfil do rock.

A partir dos anos de 1970, as rádios livres, também conhecidas como clandestinas ou piratas, ganharam impulso. Prado (2012) traz Peruzzo (1988) para contar que a expressão rádio pirata vem da Inglaterra.

[...] para burlar o controle oficial e promover produtos de empresas transnacionais, emissoras transmitiam a partir de barcos ancorados fora dos limites das águas territoriais. Na América Latina, as rádios livres estão ligadas à educação e emancipação social e política do povo (PRADO, 2012, p.278)

A autora também afirma que o perfil popularesco, influenciado pelos programas de auditórios – produzidos por Chacrinha, Raul Gil e Silvio Santos – estavam sendo formatados em FM também. Uma das primeiras rádios a seguir essa linha foi a 98 FM, do Rio de Janeiro.

O Governo Militar – instaurado em 1964 no Brasil – criou durante a década de 1970 o Projeto Minerva, focado na educação formal e na não formal. De acordo com Prado (2012), a administração do programa ficava a cargo da Radiodifusão Educativa (SER), à qual a emissora MEC, do Rio de Janeiro, era ligada. A rádio se transformou no maior centro produtor dos programas e em uma das principais geradoras de conteúdo para todo país. “O Minerva integra linhas políticas da ditadura militar para desenvolvimento das comunicações e da educação a distancia via rádio como meio de integração nacional e propagação de sua ideologia (ZUCOLOTO, 2010)” (PRADO, 2012, p.299).

4.3.5 Década de 1980

Em 1980, o programa Radioteca Infantil estreou na Rádio MEC, no Rio de Janeiro. Com isso, a emissora, que já havia tido sucesso nas décadas de 1940 e 1950, voltou a investir em uma programação infantojuvenil.

No ano seguinte, foi ao ar pela primeira vez, de forma ilegal, a *Rádio Favela*, com sede em Belo Horizonte. A emissora, sem fins lucrativos e educativa, foi criada com a finalidade de dar voz aos moradores da Vila Nossa Senhora de Fátima. Em sua programação, os principais temas abordados eram a cultura da comunidade, a discriminação contra os moradores, além dos problemas relacionados à violência e ao tráfico de drogas.

Como a *Rádio Favela* trabalhava de forma ilegal, era normal que sua sede mudasse constantemente de endereço. “Perseguições políticas devido às repressões políticas da época eram comuns, e esse fato contribuía para a irregularidade da rádio, ao mesmo tempo em que ampliava o número de moradores que abraçavam a causa” (PRADO, 2012, p.333). A emissora só se regularizou no ano de 1996.

Em 1985 se instalou com mais força a segmentação musical, tanto em gêneros musicais quanto em classes sociais. Conforme a autora, essas rádios passaram a surgir com a possibilidade de “desmembrar” os públicos segundo suas preferências de programação.

As segmentações também servem às diferentes faixas etárias da audiência, uma emissora pode atender um público mais jovem, como emissoras que tocam pop ou adultas. A divisão da programação também atinge as classes sociais, portanto, uma estação pode oferecer uma programação dirigida à classe A (PRADO, 2012, p.353).

4.3.6 Década de 1990

De acordo com Prado (2012), os anos 1990 marcaram a solidificação das redes de rádio pelo Brasil. Nessa década, poucas rádios não funcionavam em cadeia. A primeira a aportar nesse modelo foi a Transamérica.

Em 1991, um convênio entre o Ministério da Educação e a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão determinou o fim do projeto Minerva, que foi criado na década de 1970. “Esse convênio defendia que as emissoras comerciais deveriam transmitir programas voltados à alfabetização e ensino básico em espaços menores do que mandava o Projeto Minerva [...]” (PRADO, 2012 p.422).

Nessa década ainda persistem as radionovelas, radioteatros, peças radiofônicas. O alto custo que tinha esse tipo de produção na televisão fez com que os anunciantes voltassem a se interessar pelo rádio. Conforme Medeiros (2006 apud

PRADO, 2012), o valor cobrado em um comercial de TV podia ser investido em 60 radionovelas com até 12 capítulos. Porém, surgiu uma discussão: com o corre-corre diário das pessoas, elas teriam tempo para acompanhar os capítulos de uma história pelo rádio?

Segundo a autora, aos poucos, o jornalismo radiofônico começou a se fortalecer no Brasil, e muitas emissoras traziam jornais diários com estrutura de dois apresentadores na condução do programa. A ousadia aconteceu quando a *Rádio Excelsior* se transformou em Canal Brasileiro de Notícias (CBN) e passou a veicular a informação em FM – pois, até o momento, os ouvintes estavam acostumados a ter notícias nacionais e internacionais na AM. O surgimento da CBN foi o pontapé inicial para o surgimento da rádio “hard News”.

Entre os anos de 1990 e 2000, o radiojornalismo teve um crescimento substancial com uma preocupação maior dos ouvintes e dos veículos de imprensa. Com o advento do computador e da internet, as pessoas passaram a ter menos tempo de estar grande parte do dia esperando o noticiário principal para discutir os acontecimentos. Dessa forma, a linguagem se tornou mais sintética, mais ágil. “O ouvinte precisa dessa síntese. E é por isso que esse modelo *hard News* veio para ficar, porque o ouvinte tem de consumir notícia, precisa estar bem informado para ascender profissionalmente”, comenta Filomena Salame (PRADO, 2012 p.338).

Mas, antes dos computadores e da internet chegar, as coberturas realizadas, como o exemplo citado por Filomena no texto de Prado (2012), de uma manifestação ou até mesmo de pautas realizadas fora da redação eram feitas através dos orelhões ou do telefone que ficava nos carros das reportagens. De acordo com Prado (2012), na maioria das vezes o repórter de rádio ficava responsável por cobrir todas as editorias.

Por mais que a voz e os sons sejam os elementos principais da rádio, a qualidade e o cuidado com o texto devem estar sempre acima de tudo. Hoje, com os computadores, é muito mais fácil corrigir algum erro ou atualizar alguma informação segundos antes de ir ao ar (PRADO, 2012, p.339).

Mas, segundo a autora, nem sempre foi assim. No final da década de 1980 e até a metade da de 1990, as redações, sejam de jornais, revistas ou de emissoras de rádios, ainda estavam cheias de máquinas de escrever. O processo de edição também era diferente do usado hoje. Prado (2012) diz que com a ausência de

programas de edição era necessário fazer isso manualmente, cortando os pedaços da fita rolo e montando com durex.

4.3.7 Século XXI

Em meados dos anos 2000 surgiu um novo modelo de gestão, as chamadas rádios customizadas. Esse novo formato passou a ocupar frequências já existentes e reunir publicidade, entretenimento e prestação de serviços.

As rádios customizadas são semelhantes às outras estações do dial, porém, carregam o nome de uma marca. É o caso de empresas de diferentes segmentos (de veículos a alimentação) que pretendem falar diretamente com seu público ou expandi-lo, por exemplo, e optam pelo rádio como veículo de comunicação (PRADO, 2012, p.457).

De acordo com a autora, essas rádios estão localizadas no dial da mesma frequência de emissoras que já existem. Prado (2012) utiliza como exemplo a Mit FM, uma empresa do ramo automobilístico, a qual substituiu a Scalla FM e também a Fast 89 FM, da empresa Nestlé, que ocupou a frequência 89.1 da extinta Rádio Rock.

A grade das rádios customizadas também segue a preferência do público-alvo. A Fast 89 FM manteve o estilo da rádio antecessora, voltada ao público jovem. A Mit FM, por sua vez, “abastece” seu público predominante adulto, na faixa entre 30 e 50 anos, com notícias, dicas de lazer e uma programação musical composta principalmente por Rock (PRADO, 2012, p.457- 458).

No ano de 2002 foi aprovada uma emenda constitucional que permitiu que empresas de comunicação fossem de pessoas jurídicas e também a entrada de capital estrangeiro (PRADO, 2012).

Com o avanço da tecnologia e a chegada da internet, muitas inovações aconteceram e transformaram as emissoras de rádio. De acordo com Barbeiro e Lima (2001), a televisão e o rádio foram atraídos para esse mundo e não deverão mais sair dele. “Com o advento da Internet, os aparelhos de rádio e televisão, como conhecemos hoje, vão desaparecer e passarão para o computador. É nele que as atuais emissoras de rádio e TV vão ser ouvidas e assistidas” (BARBEIRO e LIMA, 2001, p.34). E é exatamente o que ocorre hoje, ou seja, é possível ouvir uma determinada rádio pelo computador apenas acessando seu site.

Ainda segundo os autores, essa tecnologia iguala todas as emissoras e não importa onde elas estejam, pois caem as fronteiras nacionais e o rádio se globaliza, uma vez que com um simples clique é possível ouvir uma rádio de qualquer parte do mundo.

As novas rádios via Internet não serão mais apenas transmissoras de programas em áudio. Os internautas querem mais. Querem consultar arquivos, obter dados, ouvir programas já apresentados, comunicar-se com a direção da rádio, apresentadores, comentaristas e programadores. A nova rádio terá que desenvolver uma grande e excelente quantidade de serviços se quiser que internautas-ouvintes estejam conectados (BARBEIRO e LIMA, 2001, p.38).

Cada vez mais, os “ouvintes-web” ficam exigentes, pois já não basta saber o que aconteceu, eles querem mais informações sobre o assunto. Esse comportamento exige uma melhor preparação dos jornalistas.

Mas, não é só no site que o rádio hoje está presente. Com a popularização das redes sociais, como comentado no segundo capítulo deste trabalho, as rádios também passaram a produzir conteúdo para esses meios. Portanto, com a chegada da internet e suas múltiplas possibilidades, as rádios precisaram se readaptar para poder usufruir desse “novo mundo”. Elas precisam não só manter informado quem as escuta mas quem as segue nas redes sociais.

4.4 HISTÓRIA DO GRUPO SOLARIS DE COMUNICAÇÃO

O Grupo Solaris de Comunicação tem mais de 30 anos de história e se tornou um consolidado conglomerado de mídia. Sua história inicia no dia 26 de maio de 1988, data em que a *Rádio Solaris* Ltda. foi fundada, em amplitude modulada (AM), na frequência de 1110kHz e 1 kW de potência. De acordo com o site da emissora, ela foi dirigida até 1993 por um grupo de sócios fundadores, tendo como principal executivo o Sr. Itacir Grezzana. Já no ano de 1994, o controle acionário passou para o Sr. Laureano Fortuna e a administração para a Sra. Maria Teresa Fortuna, que continuam até hoje na linha de frente da equipe. Com o decorrer do tempo, o grupo começou a crescer e a se expandir.

Com o intuito de explorar o mercado da radiodifusão em outras cidades, foi criada a Rádio Prado Ltda, que só se tornou realidade em 2011. Foram 12 anos de lutas e tramitações em órgãos públicos para conseguir que a licença de

funcionamento da rádio na cidade de Antônio Prado (RS – Serra Gaúcha) fosse emitida. Em agosto do ano seguinte, a licença para Flores da Cunha também foi conquistada. A partir disso foi criado o Grupo Solaris de Comunicação, que engloba três emissoras de rádio: Solaris FM 89.7, em Flores da Cunha; Solaris AM 1110 e Solaris FM 97.3, ambas em Antônio Prado.

Ainda de acordo com o site, seis anos depois, em 2018, três mudanças significativas aconteceram, sendo elas: o desligamento da *Rádio Solaris AM*, que passou toda sua programação para a 97.3 FM; a rádio de Flores da Cunha que operava em 89.7 e passou para 99.1 FM; a inauguração da Solaris Play na frequência 101.7 FM. Segundo o site do grupo, as emissoras atingem quase um quarto da população do Rio Grande do Sul, com forte atuação na Serra Gaúcha. Todas as emissoras seguem seis princípios: excelência no atendimento, credibilidade, imparcialidade, respeito ao ser humano, crescimento responsável e compromisso social.

4.4.1 Rádio Solaris 99.1 FM

A terceira rádio do Grupo Solaris de Comunicação, chamada *Rádio Solaris 99.7 FM*, surgiu na cidade de Flores da Cunha no dia 15 de outubro de 2012, data em que também foi ao ar o primeiro programa da emissora. Pouco tempo depois, com apenas quatro integrantes – Gabriela Fiorio, Jásser Panizzon, Mateus Sugari e Vilson Romiti – a emissora conquistou credibilidade.

Antes mesmo dela iniciar oficialmente as operações na cidade, seus proprietários pediram o aumento de potência, prevendo o crescimento da mesma no município. Mas só no dia 31 de julho de 2018 a emissora migrou da 89.7 FM para a 99.1 FM – atual frequência hoje – ampliando sua abrangência para cerca de 100% da região da Serra Gaúcha.

Com essa mudança, a rádio conseguiu alcançar mais cidades, e hoje, segundo matéria divulgada no site do próprio grupo, “a emissora está presente nos municípios de Flores da Cunha, Caxias do Sul, São Marcos, Ipê, Antônio Prado, Nova Roma do Sul, Campestre da Serra, Nova Petrópolis, Gramado, Canela, Nova Prata, Protásio Alves, Nova Bassano, Fagundes Varela, Veranópolis, Monte Belo do Sul, Bento Gonçalves, Garibaldi, Carlos Barbosa e Farroupilha”.

A torre de 120 metros de altura, com antenas e transmissor, que opera com 1,5 kW, está instalada na localidade de São Gotardo, em Flores da Cunha. No local também encontra-se um gerador de energia a diesel e outros equipamentos.

Nove anos depois do surgimento da rádio em Flores da Cunha, em 29 de novembro de 2021, foi inaugurado um escritório do Grupo Solaris na cidade de Caxias do Sul, o qual está sediado em uma sala comercial própria, que fica localizada na Rua Borges de Medeiros, 920, Edifício Platinum, sala 11. O novo espaço faz parte do processo de expansão e melhoramento que o Grupo Solaris de Comunicação havia iniciado ainda em 2018. O escritório conta com estúdio e redação de jornalismo. A partir dessa inauguração, a emissora passou a produzir e transmitir programas nas duas cidades (Flores da Cunha e Caxias do Sul).

Com o decorrer dos anos, foi ampliado o espaço em que a *Rádio Solaris 99.1 FM* operava, e também aumentou o número de seus funcionários. Hoje, a emissora conta com dez funcionários, sendo: Jéssica Sotoriva, na coordenação administrativa; Thamara Gomes, no administrativo e marketing; Jeferson Freitas, na técnica e comunicação; Vilson Romitti, na comunicação e departamento comercial; Mateus Sugari, na comunicação; Arlene Medeiros, no departamento comercial; Filipe Brogliatto, Luciano Pettorini, Igor Panzenhagen e Bruna Picinini, no jornalismo e comunicação. Ou seja, dos dez funcionários, quatro trabalham com o jornalismo, sendo que apenas um deles trabalha em Flores da Cunha. Todos exercem duas funções: a de comunicador e de jornalista. O portal de notícias radiosolaris.com.br e a página no Facebook @solaris991fm. são abastecidos pelos quatros profissionais, sendo que apenas um membro da equipe tem a graduação concluída – Igor – e os outros três – Bruna, Filipe e Luciano – estão ainda cursando a faculdade de jornalismo.

Atualmente, a *Rádio Solaris 99.1 FM* tem programação diária de 19 horas ao vivo, que podem ser transmitidas tanto da matriz como do escritório. Ao todo, são seis programas diários: ‘Campo e Cidade’, ‘Tudo de Bom’, ‘Conexão Solaris’, ‘Melhor da Tarde’, ‘Roda de Chimarrão’ e ‘Batidão da Solaris’, além do programa obrigatório ‘A Voz do Brasil’.

Durante sua programação, a emissora permite a interação de seus ouvintes com os comunicadores via telefone ou pela plataforma do Whatsapp. Também são aceitos pedidos musicais. Até o fim de maio de 2022, a página do Facebook do

veículo já contava com mais de 74,2 mil seguidores e o Instagram, com 7,8 mil seguidores.

5 METODOLOGIA

O presente trabalho tem como base uma pesquisa de abordagem qualitativa e utiliza como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica. Nele também são utilizados os métodos de Análise de Conteúdo segundo a autora Bardin (2016). O quinto capítulo tem o objetivo de explicar o tipo de procedimento metodológico e o tipo de pesquisa aplicada para atingir os objetivos propostos. Nessa etapa também será apresentada a decupagem dos materiais escolhidos na página do Facebook da *Rádio Solaris 99.1 FM*, no período de 25 a 29 de abril.

A pesquisa qualitativa e a quantitativa são duas estratégias diferentes. Segundo Diehl e Tatim (2004), é a natureza do problema ou o grau de aprofundamento que irá determinar a escolha do método. Dessa forma, a opção escolhida para trabalhar nesta monografia foi a qualitativa.

Triviños (1987) diz que a pesquisa qualitativa surgiu por meio da necessidade que diversos pesquisadores tinham em interpretar amplamente as informações analisadas e não somente de quantificá-las com dados e objetivos específicos. Esse tipo de pesquisa é essencialmente descritiva.

De acordo com Diehl e Tatim (2004), os estudos qualitativos podem descrever a complexidade de determinado problema. Eles ainda mencionam que na pesquisa qualitativa os pesquisadores têm ampla liberdade teórico-metodológica para fazer seus estudos. Já “a pesquisa quantitativa dominou as investigações em ciências humanas e sociais até por volta do ano de 1970, sustentada pela supremacia do positivismo nessas ciências” (BAPTISTA, 1999, p.33). A pesquisa quantitativa se caracteriza pelo uso da quantificação tanto na coleta como no tratamento das informações. Faz uso de técnicas estatísticas, como percentual, média, desvio-padrão, entre outras mais complexas (DIEHL e TATIM, 2004).

A pesquisa qualitativa, segundo Silveira e Córdova (2009), preocupa-se com aspectos que não podem ser quantificados. Ela foca na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Minayo (2001) apud Silveira e Córdova (2009) explica que esse tipo de pesquisa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes.

O procedimento metodológico deste trabalho foi a pesquisa bibliográfica, Marconi e Lakatos (2021, p.49) dizem que a pesquisa bibliográfica é um tipo específico de produção científica e que ela compreende oito fases distintas: escolha do tema,

elaboração do plano de trabalho, identificação, localização, compilação, fichamento, análise e interpretação e redação.

Diehl e Tatim (2014, p.58) definem que a pesquisa bibliográfica “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Os autores também explicam que em quase todos os estudos é exigido algo dessa natureza, porém, existem pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. “As principais fontes bibliográficas são livros de leitura corrente, livros de referência (dicionários, enciclopédias, anuários, almanaques), publicações periódicas e impressos diversos” (DIEHL; TATIM, 2004, p.58).

Para direcionar a monografia foi utilizado o método de Análise de Conteúdo, proposto por Laurence Bardin (2016). Ele consiste em um conjunto de técnicas de análises das comunicações e utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo que podem se aplicar em diferentes discursos, sejam eles objetivos ou subjetivos. Esse tipo de análise trabalha a fala, a prática da língua que é realizada por emissores identificáveis. “A análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça” (BARDIN, 2016, p.50).

A autora divide a Análise de conteúdo em três fases, sendo elas: a pré-análise (ou coleta de material), exploração do material e tratamento dos resultados obtidos e interpretação.

A pré-análise é a organização das ideias e tem por objetivo sistematizar as ideias iniciais para conduzir os próximos passos do estudo. Essa fase tem três missões, sendo elas: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a escolha dos indicadores que fundamentam a interpretação final. Bardin também elenca quatro regras para orientar os estudos.

- a) Regra da exaustividade: é preciso ter em conta todos os elementos do *corpus* e não deixar de fora qualquer um deles;
- b) Regra da representatividade: a análise pode ser feita com uma amostra do material, desde que ele seja para a atividade;
- c) Regra da homogeneidade: os documentos retidos devem obedecer os critérios de escolha e não apresentar exageros singulares fora destes critérios;

d) Regra da pertinência: os documentos devem ser adequados, sejam eles enquanto fonte de informação ou de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise.

A escolha dos documentos a serem analisados para esta pesquisa se deu a partir do acompanhamento das postagens da página do Facebook da *Rádio Solaris 99.1 FM*. Ao longo do tempo, também foram desenvolvidos alguns objetivos, sendo eles: verificar o desvio de informação em comentários online, identificar comentários de ódio no jornalismo online e verificar a possibilidade de discutir novas pautas, a partir dos comentários.

A segunda fase da Análise de Conteúdo é a exploração do material. “Esta fase, longa e fastidiosa, consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (BARDIN, 2016, p.131).

A autora explica que a codificação é a transformação dos dados brutos em uma descrição exata das características pertinentes do conteúdo, o qual será analisado posteriormente. Neste caso, a exploração aconteceu por meio da transcrição das notícias e comentários escolhidos para o estudo.

Já a categorização “[...] é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos” (BARDIN, 2016, p.147). Segundo a autora, as categorias são classes que reúnem um grupo de elementos, utilizando um título genérico, a partir das características comuns encontradas no material.

Nesta etapa, a pesquisadora encontrou entre as publicações duas categorias: notícias neutras e notícias não neutras. As notícias neutras são aquelas que geralmente não geram polêmica. Em contrapartida, as notícias não neutras são aquelas que, de uma forma ou outra, acabam gerando conflitos. Ambas foram divididas em subcategorias.

Categoria I - Notícias neutras

- a) Notícias sem comentários
- b) Notícias com comentários sem relevância

Categoria II – Notícias não neutras

- a) Notícias que geraram outras discussões
- b) Ideias para pautas
- c) matérias que geram opiniões divergentes com ofensas
- d) Pessoas que não leem as notícias
- e) Descredibilização do profissional jornalista

Finalizando a codificação e a categorização pode-se iniciar a última fase do método de Análise de Conteúdo, o tratamento dos resultados obtidos e interpretação. Essa fase, segundo Bardin (2016), busca interpretar os resultados obtidos, de uma forma pela qual eles sejam considerados significativos e válidos, podendo também levar a reflexões sobre os objetivos da pesquisa e apresentar novas descobertas.

5.1 A CODIFICAÇÃO

No caso desta pesquisa, a coleta de dados foi retirada das postagens no Facebook da *Rádio Solaris 99.1 FM*, feita a partir do dia 25 de abril até o dia 29 do mesmo mês, ou seja, foram cinco dias, com um total de 78 notícias. Destas, foram analisadas 12, as quais incluem notícias de Flores da Cunha e de outras cidades próximas.

5.2 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL

Tanto as notícias como os comentários foram transcritos exatamente como postados.

Categoria I – Notícias Neutras

Notícia A: dia 27 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria das notícias sem comentários)

Título: DELEGAÇÃO UCRANIANA DA SURDOLÍMPIADAS CHEGA EM ANTÔNIO PRADO²²

Linha de apoio: Alguns atletas já estão hospedados no Travel Inn Axten Hotel em preparação para competição que acontece em Caxias do Sul

Texto: “Nesta terça-feira (26), a comissão Ucraniana das Surdolímpiadas iniciou sua chegada ao Axten Hotel em Antônio Prado, que hospedará parte da equipe de atletas para a competição que acontece no mês de maio em Caxias do Sul. Equipes de vôlei de praia e basquete já se encontram no local enquanto outras chegarão hoje (27), durante o dia. A delegação da Ucraniana conta com 258 participantes sendo a segundo maior da competição. O Brasil detêm a maior delegação com 325 integrantes. A competição tem início no domingo (1º). Para saber mais sobre a competição basta clicar aqui.”

Comentários: Nenhum

Notícia B: dia 25 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria das notícias com comentários sem relevância)

Título: LETÍCIA ALESSI É A PRIMEIRA CANDIDATA INSCRITA A RAINHA DA 15ª FEPROCOL DE NOVA PÁDUA²³

Linha de apoio: Letícia Alessi tem 23 anos e representa a Paróquia Santo Antônio

Texto: “A representante da Paróquia Santo Antônio, Letícia Alessi, 23 anos, é a primeira candidata a Rainha da 15ª Feprocol de Nova Pádua. Ela fez a entrega da ficha de inscrição na manhã desta última quarta-feira (20), na Prefeitura de Nova Pádua. Letícia é filha de Aurimar Antonio Alessi e Lenir Bunai Alessi. A candidata a soberana da Feprocol cursa Gestão Financeira, na Universidade de Caxias do Sul. De acordo com a organização do evento, o prazo para entrega das fichas segue até 30 de abril, na Secretaria de Educação, Cultura, Turismo, Esporte e Lazer, das 8h às 11h45min e das 13h15min às 17h30min”.

Comentarista A: (Resposta em emoji) palminha

²² A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5553172268049199>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

²³ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5543959718970454>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

Comentarista B: (Resposta em GIF) está escrita várias vezes a palavra bravo e um emoji batendo palmas

Notícia C: dia 26 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria das notícias com comentários sem relevância)

Título: CRIANÇA DE UM ANO RECEBE SURPRESA DA BRIGADA MILITAR EM LAGOA VERMELHA²⁴

Linha de apoio: Matteo Luis completou seu primeiro aninho no domingo (24)

Texto: “A mãe do pequeno Matteo, pediu para que uma guarnição da Brigada Militar comparecesse no local da festa de aniversário dele e participasse da celebração do seu primeiro aninho. Para se ter uma ideia do amor família do menino a BM, a festinha tinha como tema a própria BM, estando o próprio aniversariante fardado a rigor, como típico brigadiano. A decoração da festa também remetia à instituição. Devido ao pedido e a guarnição da brigada Militar da cidade não estar em atendimento, os policiais na ocasião se fizeram presentes e interagiram com a comunidade, principalmente com o aniversariante, que posou para fotos com os policiais e a viatura pertencente ao município de Lagoa Vermelha. Este gesto de solidariedade por parte da Brigada demonstra o apreço da população com a polícia e o respeito que a instituição possui com a comunidade que atende. Matteo Luis completou seu primeiro aninho no domingo, dia 24 de abril de 2022”.

Comentarista A: (Resposta em Gif) Homem batendo palma

Comentarista A: (Resposta em Gif) Homem batendo palma

Comentarista B: Lindos parabéns

Comentarista C: Parabéns

Comentarista D: Resposta em Gif: Boneco pulando com corações

Comentarista E: Mirian Zamboni e olha o dia do aniversário.

Comentarista F: (Resposta ao comentarista E) que amado!!

Comentarista G : 8

Comentarista H: Nem entendeu nada tadinho, a festa na vdd foi para os pais

Comentário I: (Resposta ao comentarista H) ai maldade Marlene.... Hahahahaha.... Pior q é verdade eu me diverti mais doq o nenê na festa do primeiro

²⁴ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5547815265251566>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

ano dele.... Mas depois de tantos perrengues temos mais é q nós divertir mesmo nem q seja na festa da criança, pq só nos resta está mesmo.... Hahahaha parabéns BB e papais!!!!

Comentário H: (Resposta ao comentarista I): kkkkk,não é maldade, ele não entende mesmo kkkkkk

Notícia D: dia 26 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria das notícias com comentários sem relevância)

Título: CÃO CAI NO ARROIO TEGA EM CAXIAS E É RESGATADO PELO CORPO DE BOMBEIROS MILITAR²⁵

Linha de apoio: Foram utilizadas escada e cordas para efetuar o resgate

Texto: “O Corpo de Bombeiros Militar do Rio Grande do Sul (CBMRS), com sede em Caxias do Sul, efetuou o salvamento de um cão na manhã deste sábado (23), por volta das 07:00h. O cão caiu no Arroio Tega próximo ao posto de combustível Vêneto e foi resgatado pela guarnição sem ferimentos. Os bombeiros utilizaram escada e cordas para realizar o salvamento”.

Comentarista A: Parabéns aos bombeiros

Comentarista B: Que ótimo. Mas caiu ou foi jogado? São tantas histórias de maldade que se ouve..

Comentarista C: Parabéns vocês merecem.

Comentarista D: Parabéns a esse nossos heróis

Comentarista E: sem palavras para agradecer

Comentarista F: Parabéns à corporação.....

Comentarista G: Parabéns pessoal. Coitadinho. Caiu no esgoto

Comentarista H : Parabéns

Comentarista I: (Resposta em GIF) Mulher batendo palmas

Comentarista J: (Resposta em GIF) está escrita a palavra bravo e um coelho batendo palma

Comentarista K: Parabéns

Comentarista L: (Resposta em GIF) Desenho do Snoopy pulando e girando uma bandeira

²⁵ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5547454428620983>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

Comentarista M: Parabéns aos profissionais

Comentarista N: Parabéns

Comentarista O: Parabéns a esses heróis

Comentarista P: Show!!! Parabéns!!!

Comentarista Q: Parabéns

Comentarista R: (Resposta em GIF) Um bebê com os punhos fechados gritando

Comentarista S: (Resposta em emoji) palminha

Comentarista T: Parabéns aos profissionais

Comentarista U: STF.precesaria de pessoas Assim exemplo.

Comentarista V: (marcou um amigo)

Categoria II – Notícias não neutras

Notícia A: dia 25 de abril (esta notícia está incluída em mais de uma subcategoria: notícias que geram outras discussões e notícias que geram opiniões divergentes com ofensas)

Título: VENTOS DE ATÉ 80 KM/H PODEM ATINGIR A SERRA GAÚCHA NA MADRUGADA DESTA TERÇA-FEIRA²⁶

Linha de apoio: Em Caxias do Sul, a chuva intensa já começou por volta das 22h desta segunda (25)

Texto: “Chuvas intensas acompanhadas de descargas elétricas, ventos de até 80 km/h e eventual queda de granizo são esperadas para a região em vermelho no mapa, na madrugada desta terça-feira (26). O alerta da MetSul Meteorologia vale para toda a região da Serra gaúcha e Metropolitana, e pode se estender para a região Central e Fronteira Oeste. Em Caxias do Sul começou a chover forte por volta das 22h desta segunda (25). Apesar do alerta para a região, as demais áreas do Estado, especialmente próximo a fronteira, devem ser mais afetadas. Os volumes de chuva até quinta-feira (28) podem ser excepcionalmente altos em pontos do Centro para o Oeste e o Sul do Rio Grande do Sul. Algumas cidades podem registrar volumes na soma desta semana de 200 mm a 300 mm, ou seja, duas a três vezes a média de precipitação do mês de abril inteiro. O cenário de chuva extrema vem em

²⁶ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5545578412141918>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

meio à uma onda de tempestades de vários dias entre a Argentina, o Uruguai e o Rio Grande do Sul e que será especialmente intensa na Argentina”.

Comentarista A: Chuvaaa em Caxias do Sul

Comentarista B: Não precisa se preocupar, já guardei a moto, a chuva vai parar

Comentarista C: aqui em caxias no *banheiro* que eu *moro* são caitono achava começou era 10 e 28

Comentarista D: Comentarista C tá *morando no banheiro*?

Comentarista C: Comentarista D kkkkkkkllk você não entendeu a chuva começou as 10 e28 no bairro São caitano agora entedeo ou quer que desenhe em

Comentarista C: O inteligente nunca errou em *super gênio*

Comentarista E: Lá você escreveu "*no banheiro são caitono achava começou*", e é isso que se entende. Na próxima vez desenhe, pra ver se fica melhor que escrevendo.

Comentarista C: Comentarista D então tá bom gênio da próxima eu desenho

Comentarista D: Comentarista C o tonto. Olha quem te respondeu e responda pra ele. Não pra mim.

Comentarista C: Comentarista D vá rachar uma lenha loco

Comentarista F: No jardim Eldorado não tá chovendo

Comentarista G: Comentarista F aí é outro mundo kkkk

Comentarista H: A.F.A.G.²⁷ TÁ repreendido em nome de Jesus

Comentarista C: agora tá chovendo graças a Deus calma

Comentarista I: Aqui em São Marcos não tá chovendo

Comentarista J: (Resposta com emoji) quatro nuvem com chuva

Comentarista K: C.M.C.²⁸

Notícia B: dia 26 de abril (esta notícia está incluída em mais de uma subcategoria: notícias que geram outras discussões; notícias que geram opiniões divergentes com ofensas e descredibilização do profissional jornalista)

Título: HOMEM É MORTO A TIROS E MULHER E CRIANÇAS FICAM FERIDAS NO BAIRRO PLANALTO, EM CAXIAS²⁹

²⁷ Iniciais do nome da pessoa que foi marcada

²⁸ Iniciais do nome da pessoa que foi marcada

²⁹ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5548321141867645>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

Linha de apoio: O carro da família foi atacado na noite desta terça-feira (26)

Texto: “Um homem de 51 anos foi morto a tiros dentro de um veículo Fiat Pálio por volta das 21h desta terça-feira (26), no bairro Planalto, em Caxias do Sul. Um mulher também foi baleada no braço e no quadril. No veículo, que estava trafegando na rua Angelo Giusti, próximo a antiga unidade da Marcopolo, também estavam três crianças, sendo que duas delas ficaram feridas. A mulher e as crianças foram encaminhadas para o Hospital Pompeia. De acordo com a Brigada Militar (BM) uma das crianças, de oito anos, foi atingida de raspão na cabeça por um disparo de arma de fogo. Elas não correm risco de vida. A BM trabalha com a hipótese de crime de execução, visto que o veículo conduzido pela família foi alvo de diversos tiros que partiram de outro carro, fazendo com que a vítima perdesse o controle do veículo e se chocasse o veículo contra uma árvore. Além disso, o homem morto possuía diversas passagens pela polícia, entre elas homicídio e porte ilegal de arma de fogo”.

Comentarista A: "O homem morto possuía diversas passagens pela polícia, entre elas homicídio e porte ilegal de arma de fogo." Fim.

Comentarista B: Comentarista A falou besteira as vezes não tem, o que o jornal colocar ou que polícia falar vão acreditar!!! Nem tudo que reluz é ouro!!!! Meu caro. As vezes pego mulher de outro vingança devia dinheiro pra alguém pra vocês todo mundo é criminoso eu hein.....

Comentarista A: Comentarista B conforme *regra de português*, sempre que um *texto* é transcrito *entre aspas* ("), significa que *o texto não é de sua autoria*. No caso é uma cópia da própria matéria. Então eu não falei nada, apenas coleí o que foi escrito pelo redator.

Comentarista C: Comentarista A *copiar e colar*, misericórdia quando não é capaz de ter *opinião própria*

Comentarista D: Comentarista B este está descansando nos braços do capeta, ele matou sim uma mulher no bairro Serrano.

Comentarista D: Comentarista A mas ele matou sim , sem contar que esteve detido em outro estado por outros crimes , mas nossa justiça , mantém na rua

Comentarista B: Comentarista D justiça foi feita na minha opinião posso estar errado eu sei morte se paga com morte não cabe a mim decidir deixamos nas mãos de Deus ele quem decide hehehe

Comentarista E : Tadinhas das crianças.

Comentarista F: Misericórdia senhor

Comentarista J: Misericórdia quanta morte

Comentarista K: Bandidos sempre bandido.. vagabundo.. sejam pelo menos homens. Peguem seu alvo longe das crianças que não tem nada ver com a sena.. bandido bom é bandido morto

Notícia C: dia 26 de abril (esta notícia está incluída em mais de uma subcategoria: notícias que geram outras discussões, ideias para pautas e notícias que geram opiniões divergentes com ofensas)

Título: BRIGADA MILITAR ATENDE OCORRÊNCIA DE PERTURBAÇÃO DO SOSSEGO E APREENDE EQUIPAMENTO DE SOM EM FLORES DA CUNHA³⁰

Linha de apoio: De acordo com os policiais, era possível ouvir a música a mais de 100 metros do local

Texto: “A Brigada Militar (BM) de Flores da Cunha atendeu uma ocorrência de perturbação do sossego, na madrugada desta terça-feira (26). O fato aconteceu por volta da 1h40min, na rua Roberto João Carpeggiani, no Loteamento Sonda. De acordo com informações repassadas pela BM, uma guarnição foi despachada pela sala de operações para averiguar a denúncia de diversos vizinhos de que haveria indivíduos promovendo perturbação com som alto no interior de uma residência próxima. Os policiais relataram que ao chegar no local foi possível ouvir o som extremamente alto a mais de 100 metros. Ainda conforme o boletim de ocorrências, os policiais tentaram contato inicialmente chamando pelas janelas de fora do condomínio, mas não obtiveram resposta. O portão do condomínio estava aberto e a guarnição adentrou e conseguiu o contato somente batendo na porta da residência. No local a guarnição encontrou duas mulheres, de 32 e 39 anos, que segundo os brigadianos estavam claramente embriagadas e informaram que assim que os policiais saíssem elas iriam retomar com o som alto. Na residência a guarnição percebeu que o chão estava com várias marcas de sangue, e que uma das mulheres informou ter cortado o dedo de um dos pés. Diante dos fatos foi confeccionado o registro por perturbação do sossego e apreendido o aparelho de som, conforme Auto de Apreensão de Material. De acordo coma BM, a autora se

³⁰ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5546668035366289>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

negou a assinar o registro”. Ao todo essa notícia teve 109 comentários, porém serão destacados apenas os comentários que tem relevância para as três subcategoria em que a matéria se encaixa.

Comentarista A: Engraçado que todo o finde semana os vizinho aqui botam som auto no carro uma gritaria so e quem tem que trabalhar no outro dia as 4 da amanha faz como que liga pra polícia *eles não fazem nada*

Comentarista B: Comentarista A não é bem certo mesmo é que nem eu falei aqui no lado da casa agora pararam mas de tanto de tanto que eu briguei discutir aprontei aí pararam quantas vezes que eu liguei para polícia deu só Deus sabe e não adianta adianta

Comentarista A: Comentarista B e uma pouca vergonha

Comentarista C: Comentarista A *vc tem que ligar e prestar queixa* aí eles vem

Comentarista D: QUANTA IDIOTICE POR CAUSA DE UM SOM SE FOR NOITE TUDO BEM MAS *EXISTE LEI ATE AS 22:00 HORAASSSS*

Comentarista E: Normalmente, o *reclamante* não gosta do *gênero musical* do perturbador

Comentarista F: Comentarista E normalmente o *reclamante* trabalha na área de segurança(vigilante) ou na saúde (enfermeiro ..medico). Fazem plantao 12 horas e tal.. no dia da folga quer dormir bem, descansar para mais um plantão e entao tem música alta e nao pode descansar, mesmo que a musica seja do agrado do *reclamante*.

Comentarista G: Comentarista F 1:40 da manhã, bem sincero não importa no que o *reclamante trabalha* ele simplesmente precisa dormir

Comentarista H: parabéns Comentarista F boa resposta

Comentarista E: Comentarista F eu costume levar na brincadeira, o clima em geral já está muito pesado. É óbvio que não é legal perturbar ninguém, ainda mais com barulho, abcs !

Comentarista I: Comentarista E ahahaha por incrível que pareça eu não dormi nada essa noite porque bem no meu horário tive que passar por isso, mas eu também tô levando na esportiva, o foda foi as crianças meu filho, filho dos vizinhos do lado, aí foi sacanagem, a rua tem várias crianças pequenas, aí que judiou mas se foi mais um fã da viva, vai cair a audiência ahahahah

Comentarista J: Comentarista E o *reclamante* trabalha no dia seguinte,tem criança em casa pra dormir também, PRINCIPALMENTE em plena segunda feira!

Comentarista E: Comentarista J é um tom de brincadeira, por conta desse momento que vivemos. Barulho incomoda sim, temos que respeitar os da nossa volta, abcs!

Comentarista F: aqui em caxias está cada vez mais tenso isso de barulho..tenso mesmo..

Comentarista K: Farão o mesmo nos *carros de som de políticos??*

Comentarista L: Comentarista K se for depois das 22, com certeza

Comentarista M: Comentarista K ai tem uma diferença amigo ,nos *carros de políticos* eles nao ficam com som todo volume 3 da manhã em plena segunda feira.

Comentarista K: Comentarista M indiferente do horário, é poluição sonora

Comentarista N: Mas não *tem ladrão traficante pra prende nanana*

Comentarista O: Comentarista N deixa escutarem som alto de madrugada do lado da tua casa então pra ti ver se é bom!

Comentarista P: Comentarista N escuta o noticiário da rádio Caxias entre outros e tu vai ver todo santo dia a *brigada prendendo bandidos, e outros soltando*, ou quer que vão ai te informar?

Comentarista Q: Comentarista N teu comentário e nada mesma coisa não vale comentário

Comentarista N: Comentarista P vai se vc que vai vim me informa

Comentarista N: Comentarista Q quem não gosta de barulho mora no sitio kkk

Comentarista N: Comentarista O procura uma chácara se não quer barulho

Comentarista O: Comentarista N e vc não se mete aonde não foi chamado tu nem sabe o que aconteceu e fica falando merda *vai cuida da tua vida*

Comentarista N: Comentarista O nem sei o pq vc tá responde se eu não te chamei aqui tbm *vai carpi um lote* vê se axa um serviço e para de complica com os outros

Comentarista P: Comentarista N ai *já tem o amansa bico* kkkkk

Comentarista R: Tudo depende do horário, depois das 22 também concordo com a BM.

Comentarista S: Pensei em *botar o moscao* no lugar mais alto do bairro tudo *acelerado de madrugada* nem que vá pro guincho alguém apoia a ideia

Comentarista T: Comentarista S se for na frente da casa onde mora o dono do bar eu apoio kkkk.

Comentarista U: Polícia entra na tua casa leva tuas coisas você trabalhou para conseguir e tem gente que ainda dá parabéns *vao se tratar* eu hein *povo sem noção* não quer barulho vai mora na roça lá bem silencioso

Comentarista V: Comentarista U trabalhou comprou cuida bota um fone nessa orelha escuta teu som de boa parabéns sim a brigada ninguém é obrigado a escutar tuas músicas primeiro o respeito com quem trabalha acorda cedo tem crianças tem idosos ou doentes vai vc pra roça lá vc pode escutar teu som alto sem perturbar ninguém

Comentarista U: Comentarista V mais eu escuto de fone kkkk inclusive tenho dois quando acabar a bateria de um uso outro hehehehee

Comentarista U: Comentarista V se o chapéu serviu usa *bo.ca Ber.t.a vtc* liberdade de expressão já ouvir falar cada um faz o que deve dentro da sua própria cada pucha saco de polícia

Comentarista X: Uma coisa é *perturbação*, outra coisa é ser *roubado* por quem deveria prender ladrão.

Comentarista Z: Comentarista X porque *roubo* ?? Tem recolhe mesmo!!

Comentarista X: Você precisa aprender o significado de *recolher*

Comentarista Z: Comentarista X pois então me ensina!!?

Comentarista X: Comentarista Z não não, mas quando alguém entrar na sua casa sem teu consentimento e levarem algo seu, tenho certeza que vc irá vir aqui reclamar, mas ai você fala que *recolheram* e não que *roubaram* você! Tudo de bom pra vc.

Comentarista Z: Comentarista X vc sabe de *leis*, pelo que sei pode sim levar se tem perturbação do sossego!! E outra na minha casa isso não iria e não vai acontecer porque sei meus limites e respeito o próximo!!!

Notícia D: dia 29 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria de ideias para pautas)

Título: PASSAGEM DE ÔNIBUS URBANO REDUZ PARA R\$ 4,50 EM CAXIAS DO SUL³¹

³¹ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5556136177752808>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

Linha de apoio: A nova tarifa passa a valer na próxima segunda-feira (2), para quem usar o cartão da Visate

Texto: “O prefeito Adiló Didomenico e o secretário de Trânsito, Transporte e Mobilidade, Alfonso Willenbring Júnior, anunciaram, no início da tarde desta sexta-feira (29), que a tarifa do Transporte Coletivo Público Urbano será novamente reduzida a partir desta segunda-feira (2). A tarifa passará dos atuais R\$ 4,75 para R\$ 4,50. O reajuste será exclusivo para pagamentos através do cartão Caxias Urbano de pessoa física. A diferença, no valor de R\$ 0,25, será subsidiada pela Administração. Esta será a segunda redução da tarifa em 2022. No dia 23 de março, as tarifas já haviam reduzido de R\$ 5,50, que é o valor da tarifa técnica calculada, para R\$ 4,75, após sanção de projeto de subsídio para a manutenção da tarifa a preço justo. A partir da próxima semana, a Administração irá subsidiar R\$ 1,00 de cada tarifa paga com o cartão Caxias Urbano de pessoa física. A Tarifa Verde, das 9h às 11h e das 14h às 16h, tem valor de R\$ 3,50, exclusivo para pagamento com cartões Caxias Urbano. O valor do Vale-Transporte é de R\$ 5,50, mesmo valor de quem fizer pagamento da tarifa em dinheiro, independente do horário utilizado. A meia passagem estudantil segue no valor de R\$ 2,75. O decreto regulamentando a tarifa a R\$ 4,50 já foi publicado. Como informado durante a semana, a partir da próxima segunda-feira também haverá acréscimo na oferta de horários de ônibus em nove linhas do sistema, principalmente nos horários de pico. Outras 10 linhas terão ampliação de horários a partir da segunda-feira seguinte (09/05).”

Comentarista A: Só acredito vendo porque uso o cartão e tava marcando hoje 5,50 e não 4,75 como foi falado então tô esperando pra ver

Comentarista B: Só enrolação.

Comentarista C: *E porque não pra quem paga em dinheiro?*

Comentarista D: A Visate baixa e aumenta a passagem quando quer agora

Notícia E: dia 25 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria de notícias que geram opiniões divergentes com ofensas)

Título: MULHER É VÍTIMA DE AGRESSÕES PELO COMPANHEIRO EM SÃO MARCOS, MAS PREFERE NÃO PRESTAR QUEIXA³²

³² A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5543765768989849>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

Linha de apoio: Segundo a Brigada Militar, a vítima foi agredida com tapas e socos

Texto: “A Brigada Militar (BM) de São Marcos informou que durante patrulhamento de rotina pela BR-116, por volta das 2h deste domingo (24), a guarnição foi avisada por populares que um indivíduo estaria agredindo sua companheira com tapas e socos. Os policiais se deslocaram até o local, nas proximidades da rodovia, onde constataram que a vítima, uma mulher de 21 anos, estava caída ao solo e o homem se encontrava muito alterado. Ainda conforme a BM, o homem, de 27 anos, foi contido pela guarnição, e ambos foram conduzidos ao hospital São João Bosco para averiguar as lesões e realizar exame clínico. A BM apontou que logo depois o casal foi encaminhado à Delegacia de Polícia de Caxias do Sul para registro, e ao chegar no local a vítima não demonstrou interesse em realizar representação contra o autor nem solicitar medida protetiva. A mulher optou por não retornar com a guarnição, alegando que voltaria a São Marcos com o autor da agressão por meios próprios”.

Comentarista A: Vai ver que ela *gosta* mesmo de *apanhar*

Comentarista B: Atitude muito triste, infelizmente vai sofrer outras agressões, até o dia q poderá perder a vida.

Comentarista C: Apanha denovo

Comentarista D: Essa pelo *geito* gostou de *apanhar*

Comentarista E: (Resposta com emoji) Cara de choro, brava e triste

Comentarista F: (Resposta com emoji) uma pessoa com as duas mãos na cara

Comentarista G: Preferiu não prestar queixa???? Parabéns e viva o amor! 🖐️
Idiota mesmo, mulher que *gosta de apanhar!*

Comentarista H: Comentarista G não acredito,isso e *falta de vergonha na cara e amor próprio.*

Comentarista I: (comentário apagado)

Comentarista G: Comentarista I Mas credo eu não acredito nisso Não! Aí um dia acontece o o pior é aí??? Não é medo pra mim é *mulher sem vergonha mesmo!*

Comentarista J: Comentarista I não se deve se calar!

Comentarista K: Arruma uma mareta ..Espera ele dormir receita infalível

Comentarista L: Essa prefere morre

Notícia F: dia 25 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria das pessoas que não leem as notícias)

Título: COMEÇA NESTA SEGUNDA-FEIRA VACINAÇÃO INFANTIL CONTRA GRIPE E SARAMPO³³

Linha de apoio: Secretaria da saúde informa que o dia D de vacinação será no sábado (30)

Texto: “A Secretaria da Saúde (SES) antecipou para esta segunda-feira (25) o início da vacinação das crianças de seis meses a menores de cinco anos de idade contra a influenza (gripe) e contra o sarampo. Inicialmente marcada para começar em 3 de maio, a estratégia foi antecipada devido à crescente demanda em atendimentos de urgência pediátrica na rede de saúde por quadros clínicos respiratórios. De acordo com a Secretaria, a meta é vacinar 90% do público nessa faixa etária no Rio Grande do Sul, estimado em 620 mil crianças. No próximo sábado (30), ocorrerá o Dia D, com a abertura extraordinária dos postos para a aplicação das doses. Ainda segundo a pasta, a vacinação contra a influenza e contra o sarampo (vacina tríplice viral) pode ocorrer no mesmo momento.”

Comentarista A: *Q idad*

Comentarista B: Olha J.D.³⁴ para fazer elisa

Comentarista C: As pessoas vão morrer de tanta vacina..

Comentarista D: Pamela Oliveira

Notícia G: dia 27 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria d das pessoas que não leem as notícias)

Título: SANTUÁRIO DE CARAVAGGIO LANÇA OFICIALMENTE A 143ª ROMARIA AO SANTUÁRIO DE CARAVAGGIO³⁵

Linha de apoio: Romaria vai acontecer nos dias 26, 27, 28 e 29 de maio

Texto: “Depois de duas edições sem a participação presencial em virtude dos protocolos de saúde por consequência da Covid-19, nos dias 26, 27, 28 e 29 de maio, ocorrerá a 143ª Romaria ao Santuário de Caravaggio, que terá como tema

³³ A notícia poder ser acessada por meio do link: <https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5543904702309289>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

³⁴ Iniciais do nome da pessoa que foi marcada

³⁵ A notícia poder ser acessada por meio do link: <https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5549541535078939>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

“Fonte de sabedoria, rogai por nós”, que recorda a Campanha da Fraternidade deste ano que reflete sobre “Fraternidade e Educação”. O lançamento oficial, aconteceu na tarde desta terça-feira, dia 26 de abril, dia votivo de Nossa Senhora e a exatos trinta dias da Romaria. Padre Ricardo Fontana, Reitor do Santuário de Caravaggio nos trouxe a reflexão do lema desta romaria assim também como o cartaz deste ano traduzindo os aspectos contidos na arte. O Reitor fez seu convite a participação na 143ª Romaria ao Santuário de Caravaggio: “Estamos em tempo de retomada e por isso em nome do Santuário quero dizer a você, devoto de Nossa Senhora de Caravaggio, você é sempre muito bem-vindo à casa da Mãe de Caravaggio. Faça um caminho sereno, faça sua oração, participe da celebração eucarística, do sacramento da reconciliação e volte pra casa com o carinho da Mãe”. Em seguida a notícia traz a programação com dia e horários das missas e a data e hora de cada tipo de romaria.

Comentarista A: T.C.³⁶

Comentarista B: P.d.A.³⁷

Comentarista C: E a das moto *quando vai ser*

Comentarista D: Amem

Comentarista E: Minha terra natal,

Comentarista F: A.

Comentarista G: Comentarista H

Comentarista H: Comentarista G ta vamo

Notícia H: dia 25 de abril (esta notícia está incluída na subcategoria da descredibilização do profissional jornalista)

Título: MAIS SEIS ÓBITOS POR COVID-19 SÃO REGISTRADOS EM CAXIAS DO SUL³⁸

Linha de apoio: A atualização divulgada nesta segunda-feira (25) leva em conta registros desde o dia 14 de abril

Texto: “A Secretaria da Saúde de Caxias do Sul notificou mais seis mortes por complicações do coronavírus, conforme divulgado na atualização desta segunda-

³⁶ Iniciais do nome da pessoa que foi marcada

³⁷ Iniciais do nome da pessoa que foi marcada

³⁸ A notícia poder ser acessada por meio do link:

<https://www.facebook.com/solaris991fm/posts/5545062448860181>, o qual permite acesso ao post do face e também à notícia.

feira (25). As vítimas são quatro homens, de 66, 71, 77 e 91 anos, com óbitos registrados nos dias 15 (três casos) e 18 de abril. As mulheres, de 61 e 76 anos, faleceram nos dias 14 e 19 de abril. Ao todo, desde o início da pandemia, a cidade totaliza 1.545 óbitos, sendo 842 masculinos, entre 18 e 97 anos, e 703 femininos, entre 25 e 100 anos. Com população estimada em 517.451 (segundo divulgado pelo IBGE em 2020), Caxias já contabilizou 122.136 casos positivos. Embora uma parcela desconhecida destas pessoas tenha se infectado mais de uma vez, se considerássemos que cada um dos casos é referente a pessoas diferentes, 23,9% da população caxiense já foi infectada pelo vírus. Com as últimas seis notificações, Caxias chega a marca de 1.545 óbitos por Covid-19. A população vacinável estimada no município é de 490.968. Deste público, pessoas com cinco anos ou mais, ao menos 86,15% recebeu a 1ª dose da vacina e 78,63% completou o esquema vacinal. Um total de 37,82% dos caxienses já fez a terceira dose e 3,75% fez a dose adicional”.

Comentarista A: Tem pessoas idosas que fizeram todas as doses estão morando muito de outra doença que não tinha aparece câncer o que será é de acidente não falam e pessoas que mataram por morte violenta

Comentarista B: Devia ter um emoji de Sonolência... parem com esse tipo de notícia

Comentarista C: Cadê as máscaras, usem, continuem lavando as mãos, o vírus vai ficar para sempre

Comentarista D: DEIXA PASSAR AS ELEIÇÕES

Comentarista E: Comentarista D concordo vão segurar até lá depois deus nos proteja

Comentarista F: Opovo confio na vacina e deicharam de confiar em Jesus ba

Comentarista G: Alguns não tomaram vacina ou não tomaram todas doses Mesmo assim pessoas com comorbidades devem serem cuidadas

Comentarista H: Ué e a vacina não era milagrosa?? Kkkk

Comentarista I: Comentarista H alguém te falou que eram?

Comentarista H: Comentarista I então qual a serventia?

Comentarista I: Comentarista H se até agora teu raciocínio não te permitiu ver isso, sinto por vc

Comentarista J: Comentarista H deve ser para dormir bem durante a noite e acordar com outro pensamento no dia seguinte ..

Comentarista H: Comentarista I raciocínio do que? De uma vacina que apenas não permite agravar sintomas? Já que vacinados pegam e transmitem? Se a função é não agravar pq estão morrendo de covid? Meu raciocínio não é manipulável pela mídia não...

Comentarista H: Comentarista J concordo.. hahaha

Comentarista I: Comentarista H se seu raciocínio não te permite ver que passamos de mais de mil mortes por dia para alguns por mês, então vc está muito mal informada, aproveita que vc é jovem, abre sua mente, estude ,quem sabe não terá tempo de ser uma grande cientista trazendo benefícios ao mundo? Se continuar na sua bolha vai ficar difícil

Comentarista J: Comentarista H vive em Nárnia em um mundo paralelo ..

Comentarista H: Comentarista J a qual mundo paralelo vc diz? Aquele que a mídia te faz viver? Ou aquele que olha pros fatos e raciocina? Kk

Comentarista J: Comentarista H o mundo dos bolsominios ..

Comentarista H: Comentarista J ahh vá vá o que tem a ver com política!! Faça o favor.. nao tem argumentos fica achando desculpa

Comentarista K: Tudo de volta

Comentarista L: Pessoas acham q terminou covid

Comentarista M: E as festas bombando na cidade ..

Comentarista N: Colocado o vírus no povo agora o povo vai more

Comentarista O: Acabo as festa no pavilhão das uva volto o vírus da covid-19

Comentarista P: Comentarista O sempre uma invenção, em quanto o pessoal ganha dinheiro

Comentarista Q: (Resposta com emoji) uma carinha com lente no olho

Comentarista R: Comentarista Q as que estranho nós até nem tinha ouvido mais falar de covid tá calmo

Comentarista S: E vacinados.

Comentarista T: Eu nao entendi...1..2...3....4...doses pra que????so falta falarem que os que vieram a óbito eram so os que nao se vacinaram....tanta campanha pra que???.

Comentarista U: Fazendo pacote agora para divulgar , *tentar apavorar o.povo* , eita *jornalecos*

5.3 ANÁLISE

Concluída a exploração das 12 notícias e de seus comentários, chegou a hora de analisar o conteúdo encontrado, desde as notícias até os comentários, buscando verificar o desvio de informação em comentários online, identificar comentários de ódio no jornalismo online e verificar a possibilidade de discutir novas pautas, a partir dos comentários.

Inicialmente podemos notar que a cibercultura resultante do ciberespaço, está muito presente na vida das pessoas. Foram vários usuários que interagiram com as postagens da *Rádio Solaris 99.1 FM*, porém, nem sempre com bons modos. Como visto no capítulo 2, a chegada do computador juntamente com o incremento no uso do ciberespaço, fez com que certas ideias e comportamentos começassem a ser aprovados pela maioria dos usuários. Aos poucos, foi surgindo a “cultura das redes” que hoje encontramos nessa pesquisa, onde as pessoas se manifestam e dão suas opiniões.

Entre as notícias destacadas, a que mais gerou comentários foi a notícia do dia 26 de abril, com 109 comentários, na qual o jornalista informa sobre uma ocorrência de perturbação do sossego em que a Brigada Militar se deslocou até o local, constatou que era possível ouvir o som a mais de cem metros e que na residência havia duas mulheres embriagadas, as quais afirmaram que com a saída dos policiais iriam retomar o som alto. Sendo assim, a Brigada Militar fez a apreensão do equipamento de som.

Essa matéria acabou gerando discussões que recaíram no reclamante, seu gênero musical e a questão de trabalhar ou não; sobre os carros de propaganda política; sobre a hora em que é permitido som alto e o que fazer quando isso acontece; se levar o equipamento é considerado apreensão ou se é mesmo um roubo. Os comentários vão levando a outros comentários e a outras discussões.

Como abordado no capítulo 2, hoje existe uma dependência ainda maior das tecnologias e da internet, principalmente no quesito de viver uma vida online com a possibilidade de dar sua opinião. Por vezes, são comentários úteis, mas há também quem use o espaço para ofender os que não pensam de modo parecido. Neste caso, o da apreensão do som, foram proferidas frases como: “*cuida da tua vida*”, “*vai carpi um lote*”, “*ai já tem o amansa bico*”, “*se o chapéu serviu usa bo.ca Ber.t.a vtc*”. São pessoas que, por não aceitarem uma opinião diferente, acabam por se agredir

com palavras aproveitando-se do uso mais democrático do ciberespaço. Cortela (2017) diz ainda no capítulo 2 que ser é ser percebido, ou seja, se você faz ou fala algo e aquilo não gera nada é como se também fosse uma ofensa. Nesse caso, o jornalista não tem como evitar a situação, pois nada que está escrito na matéria propriamente dita, instiga os usuários a terem o comportamento de agredir uns aos outros, mas sim, os próprios comentaristas é que não aceitam a opinião contrária.

Em meio a tudo isso, também percebemos que a matéria poderia estar mais completa, reforçando informações que a sociedade deveria saber, mas não tem o conhecimento adequado. Dessa forma, o conteúdo dos comentários também serve para ajudar a encontrar pautas para futuras notícias. No caso da matéria já citada anteriormente, os usuários discutem muito sobre horários permitidos para o som alto, qual o volume correto e sobre recolhimento ou roubo. Essas pautas podem ser abordadas e explicadas para a comunidade em uma próxima notícia, uma vez que a sociedade mostra não ter esse conhecimento.

No capítulo 3, o autor Pereira (2001) diz que a notícia é uma forma de ver e perceber a realidade, que ela é construída através da atualidade e da realidade. Assim, os comentários podem ser um meio de ajudar o profissional a perceber essa realidade.

Na notícia do dia 25 de abril o jornalista alerta a comunidade de Caxias do Sul para a possibilidade de chuva, descarga elétrica e ventos fortes. Ela gerou comentários de usuários informando se na sua cidade já estava chovendo ou se ainda não. Porém, o que chama a atenção é que, em um momento, um dos comentaristas acaba escrevendo errado “aqui em caxias no *banheiro* que eu *moro* são caïtono achava começou era 10 e 28” ao invés de dizer que “aqui em Caxias, no bairro que eu moro, São Caetano, acho que começou era às 10 e 28”. A partir de então, o foco dos comentários se volta ao erro de português e começa a “piadinha” sobre se ele mora num banheiro. As discussões passaram a ocorrer em torno disso e, aos poucos, as coisas vão mudando de rumo. Começa-se com frases “o inteligente nunca errou”, “entendeu ou quer que eu desenhe”, “Na próxima vez desenhe”, “o tonto”...

Ainda não há xingamentos de baixo calão, mas já podemos notar que há uma certa falta de respeito entre os comentaristas, que poderia ter levado a xingamentos mais sérios, mesmo partindo de uma matéria completamente “neutra”, no sentido de gerar polêmica ou não. Ela só está informando uma condição climática.

Outra matéria que está incluída em mais que uma subcategoria é a do dia 26, em que o jornalista diz que um homem foi morto a tiros dentro de um veículo; a mulher e duas das três crianças que estavam junto ficaram feridas. O jornalista também informa que o homem morto possuía diversas passagens pela polícia, entre elas, homicídio e porte ilegal de arma de fogo. Foi o que bastou para gerar comentários reforçando a última informação – homem morto possuía diversas passagens pela polícia, entre elas, homicídio e porte ilegal de arma de fogo. Essa última informação causou o desvio para regras de português e sobre a questão de copiar e colar o trecho do texto da matéria. Houve também várias pessoas dando sua opinião sobre o acontecido, mas o que chama a atenção é o seguinte comentário: “falou besteira as vezes não tem, o que o jornal colocar ou que polícia falar vão acreditar!!! Nem tudo que reluz é ouro!!!! Meu caro. As vezes pego mulher de outro vingança devia dinheiro pra alguém pra vocês todo mundo é criminoso eu hein.....”, no qual há uma descredibilização do profissional jornalista.

Um motivo que leva isso a acontecer é a propagação das chamadas “notícias falsas”, como visto no capítulo 2. Devido à sua propagação, o público acaba duvidando de muitas informações que são divulgadas por profissionais responsáveis. Antes da chegada da internet e das redes sociais, tudo que era divulgado em meios de comunicação, seja no impresso, no rádio ou na televisão, tinha uma certa credibilidade em relação à veracidade da informação. Hoje, podemos observar que devido às *fake News* os jornalistas, muitas vezes, como nesse exemplo, são descredibilizados. Porém, o verdadeiro profissional precisa dar conta de informar da forma correta, apurar os fatos, verificar se é verdade o que está publicando e ouvir as partes.

Outro fato que leva à descredibilização do profissional é que no ciberespaço os jornalistas, muitas vezes, estão apenas copiando e colando informações. Está faltando o comprometimento, a seriedade e o principal: a vontade de fazer melhor. Como citado no capítulo 3, é serviço do jornalista apurar os fatos, verificar se é verdade o que está publicando, ouvir as partes e fazer sua matéria. Em muitos veículos, isso não ocorre do modo como deveria e esse fato leva o leitor a desacreditar das informações.

Essa matéria também recebeu um comentário com ofensas, ao serem usadas palavras e frases preconceituosas como “vagabundo” e “bandido bom é bandido morto”. Sabemos que é a opinião de um dos comentaristas e que o acontecido é

desagradável. Porém, são opiniões que não precisariam estar ali, são irrelevantes para o leitor, mas podem machucar emocionalmente as pessoas próximas à vítima. Por mais que pareça apenas um detalhe, um comentário irrelevante, vimos, no capítulo 2, que Castells (2001) afirma que conforme as tecnologias e a internet vão evoluindo, elas, pouco a pouco, vão nos moldando quanto a nossos hábitos, costumes, modos de pensar e de agir. Sendo assim, essas “coisas pequenas” podem acabar acontecendo cada vez mais e se tornando algo considerado normal no ciberespaço.

Como abordado no capítulo 3, o jornalista deve transmitir as informações, fatos ou notícias, com exatidão, clareza e rapidez. Ele precisa informar seus leitores de forma objetiva, ou seja, indo direto ao assunto e respondendo as seguintes perguntas: quem?, onde?, como?, quando?, o quê?, por quê?, além, é claro, de repassar as informações de forma “neutra”, no sentido de que a notícia não seja manipulada pela opinião de quem está produzindo a mesma. Critérios esses que foram contemplados nesta notícia. Porém, o controle contra esses xingamentos não há como se fazer, devido à cibercultura. Talvez uma questão para que os profissionais comecem a pensar é a não divulgação deste tipo de notícia em redes sociais ou uma publicação bem mais cuidadosa.

Ainda quanto a questão de ofensas proferidas em comentários nas redes sociais temos a notícia do dia 25 de abril, em que o jornalista informa que a Brigada Militar da cidade de São Marcos foi acionada por populares devido a um indivíduo estar agredindo sua companheira com tapas e socos. No local, os policiais encontraram a vítima caída e disseram que esta não teve interesse em realizar representação contra o autor nem solicitar medida protetiva.

Essa matéria gerou muitos comentários com ofensas como: “ela gosta mesmo de apanhar”, “pelo jeito gostou de apanhar”, “Idiota mesmo, mulher que gosta de apanhar”, “falta de vergonha na cara e amor próprio”, “mulher sem vergonha mesmo” e “essa prefere morrer”. Como dito anteriormente, essas ações estão começando a se normalizar no ciberespaço.

De certo modo, o jornalista está fazendo o papel dele, como explicado no capítulo 3. As notícias tem a função de informar, ou seja, nesse caso, a notícia está informando sobre uma realidade existente. Porém, também vimos no capítulo 3 que a função do jornalista não é somente informar, ele deve apurar os fatos, verificar se é verdade o que está publicando, ouvir as partes, fazer sua matéria de um forma

mais interativa e dominar as diversas opções de multimídia para disponibilizar um conteúdo atrativo na internet. Ou seja, o profissional pode e deve ir além disso.

Hoje em dia, o jornalista, devido às facilidades de acesso ou até mesmo à profissionalização das assessorias de imprensa, pode estar acomodado, recebendo as informações e divulgando, apenas o que é enviado a ele, principalmente quando se trata do local. O capítulo 4 explica que de jornalismo local tem o foco de informar o que se passa em uma determinada região, ele permite que os jornalistas locais conheçam melhor o seu público do que os jornalistas que atuam em nível nacional. Então, não é porque o jornalismo é local que o profissional deve simplesmente ficar esperando as notícias chegarem até ele, prontas, como dito anteriormente. O profissional tem um dever a exercer para com a comunidade.

Esse tipo de situação deve ser reavaliado pelos profissionais. O trabalho do jornalista não acaba quando ele está dando a notícia, sua ética vai muito além disso, precisa de seriedade, envolvimento e comprometimento. É notável que esse tipo de notícia está mais propícia a levar a julgamentos e xingamentos dos envolvidos na notícia. Nesse caso da violência, ele poderia ter completado a matéria com uma entrevista de um psicóloga, explicando o que se passa na vida dessas vítimas, porque muitas vezes elas apresentam o comportamento de submissão.

O profissional ainda poderia ter trazido mais informações sobre a legislação desses casos, como a Lei Maria da Penha ou sobre lugares que abrigam essas mulheres, quais auxílios ou políticas públicas essas pessoas têm direito, como conseguir ajuda. Ou seja, era possível produzir um conteúdo rico em informações e que pode ajudar outras pessoas também.

É visível que essa matéria causou muitos comentários e a maioria, com ofensas. Não foram localizados comentários tentando entender a situação. Falar algo quando se está fora da situação é muito fácil, mas na situação só os envolvidos sabem. E a cibercultura está cada vez mais se tornando assim, pessoas dando suas opiniões sem se importar com os outros.

Essa “cultura das redes” faz, em muitas casas, com que as pessoas olhem apenas para seu “umbigo”, desumanizando-se e aos outros. Esse processo aparenta ter piorado com a chegada do computador e da internet, e começamos a observar que nesse meio circula muita falta de empatia e egoísmo. As pessoas esquecem que o outro também tem sentimentos.

Nessa mesma linha da cibercultura, vimos, no capítulo 2, Wolton (2017) explicar que, aos poucos, as pessoas começaram a se tornar dependentes das tecnologias e que, dessa forma, a pressa toma conta delas, obrigando-as a fazer quase tudo cada vez mais rápido, numa espécie de modo automático, sem pensar ou questionar. Esse caso pode ser observado quanto aos leitores online, os quais, muitas vezes, acabam perguntando por informações que estão contidas nas notícias.

Esse tipo de comentário foi encontrado em duas das notícias selecionadas. Na primeira, o jornalista informa sobre iniciação da vacinação infantil contra gripe e sarampo, de crianças de seis meses a menores de cinco anos de idade. Geraram-se comentários de pessoas marcando outras, opiniões de que de tanta vacina as pessoas vão morrer e um dos usuários que diz: “Q idad”, indicando que provavelmente viu a notícia, leu o título, mas não se deu ao trabalho de abri-la, uma vez que sua resposta está ainda na primeira frase da notícia. Essa notícia poderia ter levado a mais discussões de pessoas a favor e contra a vacina, porém, não houve esse tipo de manifestação. Podemos levar em conta a questão de que a imunização contra gripe e sarampo existe há muitos anos e que, atualmente, ela é mais aceita pela sociedade, ao contrário da vacina contra a Covid-19, que talvez gerasse mais polêmica.

Na segunda notícia, o jornalista informa em um texto curto a volta presencial da 143ª Romaria ao Santuário de Caravaggio, incluindo os dias em que serão realizadas as missas. Também escreve sobre a programação dos vários tipos de romarias que irão ocorrer. Geraram-se comentários, a maioria, de pessoas marcando outras, como forma de informar conhecidos. Mas, o que mais chama a atenção é o fato de um dos comentaristas perguntar quando será realizada a romaria das motos, uma vez que sua resposta estava no fim da notícia, inclusive separada por data e tipo de romaria. Isso leva a crer que a pessoa não leu a matéria ou, pelo menos, não chegou a lê-la toda. Temos a opção de que o comentarista também pode não ter entendido a palavra “Motociclistas”, que indicaria a resposta para a pergunta feita.

Na notícia do dia 25 de abril, o jornalista informa que a Secretaria da Saúde de Caxias do Sul notificou mais seis mortes por complicações do coronavírus e divulga alguns dados como a quantidade de pessoas que morreu, além da quantidade de infectados na cidade Caxias do Sul. Vários comentários foram gerados, com muitas opiniões de pessoas questionando os dados; de outras, de que a máscara deve

continuar, além de questionamentos sobre a vacina. Porém, o que mais chama a atenção é “Meu raciocínio não é manipulável pela mídia não...” e “Fazendo pacote agora para divulgar , tentar apavorar o.povo , eita jornalecos”. São comentários que descredibilizam o profissional jornalista. Como visto no capítulo 3, o jornalista deve ter honestidade ao informar o público. A ética faz parte do trabalho jornalístico que prima por um mínimo de qualidade e por mais que se faça o trabalho com o maior cuidado, algumas pessoas desacreditam, se negam a dar crédito ao profissional por mais que se prove o que está se dizendo. O jornalismo ainda é tratado como mentiroso, sendo que a mentira deve ser combatida diariamente e escrupulosamente por qualquer jornalista.

Claro que, boa parte dessa descredibilidade vem, como falado anteriormente, do crescimento das *fakes news* na internet. Como falado no capítulo 3, muitas das notícias que são divulgadas nesse meio são provenientes de diversas fontes, ou seja, qualquer pessoa pode disseminar informação na internet. Juntando esse fato com o mau uso das redes sociais se torna bem difícil saber se as informações contidas em muitas notícias são confiáveis ou não. Essa crescente divulgação de notícias falsas faz com que, muitas vezes, o jornalismo produzido por um profissional sério acabe gerando dúvidas no leitor e o faça desacreditar na informação.

Já na notícia do dia 29, o jornalista informa que a passagem do Transporte Coletivo Público Urbano da cidade de Caxias do Sul será novamente reduzida para usuários com cartão Caxias Urbano de pessoa física. Esta gerou comentários de que a passagem ainda não havia baixado, que isso era enrolação; houve questionamento do motivo desse reajuste para cartão e não para quem paga em dinheiro, além do comentário afirmando que a empresa baixa e aumenta os valores quando quer.

Pelo que se pode perceber, é que a pessoa que diz que a passagem ainda não havia baixado fez seu comentário dias depois de ter sido aprovado o reajuste, porém, na matéria, também não foi especificado quando entraria em vigor, ou seja, o jornalista “esqueceu” de informar um dado importante. Entretanto, a partir desse comentário e o questionamento sobre o motivo do desconto não ter sido aplicado para quem paga em dinheiro esta notícia poderia gerar uma nova matéria. Foi visto no capítulo 3 que a notícia é construída através da atualidade e da realidade.

Levando-se em conta os critérios de noticiabilidade, nem tudo que é notícia para um veículo o será para outro. Pereira Jr. (2001) diz, no capítulo 3, que os valores-

notícia são dinâmicos e mudam no tempo. Ou seja, eles não permanecem sempre os mesmos. Conforme ocorrem as mudanças na esfera comunicacional e tecnológica, há também um reajustamento e uma redefinição dos valores-notícia. A partir deste autor pode-se inclusive, refletir que se a lei (a qual a matéria do dia 29 se refere) ainda não foi aplicada ou se a medida entrou em vigor no dia que o jornalista entrou em contato com a empresa, ela segue sendo atualidade e pode ser retomada em uma nova pauta.

Mas, em meio a tudo isso, também temos comentários que não geram nada de relevante, como o caso de três matérias que foram selecionadas. A primeira, do dia 25 de abril, em que o jornalista informa a inscrição da primeira candidata à Rainha da 15ª Feprocol de Nova Pádua.

Esta gerou comentários positivos, em forma de emoji e gif, com palminhas e a palavra “bravo”. É possível notar que esse tipo de notícias tem tendência a gerar poucos comentários, ou comentários positivos, uma vez que até o momento (ainda) ninguém falou que não gosta da pessoa. Simplesmente ignoram a informação, e por se tratar de uma notícia neutra, em que a candidata está apenas participando do evento e não sendo retratada como alguém com ficha criminal, como no caso do homem morto a tiros mas que possuía diversas passagens pela polícia, ou ainda como a vítima que não quis prestar queixa, as pessoas acabam por não julgar e sim, dar os parabéns, uma vez que também não existem opiniões divergentes sobre uma simples inscrição.

Na segunda notícia, do dia 26 de abril, o jornalista informa que a mãe de uma criança pediu para que a Brigada Militar comparecesse à festa de aniversário de um aninho de seu filho, pedido este que foi atendido. Essa notícia gerou vários comentários positivos. Os comentaristas se focaram na criança, dando parabéns e chamando-o de “amado”.

O que chama atenção aqui é que esta seria uma matéria que poderia ter gerado polêmica, em que pessoas poderiam ter pensado da seguinte forma: o serviço da Brigada é atender ocorrências, “pegar bandido” – como havia sido citado nos comentários da matéria sobre a apreensão do som – porém, as pessoas deram foco para a criança de um ano e esqueceram do dever da entidade. Observamos que isso é uma prova de que não há como o profissional jornalista saber como as pessoas vão se comportar nos comentários das notícias divulgadas, pois tudo

depende do foco que os leitores irão colocar nela; às vezes, é uma caixinha de surpresas.

Fato esse que também se deve a questões relacionadas ao local, como abordado no capítulo 4, em que se diz que as inovações tecnológicas e comunicacionais trouxeram ao jornalismo uma amplitude global jamais vista. Com a internet, todos os usuários têm acesso a muitos conteúdos que nela são disponibilizados; assim, os conteúdos nela divulgados acabam atraindo muito mais leitores, o que faz com que várias outras pessoas tenham acesso ao conteúdo e que interajam com ele. Ao mesmo tempo cresceu a necessidade de também voltar-se ao local, enfatizando as questões relacionadas a comunidades de cidades menores, como Flores da Cunha. Pensa-se que, talvez, por esse motivo, é que a Brigada não tenha sofrido com os costumeiros “xingamentos” ou críticas desfavoráveis. Para o local, o aniversário do pequeno morador soar mais importante.

Vimos no capítulo 3 que Traquina (2001) diz que a empresa jornalística seleciona as notícias, e que ela decide, pelos valores-notícia, quais acontecimentos são relevantes e significativos para serem divulgados. Bahia (s/a) também diz que nem toda informação é notícia, embora toda notícia seja informação.

Neste caso do aniversário da criança de um ano, é informação, porém, não necessitaria ter virado notícia, pois é um fato irrelevante para a comunidade em geral, a não ser pela participação inédita da Brigada Militar. Quantas crianças não fazem aniversário de um ano e ninguém divulga. Porém, o fato de ter uma “autoridade” no aniversário faz com que o critério do jornalista seja outro.

Como visto no capítulo 3, uma informação pode ser considerada notícia para uns e para outros ela pode não ser, isso depende de vários fatores, como critérios de editoria ou do alcance do veículo. Por isso, nem todo aniversário é notícia, mas esse, em especial, acabou sendo.

Na terceira notícia, do dia 26 de abril, o jornalista informa que o Corpo de Bombeiros Militar do Rio Grande do Sul efetuou o salvamento de um cão que caiu no Arroio Tega. Essa notícia também gerou comentários positivos, a maioria de pessoas dando os parabéns para o serviço dos profissionais do Corpo de Bombeiros, palminhas e marcação de amigos. Por ser a realização de uma boa ação, fez com que os comentários fossem positivos e não ofensivos. Também poderia-se incluir junto a essa notícia, outras informações sobre os procedimentos a

serem tomados quando acontece esse tipo de caso, o que fazer e para quem pedir ajuda.

Temos também a notícia do dia 27 de abril, em que o jornalista informa a chegada da delegação ucraniana em Antônio Prado, para os jogos da Surdolimpíadas. Não foram gerados comentários. De acordo com o que foi abordado no capítulo 3, a notícia é de relevância para a comunidade uma vez que ela está informando e fala sobre a atualidade. Então, não é porque não gerou comentário que não é notícia. Por ser um fato no qual não há opiniões contrárias, acaba não gerando discussões. As pessoas se abstêm de comentar, muitas vezes, por desconhecimento sobre o que se trata. Nesse caso, o jornalista poderia ter explicado melhor o que é a surdolimpíadas e suas consequências para o turismo e o comércio na Serra Gaúcha.

No capítulo 3 também vimos as dificuldades do profissional jornalista, o qual, hoje, acaba exercendo a multifunção, precisando produzir conteúdos diversificados. Lima (2009) diz que o jornalista está dividido entre a função de informar sobriamente os fatos e de atender as demandas de um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, no qual as regras vão ao encontro da precarização do trabalho. Também temos a questão de que, hoje, o diploma para exercer a função não é exigido. Com isso, foi possível notar, como já citado no capítulo 4, que a Radio Solaris 99.1 FM, conta com quatro jornalistas, sendo que todos exercem o cargo de jornalista e radialista, e somente um deles é formado na área. O restante ainda são estudantes de jornalismo, em processo de aprendizado.

Por meio das notícias selecionadas é possível notar que as mesmas têm o intuito de informar, porém, não há aprofundamento do conteúdo. Um ponto que chama a atenção é o fato que, apesar de haver a verificação dos textos antes das publicações, os mesmos possuem muitos erros de português, em especial, de acentuação e concordância. Erros que são graves por se tratar de veículo de comunicação, porém, eles também podem ocorrer devido à pressa do dia a dia, como mencionado anteriormente.

Como visto no capítulo 4, o rádio tem um papel muito importante junto à comunidade local. Ele surgiu no Brasil em 1922 e, aos poucos, foi ganhando espaço e conquistando o público. Por mais que no decorrer dos anos novos meios de comunicação tenham surgido, fazendo com que perdesse um pouco de seu espaço,

ele ainda é considerado um dos meios que mais se adaptou a todas essas transformações.

Além de ter um papel importante na sociedade, também tem um papel marcante ligado ao local, sempre informando em tempo real os acontecimentos de determinada região. A chegada da internet fez com que os meios de comunicações começassem também a usufruir dela, começando a criar um portal de notícias para cada veículo de comunicação. Depois, passou-se a utilizar as redes sociais, fazendo com que seu alcance por meio do processo de globalização seja ainda maior. Essas tecnologias foram incluindo na cibercultura não só as pessoas, mas também os veículos de comunicação, em especial o rádio. Como abordado no capítulo 4, o meio de comunicação que desenvolve seus conteúdos através da tecnologia em âmbito global pode atrair mais público e mais publicidade.

Hoje, os profissionais de rádio, têm a responsabilidade de também cuidar do site. Muitas vezes o trabalho feito nesse meio não tem o mesmo esmero em relação aquele feito no rádio. Mas, ele é produzido porque precisa ocupar o ciberespaço. De todo modo percebe-se que as notícias divulgadas pelos meios de comunicação podem ser melhor trabalhadas. Mas, se o jornalismo online da *Rádio Solaris 99.1 FM* deixa muito a desejar, também é claro que as condições às quais o profissional está sujeito dentro de uma redação também podem influenciar no resultado de seu trabalho e nas escolhas sobre como realizá-lo.

O trabalho do jornalista não acaba quando ele está dando a notícia, vai muito além disso. Ele precisa se envolver, se comprometer e querer fazer. O profissional precisa se preocupar com o público, entender o que o público está dizendo, o que tem está nas entrelinhas e porque está dizendo o que diz. No caso da *Rádio Solaris 99.1 FM*, em que seu público radiofônico envolve pessoas das classes B,C e D, com 30 anos ou mais e que no Facebook esse público local acaba virando global. Desta forma o público leitor acaba sendo muito mais amplo e diversificado, envolvendo usuários de toda a Região da Serra, do Estado do Rio Grande do Sul, do Brasil e, inclusive, de outros países. Ou seja, o que seria um local com o uso dessas plataformas acaba que se tornando global e todos podem ter acesso ao conteúdo muito mais facilmente. A responsabilidade deve aumentar na mesma proporção.

Também é possível observar que, muitas vezes, os veículos tradicionais ainda não conseguiram migrar para a internet, não conseguiram encontrar seu espaço

nesse meio. Há também a questão de que uma vez que o ciberespaço permite utilizar muitos recursos criativos, leva o jornalista a realizar múltiplas funções – o que, na maior parte das vezes é incentivado pelo veículo. No capítulo 3, diz-se que ser jornalista em uma época com tantos recursos não é tão simples quanto parece.

Atualmente, encontramos redações reduzidas e “jornalistas” escrevendo ainda em processo de aprendizado na faculdade. Como o caso da *Rádio Solaris 99.1 FM*, no qual há só um profissional com diploma, em meio a tantas notícias a serem feitas. Por se tratar de um rádio, sua abrangência, mesmo que local, acaba sendo maior do que a de um jornal impresso.

É “muita coisa para pouca gente”, mas isso não nos exime da nossa responsabilidade. O papel do jornalista não é apenas informar. Reforçando o que já foi dito, o profissional precisa se dedicar ao seu trabalho, procurar aprofundar as notícias, as informações. Fazer um jornalismo sério, responsável, ético e rico, para que as pessoas voltem a confiar nos profissionais.

O rádio é um dos veículos que está mais voltado para o local e ele pode fazer um bom local também na internet, mas, para isso, precisa se aprimorar, produzir conteúdos bem feitos e não apenas conteúdos vindos de releases. Como visto na história do rádio, no capítulo 4, ele foi um dos meios que mais foi se adaptando às tecnologias ao longo dos anos e tem tudo para dar certo no ciberespaço, aproveitando-se do processo da globalização. Mas é preciso também contratar mais pessoas para que se tenha também mais tempo para produzir os conteúdos elaborados, entrevistar, apurar informações, entre outros, e precisamos também que o diploma do jornalista seja valorizado, afinal, exercer essa profissão em meio a todas essas tecnologias não é para todo mundo. É preciso a formação adequada para garantir uma base sólida.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia procurou mostrar as transformações que ocorreram no decorrer dos anos, a partir da internet, no jornalismo e nas emissoras de rádio. Assim, foi possível entender melhor a cibercultura em que as pessoas e, em especial, o profissional jornalista vêm vivendo e tendo que se adaptar constantemente.

Para isso, foi essencial compreender alguns conceitos, entre eles o de cibercultura; de jornalismo e valores-notícia; dos desafios dos profissionais jornalistas no mundo contemporâneo; do local e do global, entre outros. Ao final, foram analisados os comentários que estão contidos nas 12 notícias selecionadas da *Rádio Solaris 99.1 FM*.

Todo o “caminho” traçado pela pesquisa para a produção dos cinco capítulos girou em torno de responder à questão norteadora: “Quais os indicadores de desvio de informação nos comentários no jornalismo online?”

O que se pode considerar é que os desvios de informação em comentários nem sempre são causados pelas informações primárias contidas nas notícias divulgadas pelo jornalista e sim, por outras informações que os próprios comentaristas trazem a partir de suas vivências. Outro fator que leva a esses desvios de informação é a própria cibercultura, que permite, por meio das redes sociais, que a grande maioria dos usuários sinta a obrigação de dar sua opinião sobre os assuntos, quaisquer que sejam.

Também é possível notar que muitas notícias trazem poucos comentários enquanto as matérias mais polêmicas – as que normalmente acabam tendo dois lados/duas opiniões – geram muito mais comentários e debates entre os próprios comentaristas.

Outra consideração obtida por meio desta pesquisa foi a quase impossibilidade do profissional jornalista prever o que irá acontecer quanto ao tipo de comentários resultante das notícias. Isso ocorre justamente devido aos desvios de informação durante o desenrolar dos comentários.

Já em relação às novas pautas que poderiam servir de “norte” ao jornalista, considera-se que com a possibilidade de interação entre os usuários, ficaria muito mais fácil ter novas ideias ou até mesmo receber sugestões para se abordar de outra maneira o mesmo tema. Porém, também foi possível perceber que apesar das ferramentas ajudarem o profissional e facilitarem muitas situações, as notícias, ao

final, são superficiais. Requereriam mais empenho e dedicação por parte do jornalista que as produziram. E as oportunidades de aprofundar os assuntos deveriam ser melhor aproveitadas.

O objetivo geral desta pesquisa, “analisar o desvio de informação a partir de comentários no jornalismo online”, foi alcançado, uma vez que observa-se que uma notícia simples, que aparentemente não teria motivação para levar a outros rumos acabou gerando ofensas entre os comentaristas e outra, que teria tudo para contar com comentários talvez ofensivos acabou se tornando algo positivo. Com certeza há o desvio no foco. Então, realmente, nem sempre é possível prever o comportamento dos usuários.

Nota-se que uma palavra utilizada por um dos comentaristas também pode levar a outros posicionamentos. São vários os caminhos a que um assunto pode ser levado e debatido. Esse fato dificulta prever/saber quais os rumos que os comentaristas podem dar a determinados assuntos.

No que diz respeito aos objetivos específicos desta monografia, todos eles puderam ser atingidos com a ajuda dos capítulos sobre internet, jornalismo, jornalismo local e a partir da aplicação da metodologia. Sem essa base teórica não teria sido possível atingir os mesmos: identificar o desvio de informação em comentários no Facebook da *Rádio Solaris 99.1 FM*; verificar o surgimento de pautas a partir dos comentários de leitores; observar uma possível descredibilização do profissional jornalista a partir desses comentários; estudar o papel do jornalista para entender até que ponto os profissionais de hoje estão engajados em produzir jornalismo com mais qualidade, aproveitando as vantagens tecnológicas e entender a história do rádio no Brasil, verificando questões pertinentes aos conceitos de local e o global a partir dessa história.

O primeiro deles, que era identificar o desvio de informação nos comentários no Facebook da *Rádio Solaris 99.1FM* foi contemplado no capítulo 5 desta monografia, em especial na análise, com ajuda do capítulo 1, quando entendemos que, aos poucos, as tecnologias e os comportamentos vão sendo moldados pela cibercultura. Surgem os comportamentos típicos das redes sociais, os quais acabam levando as pessoas a darem suas opiniões sobre determinados assuntos usando, muitas vezes, palavras ou pensamentos que geram outros questionamentos que nada ou pouco tem a ver com o assunto original da notícia, causando o desvio de informação. Sem esquecer que o capítulo 2 também foi de fundamental importância para

compreender o jornalismo das redes sociais, onde ocorrem esses comentários. Além, é claro, do capítulo 3, que aborda a modificação do jornalismo local para o meio global e vice-verso.

O segundo objetivo específico, “verificar o surgimento de pautas a partir dos comentários de leitores”, também foi contemplado com a ajuda do capítulo 3, o qual explica que o jornalismo transforma os acontecimentos cotidianos da vida social e do mundo natural em narrativas; que a notícia nada mais é do que uma informação jornalística elaborada e que nem tudo que é informação se transforma em notícia. Porém, algumas vezes, as sugestões de pautas possibilitam um novo olhar jornalístico sobre o assunto e podem trazer ideias para novas matérias ou notícias. Os capítulos 2 e 4 também foram de extrema importância para esse objetivo, pois sem entender a cultura da internet e todo o contexto da profissão e do profissional jornalista não teria sido possível encontrar as sugestões nas entrelinhas dos comentários, pois, muitas vezes, podemos descobrir uma pauta apenas pelos questionamentos, discussões ou opinião dos leitores.

O terceiro objetivo específico, “observar uma possível descredibilização do profissional”, foi contemplado durante a análise e a partir dos capítulos de contexto. É frustrante saber que existe essa desvalorização do profissional que, muitas vezes, dá o seu máximo para produzir um bom conteúdo para a sociedade.

Muitas vezes, isso ocorre devido às *Fakes News*, muito divulgadas nas redes sociais, mas que também ocorrem pelo fato de faltar aprofundamento em muitas notícias jornalísticas. Também é possível perceber que o jornalismo nos portais das emissoras e nas redes sociais deixam a desejar. Falta muito de comprometimento, de envolvimento e de “querer fazer” por parte do jornalista. E os leitores estão cada vez mais exigentes nesse aspecto, querem conteúdo completo e não apenas poucas palavras, querem o “verdadeiro” jornalismo que hoje, em várias ocasiões, não conseguimos encontrar na internet.

O quarto objetivo específico, que também foi contemplado, foi estudar o papel do jornalista para entender até que ponto os profissionais estão engajados em produzir jornalismo – de qualidade. Esse objetivo foi alcançado com a ajuda, em especial, do capítulo 3, o qual explica que o jornalista deve realizar suas atividades com honestidade e não como forma de agradar seus empregadores, para assim cumprir a missão de informar o público (ROSSI, 1994). Além de que seu papel é apurar os fatos, verificar se é verdade o que está publicando, ouvir as partes. Infelizmente, o

jornalismo online realizado em cidades pequenas como Flores da Cunha ainda deixa muitas lacunas quando poderia ser realizado um trabalho bem mais aprofundado ressaltando o local. Uma vez que por se tratar de veículo local o acesso as informações ou as fontes, muitas vezes, acabam sendo muito mais fáceis.

Como abordado na análise, o jornalismo online está lá, muitas vezes, porque o veículo precisa ocupar aquele espaço na internet. Parece que é obrigatório os veículos terem conta e abastecerem seus sites e redes sociais, porém nem sempre estes são alimentados com jornalismo que tenha de fato qualidade. Às vezes, por falta de algo a mais por parte do jornalista e, às vezes, por falta de tempo. Mas, ocupar o ciberespaço, apenas, não deveria ser o grande objetivo de veículos como a *Rádio Solaris 99.1 FM*, mas sim, ocupar bem esse espaço com profissionais capacitados e com as devidas condições para realizarem seus trabalhos.

O quinto objetivo específico foi verificar as questões pertinentes aos conceitos de local e o global, aproveitando as vantagens tecnológicas e entender a história do rádio no Brasil, que também foi atingido. Por se tratar de um veículo local, é de extrema importância compreender que o mesmo possui um papel relevante para com a história do município. Uma vez que, como dito no capítulo 4, ele é uma forma de documentar a história da localidade. Mesmo com a globalização incrementada pela internet, o rádio continua carregando a mesma importância na comunidade em que ele está localizado. A *Radio Solaris 99.1 FM* tem um público segmentado que escuta a emissora, porém, no Facebook a emissora possui seguidores de toda Região da Serra, do Estado, do Brasil e, inclusive, moradores de outros países. Mesmo assim, o veículo continua sendo local – mas de uma forma também globalizada, alcançando mais público.

A pesquisadora também percebe que atualmente, por mais que as tecnologias tenham facilitado o trabalho do jornalista, ainda não está sendo feito jornalisticamente um trabalho adequado no ciberespaço. Ainda há muito o que ser melhorado para que o papel do jornalista aconteça, de fato, nesse meio. É um trabalho que precisa urgentemente ser aprimorado, levado a sério e colocado em prática. O jornalista não deve apenas esperar que as notícias cheguem até ele por meio de releases. É preciso que o mesmo saia esse lugar confortável e faça seu papel de jornalista, lutando pela comunidade no sentido de garantir a ela a informação de qualidade com pesquisa e aprofundamento.

Mas, também faltaram as condições adequadas para a realização de um bom trabalho dentro do veículo estudado. Como visto no capítulo 3, a pressão do tempo, a falta de profissionais formados ou simplesmente a baixa quantidade de profissionais levam a situações como as apresentadas neste trabalho.

A pesquisadora também considera de extrema importância o diploma do jornalista, pelos mesmos fatos apresentados acima. Durante a aplicação da metodologia foi notável que os próprios jornalistas estão enfrentando a dificuldade de migrarem para o ciberespaço, mesmo com todo o conhecimento adquirido durante os cinco anos de estudos na universidade. Imagine alguém que nunca teve essa base. Ser jornalista e fazer jornalismo é um trabalho nada fácil de realizar. Responsabilidade social é o que deve nos mover.

Como futura jornalista, a pesquisadora considera importante se preocupar com o público, entender o que esse público está querendo nos dizer e o que existe por trás do que está sendo falado. Uma vez que, como mostrado na análise, o trabalho do profissional não termina no momento em que ele informa. Vai muito além: novamente, é preciso envolvimento, comprometimento e conhecimento do jornalista, além, é claro, do desejo de fazer seu papel na sociedade.

A partir das reflexões sobre as inúmeras observações encontradas nos comentários, nas notícias e quanto ao papel do profissional jornalista se responde a questão norteadora “Quais os indicadores de desvio de informação nos comentários no jornalismo online?” Muitas vezes, o desvio pode ocorrer a partir de algo encontrado na própria matéria, por exemplo: uma palavra ou uma frase que faz com que os comentários sigam um caminho diferente. Cada palavra pode fazer com que um indivíduo lembre-se de algo ou que crie sua própria opinião. Mas, o desvio também pode acontecer a partir de palavras ou frases utilizadas nos próprios comentários. Quando isso acontece, torna-se mais fácil que o foco saia do tema central da matéria.

Esses são os casos que foram encontrados nas notícias selecionadas. Porém, o que favorece que esses desvios venham a acontecer é o próprio contexto da cibercultura, a qual criou uma cultura em que os usuários das redes sociais sintam a necessidade de opinar sobre os assuntos divulgados pelos veículos de comunicação. É normal, hoje, as pessoas compartilharem sua opinião sobre qualquer assunto, criando mais possibilidades para os desvios de informação. Outro fator que também pode levar à divergência de opiniões é o processo de

globalização, pois pessoas de qualquer lugar também têm a possibilidade de opinar, aumentando ainda mais a quantidade de comentários e a possibilidade do desvio. Como o caso da *Rádio Solaris 99.1 FM* que está localizada na cidade de Flores da Cunha, a qual tem 31.352 habitantes (segundo dados do IBGE) e em sua conta no Facebook conta com mais de 80 mil seguidores.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. **Jornalismo – informação comunicação**. São Paulo. Livraria Martins Editôra, s/a.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Rio de Janeiro. Editora Vozes, 2009.

BAPTISTA, Dulce Maria Tourinho. **O debate sobre o uso de técnicas qualitativas e quantitativas de pesquisa**. São Paulo. Veras Editora, 1999. In: MARTINELLI, Maria Lúcia (orgs.). Pesquisa qualitativa: um instigante desafio. São Paulo. Veras Editora, 1999.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e Internet**. Rio de Janeiro. Campus, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

BEIGUELMAN, Giselle. **Admirável mundo híbrido**. Rio de Janeiro. Aeroplano, 2015. In: COSTA, Cristiane; HOLLANDA, Heloísa Buarque de; Zona Digital. Rio de Janeiro. Aeroplano, 2015. Recurso digital.

BOSCATTO, Claudino Antonio. **Memórias de um neto de imigrantes italianos pioneiros de Nova Trento**. Flores da Cunha. O Florense, 1994.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**. Zahar, 2001.

CONTE, Claudete gaio; GALIOTTO, Fátima Caldart; VAILATTI, Gissely Lovatto; MAZZAROTTO, Graziela. **Histórias que marcaram a história de nosso município**. Porto Alegre. Evangraf, 2006. In: Nossa história de Nova Trento a Flores da Cunha. VAILATTI, Gissely Lovatto; MAZZAROTTO, Graziela. Porto Alegre. Evangraf, 2006.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2004.

- DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. São Paulo. Atlas, 2014. In. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo. Atlas, 2014.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre. Editora Sagra Luzzato, 2001
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **O jornalista em pauta: mudanças no mundo do trabalho, no processo de produção e no discurso**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1998.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo fin-de-siècle**. São Paulo. Editora Página Aberta Ltda. 1993.
- MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo. Summus, 1988.
- MELO, José Marques de. **Jornalismo Brasileiro. Porto Alegre**. Porto Alegre. Sulina, 2003.
- MOLINA, Matías M. **História dos jornais no Brasil**. Companhia das letras.
- MONGE, Petter R. **A ecologia das comunidades organizacionais: Sítios de redes sociais – 1996-2011**. São Caetano do Sul, SP. Difusão Editora, 2012. In. OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene. Redes sociais, comunicação, organizações. São Caetano do Sul, SP. Difusão Editora, 2012.
- PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo. Editora Da Boa Prosa. 2012.
- PEREIRA JR., Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2001.
- RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo?**. São Paulo. Brasiliense. 1994.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias digitais à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo. Harbra, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo. Unisinos, 2001.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

WEINBERG, David. **A nova desordem digital**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Monografias:

MENEGOTTO, Maria Antônia Nery. **Da passarela para as telas: uma análise do jornalismo de moda on-line da Elle Brasil**. Caxias do Sul, 2021.

E-books:

AGUIAR, Flávio. **Imprensa alternativa: Opinião, Movimento e em tempo**. São Paulo. Contexto, 2008. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo. Contexto, 2008. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1387>> Acesso em: 17 abr. 2022.

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. **Para entender o Jornalismo**. Belo Horizonte. Autêntica Editora, 2014. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502117358/pageid/0>> Último acesso em 02/04/2022.

CAMARGO, Cláudio. **O meio é a mensagem: a globalização da mídia.** São Paulo. Contexto, 2008. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no Brasil. São Paulo. Contexto, 2008. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1387>> Acesso em: 17 abr. 2022.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **O que veio primeiro: o jornal ou o jornalismo?.** Belo Horizonte. Autêntica Editora, 2014. In. Leal, Bruno Souza; Para entender o jornalismo. Belo Horizonte. Autêntica Editora, 2014. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582174449/pageid/125>> Acesso em: 21 abr. 2022.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. **Imprensa a serviço do progresso.** São Paulo. Contexto, 2008. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no Brasil. São Paulo. Contexto, 2008. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1387>> Acesso em: 16 abr. 2022.

LUCA, Tania Regina de. **A grande imprensa na primeira metade do século XX.** São Paulo. Contexto, 2008. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no Brasil. São Paulo. Contexto, 2008. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1387>> Acesso em: 17 abr. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** São Paulo, SP: Atlas, 2021. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026580/cfi/6/10!/4/12@0:61.3>> Acesso em: 19 jul. 2021.

MARTINS, Ana Luiza. **Imprensa em tempos de Império.** São Paulo. Contexto, 2008. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no Brasil. São Paulo. Contexto, 2008. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1387>> Acesso em: 16 abr. 2022.

MOREL, Marco. **Os primeiros passos da palavra impressa.** São Paulo. Contexto, 2008. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no

Brasil. São Paulo. Contexto, 2008. Disponível em:

<<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1387>> Acesso em: 15 abr. 2022.

RÊGO, Ana Regina. **Apresentação**. Ijuí. Unijuí, 2020. In. Rádio no Brasil: 100 anos de história em (Re) construção. RADDATZ, Vera Lucia Spacil. Ijuí. Unijuí, 2020.

Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786586074161/pageid/1>> Acesso em: 15 mai. 2022.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA. Fernanda Peixoto. **A pesquisa científica**. Porto Alegre, RS: Editora da UFRGS, 2009. In. GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). Métodos de Pesquisa. Porto Alegre, RS: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em:

<<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/52806/000728684.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 03 jun. 2022.

VILLAMÉA, Luiza. **Revolução tecnológica e reviravolta política**. São Paulo. Contexto, 2008. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no Brasil. São Paulo. Contexto, 2008. Disponível em:

<<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1387>> Acesso em: 17 abr. 2022.

Artigos e livros no meio eletrônico:

ANDRADE, Rafael Ferreira. **Globalização e jornalismo local: estudo de caso do Porto24**. Universidade do Minho. 2014. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34306/1/Rafael%20Ferreira%20Andrade.pdf>> Acesso em: 14. Mai. 2022

AROSO, Inês Mendes Moreira. **A Internet e o novo papel do jornalista**. BOCC UBI. s/a. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>> Acesso em: 21 abr.2022.

BALDANZA, Renata Francisco. **A Comunicação no Ciberespaço: Reflexões Sobre a Relação do Corpo na Interação e Sociabilidade em Espaço Virtual**. Universidade de Estado do Rio de Janeiro – UERJ. Disponível em:

<<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r1012-1.pdf>> Acesso em: 14 abr. 2022

BARBOSA, Suzana. **Os conteúdos locais no jornalismo digital**. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. BH/MG, 2003. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/112293910448957798582708707430712429653.pdf>> Acesso em: 14 mai. 2022.

BARROS, Kelen Maria Ribeiro de; CALEIRO, Maurício de Medeiros. **Jornalismo e globalização: uma análise dos novos rumos da profissão**. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ouro Preto, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/PAPERS/REGIONAIS/SUDESTE2012/resumos/R33-2047-1.pdf>> Acesso em: 14 mai. 2022.

CARDOSO, Cátia. **Jornalismo local, cultura e património: O caso de Arouca. Covilhã**. LabCom - Comunicação e Artes, 2020. In. O Pulsar da Proximidade nos Media e no Jornalismo. JERÓNIMO, Pedro; CORREIA, João Carlos. Covilhã. LabCom - Comunicação e Artes, 2020. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/202105211408-o_pulsar_da_proximidade_nos_media_e_no_jornalismo.pdf> Acesso em: 14 mai. 2022.

FUCKS, Nathália Silva Carapeços. **Desafios do jornalismo cultural no século XXI: uma análise sobre a lógica do infotimento na prática jornalística**. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville, 2018. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1057-1.pdf>> Acesso em: 19 abr. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo, SP: Atlas, 2019. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/cfi/6/10!/4/16@0:80.3>> Acesso em: 21 de jun de 2022.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. 1992. Disponível em: <<https://lelivros.love/book/baixar-livro-as-tecnologias-da-inteligencia-pierre-levy-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/>> Acesso em: 15 jun. 2021.

MACHADO, Andréia Ramos. **A Globalização e os Efeitos na Comunicação no Turismo**. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Curitiba, 2016. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0392-1.pdf>> Acesso em: 16 jun. 2022.

NORONHA, Mateus. **Mix de receita e ampliação de audiência no jornalismo local online**. Covilhã. LabCom - Comunicação e Artes, 2020. In. O Pulsar da Proximidade nos Media e no Jornalismo. JERÓNIMO, Pedro; CORREIA, João Carlos. Covilhã. LabCom - Comunicação e Artes, 2020. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/ficheiros/202105211408-o_pulsar_da_proximidade_nos_media_e_no_jornalismo.pdf> Acesso em: 14 mai. 2022.

RECUERO, Raquel, **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://raquelrecuero.com/teseraquelrecuero.pdf>> Acesso em: 15 jun. 2021.

SANTOS, Darlann Miranda dos; TEIXEIRA, Will Montenegro. **Fake News: a experiência de fatos em contexto de proliferação de informações falsas**. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belém, 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1602-1.pdf>> Acesso em: 19 abr. 2022.

Sites

Abreu, Diego. **STF derruba exigência de diploma para exercício da profissão de jornalista**. Globo, 2009. Disponível em: <<https://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL1198310-5598,00-STF+DERRUBA+EXIGENCIA+DE+DIPLOMA+PARA+EXERCICIO+DA+PROFISSAO+DE+JORNALISTA.html>> Acesso em: 11 mai. 2022.

AGUIAR, Adriana. **Instagram: saiba tudo sobre esta rede social!** Rock Content, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/3jknVt4>>. Acesso em: 9 abr. 2022.

BROGLIATTO, Filipe. **A “queridaca” agora em Caxias do Sul**. Rádio Solaris, 2021. Disponível em: <<https://radiosolaris.com.br/a-queridaca-agora-em-caxias-do-sul/>> Acesso em: 6 mai. 2022.

BROGLIATTO, Filipe. **Solaris 99.1 FM anuncia inauguração de novo estúdio em Caxias do Sul**. Rádio Solaris, 2021. Disponível em:

<<https://radiosolaris.com.br/solaris-99-1-fm-anuncia-inauguracao-de-novo-estudio-em-caxias-do-sul/>> Acesso em: 6 mai. 2022.

FIORIO, Gabriela. **35 anos contados por fatos**. Jornal O Florense, 2021.

Disponível em: <<https://www.jornaloflorense.com.br/noticia/geral/7/35-anos-contados-por-fatos/16026>> Acesso em: 7 mai. 2022.

FIORIO, Gabriela. **Mato Perso ganha rádio comunitária**. Jornal O Florense, 2022.

Disponível em: <<https://www.jornaloflorense.com.br/noticia/geral/7/mato-perso-ganha-radio-comunitaria/17403>>. Acesso em: 13 mai. 2022.

Flores da Cunha. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/flores-da-cunha.html>> Acesso em: 13 mai. 2022.

OLIVEIRA, Arize. **O que é o LinkedIn?** Conheça essa ferramenta online para

encontrar empregos. Techtudo, 2011. Disponível em: <<http://glo.bo/3DWDgcM>>

Acesso em: 9 abr. 2022

PANZENHAGEN, Igor. **Rádio Solaris 99.1 FM celebra 9 anos de história**. Rádio

Solaris, 2021. Disponível em: <<https://radiosolaris.com.br/radio-solaris-99-1fm-celebra-9-anos-de-historia/>> Acesso em: 6 mai. 2022.

PERON, Marluce. **A história da Microsoft**. TecMundo, 2009. Disponível em:

<<https://tecmundo.com.br/video-game-e-jogos/2068-a-historia-da-microsoft.htm>>

Acesso em: 9 abr. 2022.

Quem somos?. Rádio Solaris. Disponível em: <<https://radiosolaris.com.br/quem-somos/>>

Acesso em: 6 mai. 2022.

SANTOS, Pedro Henrique dos. **Uma TV em Flores da Cunha**. Jornal O Florense,

2021. Disponível em: <<https://www.jornaloflorense.com.br/noticia/geral/7/uma-tv-em-flores-da-cunha/14132>>. Acesso em: 13 mai. 2022.

Sobre a Rádio Flores FM 104.9. Rádio Flores. Disponível em:

<<http://www.radioflores.com.br/sobre>> Acesso em: 7 mai. 2022.

Sobre nós. Rádio Amizade. Disponível em:

<<https://www.amizadefm891.com.br/site/sobre>> Acesso em: 7 mai. 2022.

Vídeos

Redes Sociais. PingaFit, 2017. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=ff7l2PeDtw>> Acesso em: 15 jun. 2021.

A demonização do outro. Produção Telos Cultural. Fronteiras do Pensamento, 2017.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RsSwlHWjG9I>> Acesso em: 15 jun. 2021.

Arquivos

Brogliatto, Filipe. **História Grupo Solaris**. Relatório de Estágio realizado na Rádio Solaris 99.1. Flores da Cunha. No primeiro semestre de 2022.

**APÊNDICE A – PROJETO DE MONOGRAFIA
UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**

VALDINÉIA TOSETTO

**DESVIO DE INFORMAÇÃO EM COMENTÁRIOS DE ÓDIO
NO JORNALISMO ONLINE**

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

DESVIO DE INFORMAÇÃO EM COMENTÁRIOS DE ÓDIO
NO JORNALISMO ONLINE

Projeto de Monografia apresentado como
requisito para aprovação na disciplina de
Monografia –

Aluno: Valdinéia Tosetto

Orientador(a): Professora Doutora Maria
Luiza Cardinale Baptista.

*“Pense bem antes de dizer alguma coisa.
Palavras podem até se desfazer no ar, mas
nunca na cabeça de quem as escutou.”*

Autor desconhecido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	05
1.1 PROCESSO DE DESCOBERTA	06
2 TEMA	08
2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	08
3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	09
3.1 JORNALISMO ONLINE.....	09
3.2 DESVIO DE INFORMAÇÃO	11
3.3 COMENTÁRIOS DE ÓDIO	12
3.4 SUJEITO CONTEMPORÂNEO	12
3.5 PAUTA	13
4 JUSTIFICATIVA	15
5 QUESTÃO DE PESQUISA	17
6. OBJETIVOS	18
6.1 OBJETIVO GERAL	18
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
7 METODOLOGIA	19
8. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	21
8.1 JORNALISMO ONLINE	21
8.2 REDES SOCIAIS	26
8.3 DESVIO DE INFORMAÇÃO	27
8.4 COMENTÁRIOS DE ÓDIO	27
8.5 SUJEITO CONTEMPORÂNEO	29
8.6 PAUTA	32
9 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS	34
10 CRONOGRAMA	35
REFERÊNCIAS	36

1 INTRODUÇÃO

As tecnologias cada vez mais estão fazendo parte do nosso dia a dia. Ao longo dos anos elas foram se transformando, se aprimorando e entrando em nossas vidas. Em termos de tecnologias da comunicação, o computador é o grande destaque, inicialmente utilizado pelas empresas, com os anos foi ganhando espaço e chegando a ser um equipamento de uso pessoal. A internet também foi surgindo, e como os computadores, foi se aperfeiçoando e sendo utilizada por todos e por diversas formas.

O impacto que essas tecnologias causaram não foi só no indivíduo, mas em uma sociedade, e até mesmo no mundo em geral. Aqui vou me focar mais no impacto que ela teve no jornalismo e em seus receptores. Com a expansão que ocorreu, os meios de comunicação tiveram que se adaptar com as novas ferramentas que surgiram e seus receptores também passaram a estar quase que 24h por dia conectados.

Com essas mudanças, foi se criando uma nova cultura, seja na forma de fazer jornalismo ou até mesmo na forma que se consome o produto. A internet foi ganhando usuários e, ao mesmo tempo, entrando nas redações. Como era algo novo, não existia um modelo para se seguir e, sim, uma adaptação por parte de todos os usuários, sejam pessoas ou marcas. Essa adaptação começa a moldar uma cultura, pois, com as próprias experiências, vai se aprendendo e melhorando.

Assim jornalistas precisaram se readaptar com as novas ferramentas. Facilitou muito o trabalho, e fez com que os jornalistas pudessem produzir matérias mais completas e dinâmicas, mas ao mesmo tempo passou a exigir muito mais do profissional e em muito menos tempo. Permitiu também, através das redes sociais, que o jornalista e o leitor fica-se mais próximo um do outro.

Os usuários das redes sociais passaram a poder acompanhar as notícias, quase que em tempo real, pelos perfis dos veículos de comunicação. O mais interessante é que além de acompanhar, eles também podem interagir com o próprio veículo, com o jornalista e com um grupo de pessoas (usuários). O que nos leva a ter uma troca de ideias, percepções e opiniões. Hoje é normal que uma notícia lançada no facebook tenha vários comentários, seja para agradecer, concordar, discordar, trocar ideias, dar sua opinião, enfim, varias são as opções.

Notamos que existe certa liberdade de expressão nessas redes, porém cada vez mais percebemos a existência de comentários de ódio, ou seja, comentários que inferiorizam, ou citam ódio contra alguma pessoa ou grupo por qualquer motivo, seja pela cultura, opinião, atos, raça, gênero, religião entre outros. Hoje já existe punição para esse tipo de comentários, mas ainda assim eles são frequentemente vistos.

É preciso refletir, então, como essa multiplicação de comentários de ódio se relaciona com o Jornalismo, que implicações têm em sua prática. Quais problemas essas atitudes podem trazer ao jornalismo ou ao veículo de comunicação, e quais atitudes podem surgir a partir de então. É preciso também entender como esses comentários afetam o conteúdo jornalístico.

1.1 PROCESSO DE DESCOBERTA

Os comentários nas postagens das páginas dos veículos de comunicação do município de Flores da Cunha onde eu resido sempre me chamaram atenção, não só pela questão de troca de conhecimento, percepções diferentes, mas, sim, pelo fato de criarem um problema onde não há, muitas vezes, pela forma como as pessoas se impõem. No último ano, no entanto, algo pior prendeu minha atenção, que é o fato de ampliarem os comentários de ódio. Assim, ao mesmo tempo em que podemos expressar nossa opinião, o espaço está aberto para isso, agregarmos conhecimentos, é possível perceber que as pessoas acabam perdendo o respeito e citam xingamentos.

Foi então que comecei a questionar esses comportamentos, até porque acredito que todo mundo sabe que devemos respeitar a opinião alheira, e que uma questão como essa pode gerar penalizações. Com o passar dos dias, percebi que esses comentários também poderiam causar algum sentimento, ou alguma ideia para o jornalista que escreveu a matéria, por mais que o comentário não seja exatamente um problema de escrita, ou argumento dele mesmo, mas pode trazer alguma sensação.

A partir da ideia de que esses comentários podem trazer algo para o jornalista, surgiu também o interesse de compreender como funcionam as relações humanas, para que, assim, possamos entender o que acontece com os comentários.

Nesse sentido, a pesquisa está sendo realizada envolvendo aspectos teóricos e de campo. Em termos teóricos, estão sendo buscados textos nas seguintes

temáticas: Jornalismo online, redes sociais, desvio de informação, comentários de ódio, sujeito contemporâneo e pauta.

A pesquisa está sendo desenvolvida através da estratégia metodológica da Cartografia dos Saberes (BAPTISTA, 2014), qualitativa e plurimetodológica.

3 TEMA

Comentários de ódio no jornalismo online.

2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Desvio de informação nos comentários de ódio no jornalismo online. Reflexões sobre sujeito contemporâneo e considerações para novas pautas.

3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Quem possui conta nas redes sociais e está ativo, se depara constantemente com postagem dos meios de comunicações, divulgando notícias. Essa nova tecnologia permite que seus usuários, possam fazer uma troca de ideia ou, até mesmo, deixar alguma sugestão. Percebe-se que existe um grande aumento de xingamentos e ódio se disseminando nos comentários das publicações. Esses xingamentos vão de encontro ao próprio jornalista que escreveu ou ao meio de comunicação ou ainda as pessoas que são citadas na notícia.

O desrespeito está se tornando frequente. As pessoas parecem que perderam o medo de falar as coisas por estarem “escondidas” atrás de uma tela de computador. Essas ofensas as vezes são feitas através de um perfil fake, mas muitas vezes é feito pelo próprio perfil, o que a torna visível para todo o grupo que interage naquele espaço.

Por que as pessoas estão se comportando desse modo? A situação é grave já que em uma sociedade plural democrática, é fundamental o respeito ao outro. O individuo pode até não concordar, mas também não deve usar ofensas. Esses tipos de interações estão constantemente acontecendo, mas por quê? O que esse tipo de comportamento inadequado pode causar no jornalista?

3.1 JORNALISMO ONLINE

Com a evolução que as tecnologias foram sofrendo, elas acabaram entrando na vida da sociedade. Como muitas coisas tiveram que mudar e se adaptar a ela, não foi diferente com o jornalismo.

“A cibercultura e o ciberespaço transformaram substancialmente o jornalismo, afetando suas rotinas de produção e consumo. A democratização do acesso a tecnologias digitais e a formação da cultura da participação e das comunidades virtuais impulsionaram o jornalismo a criar suas próprias práticas de colaboração e a inserir o seu público no processo de produção da notícia.” (FORECHI, FLORES, MELO, 2019, p. 203)

Assim essas mudanças foram facilitando a vida do jornalista. “A partir dos anos 2000, começou uma nova fase, caracterizada pelo uso de recursos multimídia, como vídeos, áudios, infográficos e animações, graças ao desenvolvimento das tecnologias” (FORECHI, FLORES, MELO, 2019, p. 203). Hoje é possível que um

celular do tamanho de uma mão e que cabe num bolso possa fazer uma foto de ótima qualidade, sem que o jornalista precise daquelas câmeras Nikon ou Canon que ocupam um grande espaço. Sem contar que com um celular, o jornalista, ainda pode fazer vídeos, escrever matérias e posta-las em seus portais.

Ao mesmo tempo que a tecnologia chegou para ajudar o jornalista, ela passou a exigir muito mais do profissional, pois as equipes foram sendo reduzidas e um jornalista precisa saber fazer tudo. O que antes era texto e fotos, no caso dos jornais, com a mudança para o chamado jornalismo online, o mesmo profissional precisa produzir muito mais coisas, e ser mais dinâmico. Por exemplo, hoje uma matéria pode ter quantas fotos quiser, pode conter vídeos, áudios, gráfico em movimento além dos hiperlinks, na qual alguma palavra, ou até informação leva o leitor para outra página, mas esse novo formato acaba fazendo com que o leitor acabe se perdendo em sua leitura.

[..]nos perdemos muito mais facilmente em um hipertexto do que em uma enciclopédia. A referência espacial e sensoriomotora que atua quando seguramos um volume mas mãos não mais corre diante da tela, onde somente temos acesso direto a uma pequena superfície vinda de outro espaço, como que suspensa entre dois mundos, sobre a qual é difícil de projetar-se (LEVY, 1992, p. 22).

O jornalista de hoje tem muito mais trabalho e muito menos tempo para produzir, tudo ocorre de forma muito rápida. Após um fato ocorrer é questão de minutos para que a notícia já esteja circulando nos portais e nas redes sociais dos veículos de comunicação. Às vezes até mesmo um cidadão comum passou pelo local, registrou algumas fotos ou vídeo e já está divulgando em suas redes sociais. Muitas vezes, os cidadãos também podem registrar e mandar para os meios de comunicação, mas em sua grande maioria os registros vão direto para sua própria rede social. A questão que quero chegar é que tudo ocorre muito rápido, e o jornalista precisa ser ágil e cuidadoso para não divulgar nada errado. “O jornalismo vive uma crise de confiança e de identidade devido, entre outras coisas, a mudanças significativas nas estruturas de produção da notícia, decorrentes da tecnologia e da internet.” (FORECHI, FLORES, MELO, 2019, p. 203).

Hoje os receptores pedem essa rapidez, podemos notar isso pela quantidade de interação que ocorre ao divulgar algo que recém aconteceu. Pois os usuários das redes sociais acabam curtindo, comentando, e compartilhando com amigos.

Vivemos em um mundo em que queremos saber de tudo quase que no momento que está acontecendo. Estamos ainda em fase de aprendizados, porque ainda existe uma dificuldade de interação por parte de ambos os lados (jornalistas e receptores). Os jornalistas dedicam tempo para olhar os comentários? Bom até pode dar uma olhada mas ele consegue tirar algo produtivo, e aprimorar seu aprendizado? E os receptores estão usando o espaço para algo construtivo? Quais as dificuldades para fazer com que o leitor abra as notícias para ler? Por que nem sempre ele as lê?

3.2 DESVIO DE INFORMAÇÃO

Desvio de informação ocorre quando estamos falando de A e alguém puxa um assunto B. Esse novo assunto que chamo B muda todo o assunto a ser discutido. Isso gera o que chamamos de desvio de informação.

Desvio de informação é algo natural e comum de acontecer no nosso dia a dia. Segundo Lévy (1992) “[..] as mensagens e seus significados se alteram ao deslocarem-se de um ator a outro na rede, e de um momento a outro do processo de comunicação”. Por isso que o desvio de informação é o mais comum de se encontrar nos comentários das postagens dos veículos de comunicação. Normalmente lemos a chamada da notícia, às vezes abrimos a notícia para ler, e às vezes não. Independente se chegamos abrir ou não, notamos que o conteúdo que está sendo retratado às vezes não é o mesmo que está sendo discutido pelas pessoas nos comentários. Lévy (1992) explica que alguma palavra lida ativa no leitor redes de conceitos, de modelos, de sensações e de lembranças. Às vezes a notícia pode estar falando de uma idosa que morreu por Covid, a notícia é a morte mas as pessoas estão debatendo entre elas se a mulher que faleceu deveria ser chamada de idosa ou não. Por que as pessoas focam no quesito se deve ou não ser considerada idosa e não estão discutindo que a doença é grave e está levando muitas pessoas? Por que não se preocupam com os números de mortos aumentando? Por que não percebem a gravidade do vírus?

3.3 COMENTÁRIOS DE ÓDIO

Os comentários nas redes sociais começaram a fazer parte do dia a dia das pessoas. Hoje a maioria vê algo e já quer sair comentando, contribuindo com seus conhecimentos, dar sua opinião. Enfim são os inúmeros motivos que levam uma pessoa a fazer um comentário em uma postagem.

Os comentários no geral vêm para somar e agregar conhecimento tanto para o que dá sua opinião quanto para o que recebe. Entre tanto esses comentários de ódio podem servir para ajudar o próprio jornalista. O problema nisso tudo é que às vezes essa ferramenta não está sendo usada de uma forma amigável. “O discurso de ódio sempre existiu, mas se atualizou com a nova máquina de comunicação e o contexto político contemporâneo local e global.” (PIGNATON, REIS, 2018, p. 6). Atualmente percebemos que os comentários de opinião, expressando a raiva e o ódio, estão muito presentes, lemos diversos xingamentos para diversos assuntos. Porque isso está acontecendo? Não é mais simples falar a crítica, de uma forma mais amigável?

O problema é que esses comentários acabam criando muitos outros problemas e as pessoas não estão se dando conta. O que um comentário de ódio pode causar para o outro? Quais são os problemas que ele traz para o indivíduo? Seja o próprio jornalista, o leitor ou pessoas envolvidas nas notícias. “Seus efeitos atingem a dignidade de um grupo, não só de um indivíduo que dele faça parte” (SILVA, NICHEL, MARTINS, BORCHARDT, 2011, p.6)

3.4 SUJEITO CONTEMPORÂNEO

O sujeito contemporâneo foi se transformando ao longo dos anos. Ao mesmo tempo em que a tecnologia foi evoluindo, as pessoas também foram, precisaram se renovar e se adaptar à nova realidade. Assim, aos poucos, foram criando uma nova cultura. Com o passar do tempo, parece que o sujeito esqueceu de toda a educação que aprendeu durante seu crescimento. Desde jovem as pessoas aprendem que é preciso cuidar com o uso das palavras, da forma como se expressão, do cuidado com o outro. Aprendem desde cedo um manual de boas maneiras, ou seja, a forma de como devemos nos portar na mesa, em uma reunião, no casamento ou até mesmo a questão de cumprimentar o outro (MINICUCCI, 2019). Com a chegada da

internet e as redes sociais, as pessoas começaram a esquecer de tudo que aprenderam em relação ao respeito ao outro. Hoje elas vivem uma realidade falsa porque querem mostrar através da internet que são melhores que as outras, sentem a necessidade de serem notadas porque se não são notadas é como se não existissem (CORTELLA, 2017). Hoje o sujeito contemporâneo precisa comentar tudo o que vê, seja para apoiar alguém, ou discordar.

O sujeito contemporâneo criou muito mais coragem para falar tudo o que pensa atrás de uma tela, seja de computador ou de celular. Hoje muitos não pensam antes de comentar, e nem se preocupam com o que pode causar no outro. Eles simplesmente esqueceram que nós somos todos iguais de uma certa forma.

3.5 PAUTAS

Pensar no termo pauta é um pouco complexo pois tem toda a questão de como construir uma pauta ou o por que esse tema pode ser pauta. “A notícia pode estar no ambiente onde se passou determinada história. A notícia pode estar no silêncio de uma pessoa entrevistada. A notícia pode estar no nervosismo de alguém” (NOBLAT, 2008, s/p).

No início parece difícil, mas no momento que você entende o fluxo tudo fica muito mais fácil, simples e óbvio. Às vezes as pautas sobem, às vezes caem, é difícil de saber, o momento é que pede o que vai acontecer e alguém vai precisar fazer essas escolhas. Principalmente numa época como a nossa, em que chegam informações a todo o momento, somos bombardeados de notícias a toda hora, o que dificulta as escolhas.

Então o que é pauta? Podemos dizer que pauta é a escolha dos assuntos a serem abordados, quais fontes serão entrevistadas, enfim são as orientações que os jornalistas recebem para elaborar as notícias (wikipedia).

Com o tempo e a experiência, as coisas se tornam mais fáceis, porém também nos cegam. Por que nos cegam? Isso é fácil de responder, acabamos nos acostumando com o fluxo, com a rotina e às vezes o que para nós pode ser óbvio para outro não é, o que para mim é normal para outros não, a gente se acostuma e não vemos mais o que poderia ser pensado de diferente. “Notícia é como Deus para os que nele acreditam: está presente em toda parte e ao mesmo tempo. O problema é que os repórteres não saem mais da redação à procura de notícias” (NOBLAT,

2008, s/p). Por isso é importante existir reunião de pauta, debater com outras pessoas, ouvir outras opiniões e abrir a mente.

Será que o novo modelo jornalístico, chamado de webjornalismo pode colaborar com as elaborações de pauta, já que existe o espaço aberto para interações? Como ele pode ser útil? Como os veículos fazem uso dessa ferramenta?

São alguns dos questionamentos que vem se passando pela cabeça, pois com toda tecnologia que temos hoje, precisamos conseguir utiliza-la ao nosso favor de alguma forma, mas como?

4 JUSTIFICATIVA

O assunto abordado nesta pesquisa é importante para a sociedade em geral, porque estamos vivendo uma época em que existe muita disseminação de ódio na internet. Temos muita divulgação de notícias relacionadas ao ódio, mas além disso, temos também muitas pessoas contaminadas por ele, que odeiam tudo. Cada coisa que alguém posta sempre tem alguém para dar sua opinião, mas nem sempre de uma forma educada, partem para ofensas e xingamentos sem o mínimo de consideração com a opinião do outro.

Os comentários que vêm surgindo nas redes sociais não são só para debater e discutir, onde existe um dialogo saudável e de crescimento. Ele está deixando de ser discussão de conteúdo e indo para o discurso de ódio mesmo, menosprezando e atacando pessoas ou empresas.

Por isso, os meios de comunicação precisam se preocupar. Esse comportamento não agrega em nada e ainda coloca seus leitores um contra o outro. Além de muitas vezes acabar levando o leitor contra a própria empresa, ou contra o profissional de jornalismo ou até mesmo contra suas fontes, pessoas envolvidas na notícia.

Hoje vivemos em um momento em que os jornalistas e os veículos de comunicação são atacados a todos os momentos. Por isso devemos ter cuidado redobrado ao elaborar as pautas e cuidados com o uso das palavras, para minimizar a possível distorção do assunto em que leve pessoas a interpretar de outras formas e levando seus leitores a terem esse comportamento.

Os leitores também precisam refletir um pouco mais antes de fazer algum comentário. O leitor precisa ser um pouco mais amoroso, compreensível e respeitoso, ele pode dar sua opinião, mas então que o faça de uma forma educada, sem essa agressividade que vêm tendo nos últimos tempos.

Precisamos de uma sociedade mais amorosa e mais respeitosa, para que todos possam aprender uns com os outros e fazer sempre o melhor. Esse comportamento ofensivo pode muitas vezes gerar problemas psicológicos para as pessoas envolvidas. Muitas das vezes o comentário pode ser sem fundamento, mas só pelo fato dele ser ofensivo acaba prejudicando a saúde mental de quem está sendo ofendido.

No meio de tudo de toda essa confusão o jornalista precisa estar atento, e usar isso a seu favor. As vezes é possível encontrar nessas interações uma nova pauta em que nem havíamos pensado. Até mesmo pode surgir outros tipos de abordagem para o mesmo assunto. O jornalista mais do que nunca precisa filtrar tudo o que vê, lê e ouve ao seu favor.

5 QUESTÃO DE PESQUISA

Quais os indicadores de desvio de informação nos comentários de ódio no jornalismo online? Qual a relação desses indicadores com o sujeito contemporâneo e as possibilidades para novas pautas?

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o desvio de informação em comentários de ódio no jornalismo online, a partir de reflexões sobre o sujeito contemporâneo, considerando a possibilidade de novas pautas.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar o desvio de informação em comentários online
- Identificar comentários de ódio no jornalismo online
- Caracterizar sujeito contemporâneo
- Discutir a possibilidade de discutir novas pautas, a partir dos comentários de ódio

7 METODOLOGIA

A pesquisa é uma costura do saberes da faculdade, mas ela também é do saberes da vida toda, do que nós já sabíamos e o que a faculdade nos ensinou. Por isso para desenvolver esse trabalho foi usado a estratégia da “Cartografia dos Saberes” como a autora Maria Luiza Cardinale Baptista chama. A cartografia é como se fosse um mapeamento mutante. A Cartografia é formada por quatro trilhas, poderíamos dizer que são quatro tipos de conhecimentos. Essas trilhas são simultâneas, ou seja, elas são construídas ao mesmo tempo.

A primeira trilha se chama Trilha dos Saberes Pessoais, como o próprio nome diz, é o conhecimento pessoal. Segundo Baptista (2014) “[...] para começar a pesquisar, o investigador deve procurar refletir sobre o que sabe sobre o assunto. Precisa refletir e fazer vir à tona, à consciência”. Precisamos então em primeiro lugar entender o que já sabemos sobre o assunto a ser discutido. Nessa trilha não se busca autores mas sim o conhecimento que adquirimos durante nossa trajetória como um todo. Nessa trilha não precisamos nos preocupar com nada e nem nos julgarmos, pois vamos escrever algo sem referencial teórico. Essa trilha é como se fosse o diário da pesquisa, com resgate de lembranças e percepções pessoais no dia a dia da pesquisa.

A segunda trilha é a do Saberes Teóricos. Baptista (2014) explica que “Para cada subtemática expressa nas palavras-chave, o pesquisador deve ter referências bibliográficas que direcionem o trabalho teórico”. Essa é a etapa em que buscamos teorias e autores sobre o assunto abordado. Primeiramente separamos os autores que já conhecemos e que abordam as temáticas que serão discutidas. A partir de então começa as leituras, ao mesmo tempo em que elas vão sendo feitas aproveitamos para criar um arquivo com o resumo do texto lido. Depois deixamos um comentário explicando porque esse texto serve para a pesquisa que está sendo feita e depois é feito um garimpo com as citações e número da página.

A terceira trilha é a Usina de produção, é a prática, prática da pesquisa. “... envolve a criação de situações para que o pesquisador viva a pesquisa. Na perspectiva de um objeto paixão-pesquisa, não é possível decidir se essa paixão é válida, se faz sentido, se vai dar certo, se não houver uma vivência compartilhada” (BAPTISTA, 2014). Nessa etapa foi acompanhada as postagens dos veículos de comunicação da cidade de Flores da Cunha e ao mesmo tempo foi sendo observado

o comportamento e as interações que os leitores estavam tendo nos comentários. A partir de então foi se criando um arquivo com data, nome e link das postagens e ao mesmo tempo sendo salvo os prints das telas dos comentários de ódio.

A quarta e última trilha é a Dimensão Intuitiva da Pesquisa, que seriam os pensamentos picados. “A pesquisa, o conhecimento não se produz apenas na consciência, nas instâncias do pensamento racional. Quando alguém investiga, esse sujeito investe-se em direção ao objeto paixão-pesquisa e isso significa que o sujeito todo pesquisa e vibra com a investig[ação]” (BAPTISTA, 2014). Ao decorrer dos dias e com as leituras sendo realizadas, nosso cérebro vai ligando a pesquisa com algum pensamento, alguma discussão, algum fato, notícias, enfim, ele pode fazer várias ligações. Esses fragmentos de ideias e conteúdos devem ser arquivados, pois de alguma forma ou outra ele poderá auxiliar no desenvolvimento da pesquisa.

Depois de realizar todas essas trilhas é a hora de começar a costurar elas em um conteúdo só. Cada um dos passos vai completando o outro, e dará o resultado final.

8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste item serão apresentados diversos autores que falam sobre o jornalismo online, redes sociais, desvio de informação, comentários de ódio, sujeito contemporâneo e pautas. Todos eles são necessários para que possamos compreender o que está acontecendo nos dias de hoje. Muitos deles acabam discutindo mais que um tema ao mesmo tempo, até porque é difícil falar de algo específico sem entrar em outro termo. Um assunto está ligado ao outro e, para que possamos compreender o que ocorre é necessário que seja introduzido outros assuntos. A baixo você encontra os autores que falam sobre cada um dos temas.

8.1 JORNALISMO ONLINE

Sobre o jornalismo online um dos autores fundamentais é Pierre Lévy. Esse autor no texto “As tecnologias da inteligência” traz algumas contribuições interessantes. Pierre Lévy (1992) questiona se a transmissão de informação seria a primeira função da comunicação, o autor acredita que de certa forma sim porque o ato de comunicar define o sentido das mensagens trocadas. A toda hora chegam novos comentários às publicações, algumas vezes até novas percepções que podem mudar o sentido que havíamos imaginado. As mensagens podem alterar o foco do assunto de um ator para outro. Isso porque quando ouvimos uma palavra, ela pode nos trazer várias memórias e percepções sobre o assunto, que podem mudar de ator para ator, pois cada um tem uma visão e opinião sobre o assunto.

Lévy (1992) lembra que o primeiro computador, chamado Eniac, que surgiu nos anos 40 pesava algumas toneladas e precisava de um andar inteiro de um prédio. E a sua programação não era nada fácil, para conseguir programá-lo era preciso conectar por meios de cabos, os circuitos, em um painel parecido com os padrões telefônicos. Já nos anos 50 os computadores eram programados com instruções em código binário através de cartões e fitas que eram perfuradas. Mas com o surgimento de novas linguagens o código binário passou a ser o núcleo de sombra do computador, assim as trocas com o mundo exterior começou a ser feita através de uma nova forma de programação.

Segundo Lévy (1992, p.70), “O conteúdo atual dos bancos de dados provavelmente nunca será relido ou reinterpretado o como foram os textos dos

séculos passados”, essa fala dele está certa porque muitas vezes olhamos textos, notícias no nosso próprio facebook, e que depois queremos encontrá-la, mas cadê?

Neste livro, Lévy também explica as seis características do hipertexto, sendo elas: Princípio de metamorfose, Princípio de heterogeneidade, Princípio de multiplicidade e de encaixe das escolas, Princípio de exterioridade, Princípio de topologia e Princípio de mobilidade dos centros.

O livro tecnologias da inteligência é importante para poder compreender um pouco mais sobre o fluxo de comentários e suas percepções. Ele utiliza um exemplo muito claro do que ocorre nas cabeças das pessoas, que quando estão falando de A, de repente do nada muda para B, e alguém chega e muda para D. Esses tipos de comentários são muito comuns ocorrer e esse texto trás de forma clara como funciona essas mudanças repentinas e que acabam muitas vezes desviando dos assuntos falados. O texto também é importante para poder compreender primeiramente o surgimento dos computadores, afinal como vamos falar de internet e interações se não compreendemos como a tecnologia surgiu e como ela foi evoluindo para estar onde está hoje. Além disso, outro ponto importante que ele traz é a comparação que ele faz do impresso para o online.

Outro livro importante de destacar do autor Pierre Lévy é o “Cibercultura” que conta um pouco sobre a ideia de como foi surgindo as tecnologias, primeiramente os computadores eram algo grande, surgiram em 1945 na Inglaterra e nos estados Unidos. Segundo Lévy (1999) os primeiros computadores eram tipo calculadoras capazes de armazenar programas. Por muito tempo eram utilizados por militares para cálculos científicos. Ninguém naquela época a não ser alguns visionários poderiam prever um movimento virtual da informação e comunicação que afetaria profundamente a vida social.

Segundo Lévy (1999) os anos 1970 talvez tenham sido o período fundamental, quando houve um desenvolvimento e comercialização de microprocessadores, surgimento da robótica e máquinas industriais. Assim, aos poucos os aparelhos eletrônicos, computadores foram tomando espaço. Porém o grande movimento social, como Lévy chama, nasceu na Califórnia quando inventaram o computador pessoal, que aos poucos foi deixando de ser exclusivo de processamento de dados das empresas para se tornar um instrumento de muitas criações, seja, textos, imagens, planilhas, jogos.

Já no início dos anos de 1980, segundo Lévy (1999), a informática foi perdendo pouco a pouco a sua forma técnica no setor industrial, nesta época ela começa a se misturar com as telecomunicações, editoração, cinema e televisão. Mas foi mais para o fim dos anos 80 e começo dos anos 90 que houve um novo movimento sócio cultural, criado por jovens profissionais das grandes metrópoles e campos americanos que fez com que rapidamente tomasse uma dimensão mundial. Começou a crescer o número de pessoas e computadores ligados a interrede, os computadores pessoais. Segundo ainda Levy as tecnologias fizeram do ciberespaço um novo espaço de comunicação, sociabilidade, organização e um novo mercado da informação e do conhecimento. Para melhorar cada vez mais, começou a evolução técnica, houve mutações técnicas e sociais, melhorou velocidades, memórias, transmissão, sem contar a baixa nos preços.

Além de abordar os avanços, o autor, ainda faz uma comparação com a tecnologia e a sociedade, comparando com projétil. Comenta sobre a inteligência, que segundo ele o crescimento do ciberespaço não determina o desenvolvimento da inteligência, porém oferece a esta inteligência um ambiente propício. Com isso vemos surgir as redes digitais interativas com diversas formas novas de interação.

Neste mesmo livro, o autor também foca na palavra muito utilizada na atualidade, acredito que por muitas pessoas, que é o virtual. Lévy (1999) diz que essa palavra muitas vezes é empregada para significar a irrealidade, mas para o autor o virtual existe sem estar presente.

Segundo Lévy (1999) a palavra “ciberespaço” foi criada por William Gibson em 1984. Lévy define o ciberespaço como espaço de comunicação aberto, porque há uma interconexão mundial de computadores. Ou seja, o ciberespaço está ligado ao gênero virtual.

O autor ainda destaca três princípios que orientam orientaram o crescimento inicial do ciberespaço: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva.

As comunidades virtuais são construídas em cima de afinidades, e “as relações online não excluem as emoções fortes”. A responsabilidade individual do usuário, sua opinião ou julgamento não desaparecem no ciberespaço.

A inteligência coletiva é quando as pessoas contribuem com seus os saberes, suas as imaginações, ou também com suas energias espirituais.

Lévy (1999) diz que o movimento social e cultural que ocorre com o ciberespaço, é um movimento potente e cada vez mais rigoroso. O ciberespaço permitiu a utilização de vários outros recursos em suas páginas, como o caso do jornalismo, que no impresso sempre houve um padrão de texto e imagem, mas com a chegada dele, a notícia publicada neste espaço pode contar além de texto e imagens, hiperlink, vídeos e áudios.

O livro cibercultura é extremamente importante para a construção deste trabalho, pois aborda a trajetória da evolução das tecnologias, dos computadores pessoais. Para podermos discutir sobre nossa atualidade precisamos compreender como as coisas foram acontecendo, uma pequena base, e os as formas com que a sociedade foi se moldando ao longo do tempo. o autor aborda palavras chaves para o entendimento das evoluções, não temos como falar de internet sem citar o ciberespaço e o virtual, pois os dois estão ligados com a internet.

Para falar desse chamado jornalismo online, também tem o livro Jornalismo Digital e Cibercultura, das autoras Marcilene Forechi, Natália Martins Flores e Camila Olivia de Melo (2019), que abordam o jornalismo online e as redes sociais, pois hoje elas (as redes sociais) estão muito presente nesse tipo de jornalismo. As relações da sociedade atual estão ligadas nas interações tecnológicas. As autoras abordam também a ampliação da possibilidade de produção, a qualidade das redações, as tecnologias presentes. As redes sociais começaram a fazer parte do sistema de circulação do jornalismo. “A cibercultura e o ciberespaço transformaram substancialmente o jornalismo, afetando suas rotinas de produção e consumo” (FORECHI, FLORES, MELO, 2019, p. 50). Com a popularização do acesso a tecnologia digital e a formação de uma cultura da participação, bem como o surgimento das comunidades virtuais, impulsionou o jornalismo a criar suas próprias práticas de colaboração e a inserir seu público no processo de produção das notícias. Assim os meios de comunicação aproximam-se de um público mais participativo que compartilham conteúdo em rede.

Esse formato de jornalismo possibilita que os veículos de comunicação e o jornalista recebam pistas dos conteúdos mais populares, e ainda podem ajuda-los a produzir novos conteúdos. Segundo as autoras boa parte das mensagens postas nas redes sociais digitais tem conteúdo jornalístico, e essas mensagens disputam a atenção do público. As autoras relembram que as notícias produzidas pelos, jornais, revistas e televisão são postadas em seus sites e redes sociais, onde os conteúdos

serão compartilhados por outras pessoas. Esse compartilhamento é chamado de recirculação dos conteúdos que é o processo de participação do público na circulação e consumo das notícias.

Segundo as autoras o jornalismo está vivendo uma crise de confiança e identidade por causa das mudanças nas estruturas da produção da notícia. “No jornalismo digital, ainda que os jornalistas continuem a produzir, as mudanças nas rotinas produtivas da notícia e na circulação das informações alteraram as competências exigidas do jornalista[...]”(FORECHI, FLORES, MELO, 2019, p. 203). E ao mesmo tempo ainda permitem a participação do leitor. O jornalismo online tem evoluído muito nas questões técnicas e ao uso das ferramentas. A partir dos anos 2000 o jornalismo começou uma nova fase, passou a utilizar recursos multimídia (áudio, vídeos, infográficos, entre outros). Hoje a palavra algoritmo passou a ser bem conhecida e o jornalismo também está fazendo uso.

O livro *Jornalismo Digital e Cibercultura* é importante porque ele aborda o modelo de circulação que o conteúdo jornalístico tem nos dias de hoje. O texto também explica as novas formas de interações que o leitor tem hoje com o conteúdo, ou seja, qual o comportamento que está sendo utilizado hoje. A pesquisa precisa entender quais foram as mudanças que ocorreram durante esses últimos anos, a prática, a cultura, o comportamento, para assim poder compreender como o jornalismo tem evoluído nos últimos anos.

8.2 REDE SOCIAIS

Sobre redes sociais é extremamente importante destacar a autora Raquel Recuero, com seu texto chamado “Redes Sociais na Internet”. Nesse texto a autora explica que o surgimento da internet fez com que trouxesse diversas mudanças para nós, entre elas, trouxe a possibilidade de expressão e sociabilização de comunicação através de ferramentas que são mediadas pelo computador. Para estudar as redes sociais na internet precisamos entender como as estruturas sociais surgem, qual o tipo, como as interações geram o fluxo de informação e as trocas sociais. Precisamos entender alguns elementos característicos.

Os atores, como Raquel Recuero (2009) chama, são pessoas que possuem uma conta no facebook e faz interações com outras pessoas pela plataforma da rede social, esses atores moldam as estruturas sociais, não necessariamente é uma

pessoa, pode ser um grupo de autores que cuidam de uma página, mais conhecidas com *fã page*, nesse caso pode ser a *fã page* de um jornal, onde mais que um jornalista utiliza para publicar as notícias. Só é possível interagir no facebook com um perfil, um sistema que necessita de login e senha, que automaticamente é vinculado ao ator (dono da conta), muitos preferem criar perfis falsos para fazer interações para que não sejam reconhecidos pelos outros atores.

As interações feitas através do facebook, ou qualquer outra ferramenta de site ou blog deixam rastros e permanecem na página até que alguém apague ou o site saia do ar. As interações que ocorrem na rede social podem ser síncrona, quando assíncronas. Na interação síncrona há interação em tempo real, como exemplo o WhatsApp, que na maioria das vezes as pessoas nos respondem rapidamente, já a assíncrona é possível ver depois a mensagem e tem a possibilidade de interagir ainda, ou seja, de responder depois porque tudo fica gravado, como os casos dos comentários em youtube ou blog, onde os autores do conteúdo podem não estar online.

O texto “Redes Sociais na Internet” da autora Raquel Recuero ajuda a compreender um pouco mais sobre as interações que ocorre dentro de uma página na internet, no caso deste trabalho ela ajuda a compreender como funciona a interação em comentários dentro das postagens dos veículos de comunicação no facebook. Raquel também ajuda a compreender um pouco mais sobre a possibilidade que existe hoje em ter interações síncronas e assíncronas dentro da internet, que está cada vez mais presente no dia a dia de todos que utilizam internet e redes sociais.

8.3 DESVIO DE INFORMAÇÃO

Para entendermos como ocorrem os desvios de informação nos comentários de uma notícia publicada por um veículo de comunicação precisamos usar o livro “As tecnologias da inteligência” do autor Pierre Lévy (1992). Segundo o teórico A toda hora chegam novos comentários às publicações, algumas vezes até novas percepções que podem mudar o sentido que havíamos imaginado. As mensagens podem alterar o foco do assunto de um ator para outro. Isso porque quando ouvimos uma palavra, ela pode nos trazer várias memórias e percepções sobre o assunto,

que podem mudar de ator para ator, pois cada um tem uma visão e opinião sobre o assunto.

A fala de Levy (1992) é extremamente importante para entendermos como que mudado a discussão do comentário. Pois muitas vezes a matéria está falando de um assunto e aí quando reparamos os comentários estão discutindo algo totalmente diferente do foco da matéria.

8.4 COMENTÁRIOS DE ÓDIO

Para falar sobre comentários de ódio e entender um pouco mais sobre o tamanho do problema que ele gera, encontrei três artigos. O primeiro deles é “Jornalismo e discurso de ódio nas redes sociais” de autoria de Caroline De Marchi Pignaton e Ruth de Cássia dos Reis, o texto diz que hoje temos uma explosão de comentários de ódio. As autoras dizem que as redes são um elemento forte para permitir que mostre uma série de questões presentes do nosso cotidiano. Para elas isso traz consequências positivas e negativas. A internet vem transformando e inovando o jornalismo. O texto lembra que qualquer pessoa pode se tornar um ator da rede, esses atores podem ocupar o lugar que antes era só ocupado pela comunicação. A explosão do modelo de comentário de ódio faz surgir uma voz que antes eram silenciadas, isso trouxe pontos positivos como o caso das conexões e das solidariedades, mas ao mesmo tempo trouxe consequências negativas, pois trouxe manifestações preconceituosas e violentas. As redes sociais impactam o jornalismo não só porque a informação ganhou mais velocidade, mas também pelo fato de que as vozes ganharam espaço, muitas das coisas que passariam despercebidas no modelo boca a boca com a internet começam a chamar a atenção, a serem percebidas. Parece que a intolerância tomou conta dos dias atuais. Os comentários de ódio segundo o texto sempre existiu mas se atualizou com as novas ferramentas, hoje esses comentários ganham em questão de segundo uma dimensão pública enorme e ainda pode ganhar fortalecimento com os vínculos pessoais, com pessoas que pensam da mesma forma que ajudam a por lenha na fogueira e deixam suas curtidas. As autoras ainda lembram que essa comunicação violenta e a intolerância andam tomando conta das redes sociais nos últimos anos, fazendo assim com que os direitos à liberdade de expressão fique em debate. Esse artigo nos ajuda a perceber que comentários de ódio sempre existiram, mas essa

voz era silenciada, esse tipo de ação passava despercebido pelo boca a boca como a autora diz. Ele também nos faz pensar no tamanho da dimensão que hoje esses comentários ganham devido a internet e as interações que ela existe.

O artigo “O discurso de ódio no jornalismo online: análise de comentários nas redes sociais”, de autoria de Cláuberson Correa Carvalho e Adriano Silva Soares, reforça as leituras já feitas para a elaboração deste trabalho, como a da autora Raquel Recuero com a questão das redes sociais e o autor Pierre Lévy com sua explicação das memórias. Os autores desse artigo também trazem um breve resumo sobre a ajuda que os jornalistas têm com as ferramentas digitais, as facilidades em entender quais são os assuntos que mais dão audiência. Por fim os autores fazem uma análise sobre os comentários de ódio que foram encontrados no portal Imirante, mostrando assim que esse tipo de comportamento não se dá apenas em figuras políticas, homossexuais ou negros, até famosos são vítimas desses comentários. Esse artigo é importante pelo fato de abrir um pouco mais a mente em relação aos vários tipos de comentários de ódio que ocorrem nas postagem dos veículos de comunicação. Ele também ajuda como base para poder analisar nessa pesquisa os comentários de ódios que ocorrem pelo facebook.

Para falar sobre comentários de ódio é valido destacar o artigo “Discursos de Ódio em Redes Sociais: Jurisprudência Brasileira” de autoria de Rosane Leal da Silva, Andressa Nichel, Anna Clara Lehmann Martins e Carlise Kolbe Borchardt. Segundo o texto, o discurso de ódio é composto por dois elementos que são eles: a discriminação e a externalidade. A manifestação pode ser observada da seguinte forma superior que é o emissor e inferior que é o atingido. O autor ainda lembra que esses discursos afetam muitas vezes um grupo e não só um individuo, porque cada individuo faz parte de um grupo, no mundo existe pessoas que pensam igual a ele, não todos, mas existem também outras pessoas que podem ser atacadas junto. “Seus efeitos atingem a dignidade de um grupo, não só de um indivíduo que dele faça parte” (SILVA, NICHEL, MARTINS, BORCHARDT, p. 6, 2011).

O artigo é importante porque ele trás o viés de que muitas vezes os comentários atacam uma pessoa, mas na verdade ele pode estar atacando muitas outras. Ele trás um pensamento um pouco mais amplo que os outros autores e serve de reflexão do tamanho do prejuízo que esses comentários causam quando pensando que ele atinge um grupo maior.

8.5 SUJEITO CONTEMPORÂNEO

Para entender um pouco mais o sujeito contemporâneo nada melhor que trazer os autores Edgar Morin e Mario Sergio Cortella. A teoria, de ambos os autores, foi tirada de vídeos, disponibilizado pela plataforma do Youtube. Vale destacar também o livro “Comunicação: trama de desejos e espelhos” da autora Maria Luiza Cardinale Baptista

O autor, Edgar Morin, tem quatro pequenos vídeos chamados, “A demonização do outro”, “A complexidade do eu”, “Unidade e Diversidade” e “Lições sobre a existência”. Para Morin, no vídeo “A demonização do outro”, nós somos iguais e diferentes dos outros, diferentes pela sua cultura, sua vivência, mas igual nos sentimentos, como: sofrer, amar, rir, chorar. Nós temos uma dificuldade para compreender o estrangeiro como Edgar diz, por ter costumes e culturas diferentes da nossa, e às vezes esse estrangeiro é uma pessoa próxima a nós, nosso cônjuge, filho ou até mesmo nossos pais. O autor ainda explica que essa incompreensão ocorre porque não somos educados para conhecer nós mesmos.

Já no vídeo “A complexidade do eu”, Edgar explica a complexidade com três aspectos que segundo ele é inseparável para conseguir definir o ser humano, onde ele é plenamente ele. Um dos aspectos fundamentais é o princípio do egocentrismo, onde a pessoa, o indivíduo se coloca no centro do seu mundo e enxerga e age de acordo com o seu interesse pessoal. Já o segundo princípio é antagonista, esse se manifesta desde o nascimento que é o caso da necessidade de ver o outro sorrir, ser embalado, o amor. O terceiro princípio de Edgar diz que não somos só reprodutores mas também produtores de nosso processo, nós recebemos a linguagem, a cultura que vão ficando no nosso interior, o que quer dizer que não só ele, o indivíduo, mas a sociedade também está no interior dele.

O vídeo “Unidade e Diversidade” o teórico explica a igualdade e a diversidade que tem em comum nos indivíduos, ou seja, somos iguais independente de culturas, como o caso que todo mundo ri, chora, sorri. Edgar diz que o que nos diferencia do mundo animal é a cultura, pois a gente tem nos nossos aprendizados, a nossa linguagem. Conhecemos a cultura através de outras pessoas. Nós somos moldados de acordo com o que os outros nos mostram, por isso é importante haver essa diversidade.

E por último temos o vídeo chamado “Lições sobre a existência”. Edgar Morin explica que o desenvolvimento individual precisa de uma comunidade para que possa acontecer, o indivíduo não se desenvolve de maneira fechada. A vida é polarizada de um lado pela prosa e do outro pela poesia a prosa é o que nos aborrece e nos entristece, mas fizemos para ganhar a vida, já a poesia é o amor, a comunidade.

Ambos os vídeos são importante para essa pesquisa porque o autor explica que a diversidade de pensamentos é importante, sem ela o indivíduo não cresce em conhecimentos. Ele também mostra que ao mesmo tempo em que somos diferentes também somos iguais. E para poder abordar e analisar os comentários que vem sendo vistos nas postagens dos veículos de comunicação precisamos entender o indivíduo, e a relação do coletivo.

Já Mario Sergio Cortella, em uma entrevista disponível no Youtube, aborda o sujeito contemporâneo dentro da rede social, ela fala da esquizofrenia social, cita a famosa frase que “ser é ser percebido” que hoje o indivíduo postar algo e aquilo não ter ressonância ou as famosas curtidas, para esse indivíduo parece ser uma ofensa. Esse texto é importante para a pesquisa porque percebemos que existe muito comentários “polêmicos” que geram muito mais interação que algo educado.

Para compreender o sujeito contemporâneo também é preciso compreender, ou ao menos ter uma base do que é relações humanas. Para isso o capítulo 2: você sabe o que são relações humanas? do livro Relações Humanas: Psicologia das Relações Interpessoais escrito por Agostinho Minicucci (2019). O texto explica que pode ser entre uma pessoa e outra (marido – mulher, vendedor- comprador, professor – aluno), ele também pode ser entre membros de um grupo (pai, mãe e filhos – professor e alunos – empregados e chefe) ou também entre grupos numa organização (grupos de estudos, grupos de trabalho). O capítulo também diz que nessas relações humanas também existe um manual de boas maneiras, que todos aprendem desde cedo, ou seja, é a forma de como devemos nos portar a mesa, em uma reunião, no casamento ou até mesmo a questão de cumprimentar o outro.

Para compreender o sujeito contemporâneo também é preciso compreender a relação humana. O autor Agostinho Minicucci explica um pouco mais sobre esse assunto no livro “Relações Humanas: Psicologia das Relações Interpessoais” (2019). Em um de seus capítulos iniciais, Minicucci explica o que é relações humanas, e mostra os tipos de relações que existe, de pessoa para pessoa ou de

grupo para grupo. O livro também conta que nessas relações humanas também existe um manual de boas maneiras, que todos aprendem desde cedo, ou seja, é a forma de como devemos nos portar a mesa, em uma reunião, no casamento ou até mesmo a questão de cumprimentar o outro. Minicucci se torna importante para a pesquisa porque para entendermos o que está acontecendo hoje nos comentários feitos na internet precisamos antes entender como funciona as relações humanas lá atrás e trazer para nossa atualidade e nosso dia a dia.

Para falar sobre sujeito contemporâneo vale também destacar o livro “Comunicação: trama de desejos e espelhos” da autora Maria Luiza Cardinale Baptista (1996). O texto destaca que o receptor é também emissor e vice-versa, que o desenvolvimento científico também implicou na substituição de um paradigma. Baptista também parte do princípio “[...] que a produção do conhecimento também é permeada pela subjetividade” (1996). A autora também destaca que esses conflitos que existem parecem um jogo de poder, uma espécie de luta “quebra de braço” entre os envolvidos.

Baptista também nos lembra que os emissores têm o poder de escolher o que parece mais adequado para imprimir a sua marca, o que acontece com os meios de comunicação, mas o que acontece com os sujeitos também. Cada indivíduo tem o poder de escolher quais argumentos quer usar, quais palavras e o que vai querer falar, e isso também de certa forma é deixar sua marca. A autora também diz que é difícil de perceber o desvio e que o emissor até propõe determinados gestos ao receptor.

O livro “Comunicação: trama de desejos e espelhos” ajuda a perceber pequenas teorias como a ruptura e os paradigmas, que também são citados por outros autores, mas com outro nome. O texto nos faz refletir um pouco também sobre a questão das interações que precisamos ter para aprimorar conhecimento e que muitas vezes não concordamos mas agregam conhecimentos. A autora relata esses pontos quando diz que a técnica de entrevista possibilitou ela a se desocupar de um lugar de saber e certezas constituídas para entender outros saberes, em que as formas de expressão nem sempre coincidiu com as dela, mas que permitiu o encontro e o reconhecimento de suas singularidades.

8.6 PAUTA

Para falar sobre pauta jornalística é importante destacar o autor Ronaldo Henn e seu livro “Pauta e Notícia” que desde o início deixa claro que não é nada simples elaborar uma notícia, pois existe um percurso entre a emergência do acontecimento e a tradução no noticiário. Henn diz que a produção de pautas já define aquilo que poderá ser noticiável. O autor diz que “o entendimento de que a notícia é um signo parece obvio”, por isso para explicar a notícia e a pauta Henn utiliza a teoria dos signos. A notícia não é ela própria, o fato ou o acontecido mas sim o relato dele. A notícia é o signo de algo que teve existência concreta, e é redigida em dois códigos: Linguagem verbal escrita e o estabelecido pelas leis de redação jornalística. Henn trás um olhar semiótico para discutir o assunto pauta. O autor sublinha os valores-noticias, pois eles mudam e se adaptam aos movimentos sociais, assim alguns temas que não possuía espaço ou até mesmo interesse em ser divulgados, hoje tem mais destaques, acabam sendo de interesse.

Henn é importante para essa pesquisa porque o pensamento dele cruza com as ideias de Pierre Lévy, quando ele explica o desvio de informação. De certa forma um texto completa o outro mas com olhares voltados para assuntos diferentes. O texto “Pauta e Notícia” também é importante pois ele trás um pouco de noções, explicações de como as pautas se comportam, a criação, codificação e a objetividade.

Para falar sobre pauta e notícias destaco o livro “A arte de fazer um jornal diário” do autor Ricardo Noblat. O livro trás experiências e acontecimentos reais para que as pessoas compreendam um pouco o dia a dia de uma redação. O texto lembra que os reportes estão cada vez mais acostumados a ficarem trancados em uma sala devido a tecnologia que temos hoje, e esquecem de sair às ruas para fazer o verdadeiro jornalismo. Além de todos veículos de comunicação produzirem as mesmas notícias, não existir mais tanta diversidade. Segundo o autor é mais fácil ser assim e quem mais perde são os leitores, mas no fim, quem perde é os jornais porque acabam perdendo leitores. A notícia pode estar em diversos lugares, seja numa história, num silêncio ou até mesmo no nervosismo de uma fonte. O jornalista precisa estar atento a tudo. O livro é importante para essa pesquisa porque ele trás a questão da evolução de como está o comportamento dos repórteres das redações hoje, nos mostra um pouco também de onde encontramos as notícias, as pautas.

Pode se relacionar também, por outro olhar, com o surgimento nas redes sociais já que o próprio autor diz que a notícia pode estar numa história, num silêncio ou até mesmo no nervosismo.

9 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS

- 1 INTRODUÇÃO
- 2 ASPECTOS METODOLÓGICOS
- 3 JORNALISMO ONLINE
- 4 SUJEITO CONTEMPORANEO
- 5 DESVIO DE INFORMAÇÃO
- 6 CAMPO
- 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS
- REFERÊNCIAS
- APÊNDICES
- ANEXOS

10 CRONOGRAMA

Quadro 1 – Cronograma

TAREFAS	<u>MAR</u>	<u>ABR</u>	<u>MAI</u>	<u>JUN</u>	<u>JUL</u>
REVISÃO DO PROJETO	X				
REUNIÃO COM A ORIENTADORA	X				
LEVANTAMENTO BIBLIOGRAFICO	X				
REVISÃO DA METODOLOGIA	X				
APLICAÇÃO DA PESQUISA		X			
ENTREVISTAS		X			
FINALIZAÇÃO DOS CAPÍTULOS TEÓRICOS ANÁLISE			X	X	
FECHAMENTO DA ANÁLISE				X	
APRESENTAÇÃO BANCA					X

REFERÊNCIAS

A complexidade do eu. Produção Telos Cultural e Audiovisual Okna Produções. Fronteiras do Pensamento, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ExOqRgBKDKA>. Acesso em: 15 jun. 2021.

A demonização do outro. Produção Telos Cultural. Fronteiras do Pensamento, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RsSwlHWjG9I>. Acesso em: 15 jun. 2021.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale, **A fala do outro no meu texto ou como citar textos lidos**.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale, **Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação**. Revista Rosa dos Ventos –Turismo e Hospitalidade, 2014.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale, **Comunicação: trama de desejos e espelhos**. Ed.Ulbra. Canoas, 1996. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=iV8563lcrVEC&oi=fnd&pg=PA9&ots=mvKUyt2jD8&sig=Ucb2yAtvPGPokovCQxcLLn3N3Eg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 6 jul. 2021.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale, **Paixão-Pesquisa: encontro com o “Fantasminha Camarada”**.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale, **Roteiro de um projeto paixão-pesquisa, Diálogo com um Pesquisador Iniciante**.

CARVALHO, Cláuberson Correa, SOARES, Adriano Silva, **O discurso de ódio no jornalismo online: análise de comentários nas redes sociais do Portal Imirante.com**. Entretextos, Londrina, 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/347645426> O discurso de odio no jornal ismo online analise de comentarios nas redes sociais do Portal Imirantecom. Acesso em: 15 jun. 2021.

FORECHI, Marcilene, FLORES, Natália Martins, MELO, Camila Oliveira de, **Jornalismo Digital e Cibercultura**. Grupo A Educação S.A., 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786581492755/cfi/3!/4/4@0:32.2>. Acesso em: 15 jun. 2021

HENN, Ronaldo, **Pauta e Notícia**. Canoas: Ed. Ulbra,1996.

LÉVY, Pierre, **As Tecnologias da Inteligência**. 1992. Disponível em: <https://lelivros.love/book/baixar-livro-as-tecnologias-da-inteligencia-pierre-levy-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/>. Acesso em: 15 jun. 2021

LÉVY, Pierre, tradução de Carlos Irineu da Costa, **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. Disponível em: <https://lelivros.love/book/download-cibercultura-pierre-levy-em-epub-mobi-e-pdf/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LIÇÕES SOBRE A EXISTÊNCIA. Produção Telos Cultural. Fronteiras do Pensamento, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-7pZsHbuswY>. Acesso em: 15 jun. 2021.

MINICUCCI, Agostinho, **Relações Humanas: Psicologia das Relações Interpessoais**. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484997/cfi/1!/4/2@100:0.0>. Acesso em: 15 jun. 2021.

NOBLAT, Ricardo, **A Arte de Fazer um Jornal Diário**. São Paulo: Contexto, 2008.

PAUTA (JORNALISMO). In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2016. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Pauta_\(jornalismo\)&oldid=46707332](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Pauta_(jornalismo)&oldid=46707332). Acesso em: 13 set. 2016.

PIGNATON, Caroline De Marchi, REIS, Ruth de Cássia dos, **Jornalismo e Discurso de ódio nas Redes Sociais**. IV Seminário de Comunicação e Territorialidade “Comunicação contra as desigualdades” 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/poscom/article/view/27125>. Acesso em 15 jun. 2021.

RECUERO, Raquel, **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/teseraquelrecuero.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2021.

Redes Sociais. PingaFit, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ff7l2PeDtwS>. Acesso em: 15 jun. 2021.

SEVERINO, Antônio Joaquim, **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Ed. Cortez, 2013.

SILVA, Rosane Leal da, NICHEL, Andressa, MARTINS, Anna Clara Lehmann, BORCHARDT, Carlise Kolbe, **Discursos de Ódio em Redes Sociais: Jurisprudência Brasileira**. Revista Direito GV. São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdgv/a/QTnjBBhqY3r9m3Q4SqRnRwM/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 15 jun. 2021.

Unidade e Diversidade. Produção Telos Cultural e Audiovisual Okna Produções. Fronteiras do Pensamento, 2013. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=u8f-kiPG_LI. Acesso em: 15 jun. 2021.