UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL – UFMS

JOSÉ MILTON ROCHA

“O ‘GLOCAL’ NO CIBERJORNALISMO REGIONAL: ANÁLISE DOS SÍTIOS DE WEBNOTÍCIAS DE DOURADOS”

CAMPO GRANDE–MS
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL – UFMS

JOSÉ MILTON ROCHA

“O ‘GLOCAL’ NO CIBERJORNALISMO REGIONAL: ANÁLISE DOS SÍTIOS DE WEBNOTÍCIAS DE DOURADOS”

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Mídia e representação social.

Orientador: Prof. Dr. Gerson Luiz Martins

CAMPO GRANDE–MS
2014

JOSÉ MILTON ROCHA

“O ‘GLOCAL’ NO CIBERJORNALISMO REGIONAL: ANÁLISE DOS SÍTIOS DE WEBNOTÍCIAS DE DOURADOS”

A comissão examinadora, abaixo assinada, aprova a dissertação “O ‘Glocal’ no ciberjornalismo regional: Análise dos sítios de webnotícias de Dourados” elaborada por José Milton Rocha, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

COMISSÃO EXAMINADORA

_____/__/_____

Prof. Dr. Gerson Luiz Martins

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

_____/___/_____

Prof. Dr. Mario Luiz Fernandes

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

_____/___/___

Profª. Drª. Cicília Maria Krohling Peruzzo

Universidade Metodista de São Paulo – UMESP

Dedico este trabalho a Deus, pela vida; aos meus pais (*in memoriam*), José Roberto e Maria da Conceição, pelos ensinamentos da vida; à família, minha mulher Elizabeth, e meus filhos Rachel, Milena e Bruno, pelo apoio incondicional na vida; aos amigos, colegas, professores do Mestrado e a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram nesta conquista.

AGRADECIMENTOS

O percurso foi longo e, em alguns momentos, tortuoso. Fiz o caminho inverso da maioria dos pesquisadores. Priorizei a carreira profissional, ao concluir o curso de jornalismo, retornando à pesquisa, somente após o ciclo profissional. Foi preciso desconstruir muitos valores, reconstruir novos cenários, empreender novos métodos e novas teorias, para retomar o caminho da pesquisa, do conhecimento, da academia. Não foram poucas as madrugadas utilizadas no deslocamento de Dourados a Campo Grande, para as aulas e outras atividades da semana, no câmpus da UFMS, durante os dois anos de Mestrado. Nos versos de Toni Garrido "você não sabe o quanto eu caminhei pra chegar até aqui, percorri milhas e milhas antes de dormir, eu não cochilei", a definição da difícil, mas não menos saborosa aventura. Por isso, agora, é hora de agradecer a todos que participaram dessa jornada.

Agradeço ao universo que conspirou positivamente, para que fosse, aqui, em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, a retomada, a redescoberta do caminho do conhecimento.

Aos meus pais (*in memoriam*), José Roberto e Maria da Conceição, pelos ensinamentos da vida inteira, pelo alicerce com que meus valores de vida foram forjados na retidão e na perseverança das minhas conquistas. Minha mãe, obrigado pelas primeiras letras, pelos primeiros encontros com os livros, pelas primeiras histórias, orações, pelos seus ensinamentos.

A minha Mulher, Elizabeth, pelo incentivo e pela compreensão nos momentos ausentes de casa, pela ajuda em várias fases da pesquisa, discutindo e aprimorando a minha maneira de enxergar o objeto pesquisado, na formatação do trabalho. Aos meus filhos, Rachel, pela ajuda na elaboração de tabelas e quadros, Milena e Bruno, por entenderem minha imersão neste período da vida, em função do estudo.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Gerson Martins, pela dedicação e competência nas orientações da pesquisa e na condução dos trabalhos do Grupo de Estudos em Ciberjornalismo da UFMS. E a todos os professores do Mestrado, principalmente, Mario Fernandes e Derci Pedro (*in memoriam*), pelo incentivo constante; Greicy

França, pela espirituosidade; Márcia Gomes, Marcelo Câncio, Daniela Ota, Maria Luceli, Mario Ramires (*in memoriam*) pelo incentivo. Aos professores que realizaram os seminários Angel Bravo, Catalina Norminanda, Josenildo Guerra e Sônia Virgínia. E a todos os responsáveis pela publicação de conteúdo dos cibermeios de Dourados, pelas entrevistas e facilitação de acesso às informações sobre as empresas.

Eduardo Romero pela acolhida em sua casa, onde ficava quando vinha para Campo Grande, para as aulas. Pela sua amizade, pelo compartilhamento de ideias, pelas discussões e pelo aprofundamento dos assuntos estudados, além dos momentos amenos que dividimos, com Sidnei Ferreira, outro companheiro de jornada também acolhido em sua casa.

A todos os colegas do Mestrado, principalmente, das duas turmas iniciais das quais participei; a primeira como aluno especial, a segunda, como aluno regular, pelos momentos inesquecíveis, agradavelmente unidos pela mesma conquista. Em especial, Janaína Ivo e Lucas Marinho, pela disponibilização de seus trabalhos, Fernanda pelos momentos compartilhados, na exaustão da pesquisa. À secretária do curso, Mariana, pela ajuda em superar as questões burocráticas.

À Profª. Drª. Suzana Barbosa, pelas contribuições, na fase da qualificação. À Profª. Drª. Cicília Peruzzo pela sua participação na banca de defesa e contribuições oferecidas no momento da defesa final.

Ao amigo Mário Cabreira, pela disponibilidade e gentileza no início e nos momentos finais do curso, quando das revisões finais do trabalho.

A todos os familiares e amigos, longe ou perto, e a todas as pessoas que me incentivaram e, que estiveram de alguma forma, na torcida pelo meu sucesso. Meu muito obrigado!

“A localidade se opõe à globalidade, mas também se confunde com ela. O mundo, todavia, é nosso estranho”.

Milton Santos (2006)

RESUMO

O estudo apresenta um panorama dos cibermeios de Dourados, maior cidade do interior de Mato Grosso do Sul, a partir da análise do uso de características do ciberjornalismo, como hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização, e da lógica do local-global, onde surge o glocal. Para verificar a utilização das potencialidades e o funcionamento desses veículos, bem como seu enquadramento como mídia local-regional, glocalizada, foram realizadas duas amostragens de notícias publicadas, acompanhamento por meio de observações livres e sistematizadas, e entrevistas abertas e semiestruturadas com os responsáveis pela publicação de conteúdo dos principais cibermeios. A pesquisa aponta que, mesmo após mais de uma década da chegada do primeiro cibermeio na cidade, atualmente, com 20 veículos, a mídia online se apropriou das potencialidades tecnológicas oferecidas pelo ciberjornalismo, apenas parcialmente, mas que se trata de uma mídia de proximidade, caracterizada pela sua segmentação e pela força da mídia local-regional. Apresenta, também, algumas especificidades do ciberjornalismo hiperlocal.

Palavras-chaves: Cibemeios, Glocal, Internet, Ciberjornalismo, Mídia local-regional.

ABSTRACT

The study presents an overview of the Dourados' cybermedia, the largest inland city of Mato Grosso do Sul, from the analysis of the use of characteristics of online journalism, as hypertextuality, multimidialidade, interactivity, memory, immediacy, personalization, and of the logic of local-global, where the glocal arises. To verify the potential use and operation of these vehicles, as well as its framing as a local/regional media glocated, two samples of published news were presented, follow through free and systematic observations, and open and semistructured interviews were conducted with the publishers content of the main cybermedia. The research shows that, even after more than a decade of arrival of the first cibermeio, the city currently has 20 vehicles, online media has appropriated the technological potential offered by online journalism, only partially, but it is a media outreach, characterized by its segmentation and the strength of the local-regional media. It also presents some specificities of hyperlocal online journalism.

Keywords: Cibemeios, Glocal, Internet, Cyberjournalism, local/regional media.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Matéria de O Progresso publicada no Dourados Agora. 111
Figura 2: Capa da Folha de Dourados do dia 17.01.2014.....112
Figura 3: Capa do Douranews do dia 17.01.2014. 113
Figura 4: Capa do Dourados News do dia 17.01.2014.....113
Figura 5: Primeira página do Dourados News, do dia 10.07.2012. 196
Figura 6: Notícia local publicada no Dourados News, no dia 27.02.2013. 196
Figura 7: Notícia local publicada no Dourados Agora, no dia 27.02.2013. 197
Figura 8: Notícia local publicada em O Progresso, no dia 28.02.2013. 197
Figura 9: Notícia local publicada no Dourados Informa, no dia 27.02.2013. 198
Figura 10: Notícia nacional publicada no Dourados News, dia 28.2.2013. 198
Figura 11: Notícia local publicada no Agora MS, no dia 28.02.2013. 199
Figura 12: Notícia nacional publicada no dia 28.02.2013 no Agora MS. 199
Figura 13: Capa do Jornal Preliminar do dia 02.02.2014. 200
Figura 14: Notícia hiperlocal publicada no Dourados Agora, no dia 13.01.2014. 200
Figura 15: Notícia hiperlocal publicada no Dourados News, no dia 13.01.2014. 201
Figura 16: Notícia do sítio da Prefeitura de Dourados, Janeiro de 2014. 201
Figura 17: Notícia de sítio oficial/assessoria de imprensa publicada na Folha de Dourados News, como fosse da redação, no dia 15.01.2014. 202
Figura 18: Notícia de sítio oficial/assessoria de imprensa publicada no Douranews, como fosse da redação, no dia 15.01.2014. 202
Figura 19: Notícia de sítio oficial/assessoria de imprensa publicada no Dourados News, com crédito de assessoria de imprensa, no dia 15.01.2014.....203

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Informações do sítio 23
Quadro 2: Resumo de definições das práticas do jornalismo na internet.....46
Quadro 3: Elementos elencados por teóricos como critérios de noticiabilidade.....66
Quadro 4: Relação dos sítios, com seus respectivos endereços na *web*.....87
Quadro 5: Quantitativo de notícias postadas no período de 12 a 18.01.2014.....110
Quadro 6: Amostragem da procedência das notícias.....115
Quadro 7: Presença das características do ciberjornalismo nas matérias 119

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Matérias publicadas de 24/02 a 02/03/2013.....97
Tabela 2: Quantidade de postagens dos sítios por dia 101
Tabela 3: Quantidade de matérias dos sítios que mais postaram.....103
Tabela 4: Amostragem de notícias entre 24/02 a 02/03/2013.....104
Tabela 5: Coleta de amostragem da pesquisa.....104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Amostragem do percentual de notícias.....103
Gráfico 2: Quantidade de matérias.....107

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 15

Objetivo Geral 21

Objetivos Específicos 21

Aspectos Metodológicos 21

Estrutura da dissertação 26

1 GLOCALIZAÇÃO, A INTERAÇÃO ENTRE O LOCAL E GLOBAL 28

1.1 O local, espaço onde pulsa a vida 29

1.2 O Global, interligado e dependente do local 32

1.3 Glocal, a interação do próximo e do distante 35

1.4 Identificações Globais 37

1.5 Cibercultura, o “novo universal” 40

2 CIBERJORNALISMO, A INFORMAÇÃO NO CIBERESPAÇO 43

2.1 Características do Ciberjornalismo 47

2.2 Design gráfico do ciberjornalismo 53

2.3 Os estágios do ciberjornalismo 56

3 CIBERJORNALISMO DE PROXIMIDADE 58

3.1 Jornalismo regional, a interlocução sem ser panfletário 61

3.2 A proximidade como valor notícia 64

3.3 Ciberjornalismo de proximidade, uma teoria singular 67

3.4 Ciberjornalismo cidadão, mediação e interação 70

3.5 Ciberjornalismo hiperlocal, a comunidade mais próxima de si 75

4 A HISTÓRIA DA MÍDIA EM DOURADOS 80

4.1 A mídia impressa chega a Dourados, na década de 1920 82

4.2 Portais de Dourados 87

4.3 Um sítio de notícia criado a leite de cabra 88

4.4 A criação de outros cibermeios 92

4.5 Do Contexto econômico 93

4.6 Dos estágios do ciberjornalismo 95

5 O GLOCAL NOS CIBERMEIOS EM DOURADOS 97

5.1 Cibermeios com maior estrutura publicam mais matérias 98

5.2 Cinco cibermeios postam mais da metade das notícias 103

5.3 A vocação pela notícia regional 105

5.4 Da produção de notícias..... 110

5.5 Sobre a origem da produção das notícias..... 114

5.6 Das potencialidades do ciberjornalismo 118

5.7 Da apresentação gráfica 122

CONSIDERAÇÕES FINAIS 127

REFERÊNCIAS BIBIOGRÁFICAS 134

ANEXOS 144

INTRODUÇÃO

O mundo, a cada dia, parece-nos mais próximo e menor. Mais próximo, porque um acontecimento[1] em qualquer lugar do planeta chega de forma rápida, instantânea e simultânea, em todos os seus quadrantes, pelas diversas e mais avançadas formas de comunicação. Menor, porque toda essa tecnologia faz com que ele caiba na palma da mão. As inovações e transformações tecnológicas, principalmente, na área da informação e comunicação são as principais responsáveis por esse processo, onde a internet exerce protagonismo sem precedentes na história da comunicação humana. Ao analisar o papel e o impacto das "novas" formas de comunicação na sociedade, Thompson (2004) argumenta que o mundo, atualmente é um globo explorado, mapeado e vulnerável à interferência do homem; enquanto Martín-Barbero (2012, p. 58) entende que essas transformações exigem mudança na forma como se percebem o tempo e o espaço, porque, as tecnologias da informação – satélites, informática, televisão e a internet – transformam o sentido de lugar no mundo e o tornam, embora interconectado, "cada dia mais opaco".

Opacidade que, segundo Martín-Barbero (2012, p. 58), advém da virtualidade e velocidade que constituem um espaço-mundo feito de redes e fluxos, e não de elementos materiais. Essa configuração enfraquece as fronteiras do nacional e do local, ao mesmo tempo em que transforma os territórios "em pontos de acesso e transmissões de ativação e transformação do sentido do comunicar". O argumento do autor se ampara na tese do fortalecimento do local, pois segundo ele, não é possível viver no mundo desterritorializado, sem a presença do local, uma vez que no lugar, no território é onde acontece a vida cotidiana, a temporalidade, a história da ação coletiva, base da heterogeneidade humana e da reciprocidade. Tais elementos configuram características primárias da comunicação humana, "pois mesmo atravessado pelas redes do global, o lugar segue feito do tecido das proximidades e das solidariedades" (MARTÍN-BARBERO, 2012, pp. 58-59).

[1] É o fenômeno externo percebido pelo sujeito, por causa da ação provoca nele. É composto por características dos elementos externos nos quais o sujeito aplica seu conhecimento e é gerado de fenômenos que são externos para o sujeito, mas não fazem sentido longe dos sujeitos, porque são os sujeitos que conferem sentido (ALSINA, 2009).

A rapidez com que ocorre o fluxo comunicacional está diretamente relacionada ao protagonismo da internet no contexto da globalização, pois como diz o sociólogo espanhol Manuel Castells (2012, p. 287), ela, a internet “é o coração de um novo paradigma sóciotécnico, que se constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação”. Essa fala representa a realidade de que a internet processa a virtualidade, transformando-a em realidade, em uma sociedade que, aos poucos, funciona em rede.

A internet, como tecnologia dinâmica tem características, que permitem adequação rápida às diversidades do complexo universo da comunicação do terceiro milênio. O caráter miscível da internet interfere nas mudanças no que tange às diversas dimensões das ações humanas, justamente, porque se revela como meio de comunicação, que transcende o caráter da transmissão da informação imputada à mídia tradicional, para favorecer um modelo sistêmico, colaborativo, de acordo com O´brien (2004). Na visão de Rocha (2005), a internet sob os preceitos da Web 2.0 é funcional, simples, miscível, flexível e social. Nesse sentido, há nela, inovação acerca dos conceitos e práticas informacionais e, ao se estabelecer como mídia interativa, evidencia as mudanças comunicacionais.

Se o ciberespaço é miscível e social, é natural que surjam novas práticas jornalísticas, na forma como se produz a notícia. Ou seja, a descentralização multifacetada e o caráter flexível da comunicação em redes que delineiam um novo modelo de como o jornalista e o internauta lidam com a informação, configurando, portanto, o jornalismo digital (BASTOS, 2000), conforme o entendimento de Ferrari (2010, p. 39) de que “o conteúdo tornou-se a palavra da moda nos tempos da proliferação de sítios de notícias”. Em função de seu caráter multifacetado, a internet, portanto, consegue agregar, de uma só vez, um conjunto de mídias como texto, recursos audiovisuais e hiperlinks, além de ampliar o conteúdo, disponível em e-mails, blogs, resenhas de livros, shows e discos, comunidades do Facebook e outras redes sociais.

É nesse contexto – mediado pela internet, onde o local interage com o global, que resulta na “glocalização” (CAZELOTO, 2007; TRIVINHO, 2001a, ROBERTSON, 1999) e promove a revalorização do local - que surgem os sítios de webnotícias, com presença massiva, principalmente, em cidades do interior do país como em

Dourados. Pelas características predominantes voltadas para o seu entorno, fortalecem o jornalismo regional (PERUZZO, 2003), que aqui, optamos por chamar de ciberjornalismo de proximidade (COUTO, 2010; LÓPEZ GARCÍA, 2008; ZAMITH, 2007), onde circulam as vozes dos atores da localidade e, por meios de suas representações sociais, constroem o sentido da identidade local. No Capítulo 3, este conceito será aprofundado.

Neste trabalho, optamos também, por chamar os sítios de webnotícias estudados, de cibermeios, conceito aplicado por Salaverría (2005a) ao meio de comunicação social que emprega o ciberespaço como âmbito de difusão pública de informações jornalísticas. Este conceito foi considerado mais adequado para o estudo, em razão do arcabouço teórico conceitual utilizado na pesquisa, bem como a plataforma em que as notícias são veiculadas, na internet, no suporte World Wide Web (WWW).

Com base nessa abordagem, a pesquisa estuda como os cibermeios de Dourados, segunda maior cidade de Mato Grosso do Sul, no Centro-Oeste brasileiro, trabalha a relação global-local, a "glocalização", nos seus noticiários. Alguns questionamentos, contudo, surgem no percurso da pesquisa. Que importância tem a notícia local para estes cibermeios? Qual o percentual de notícias no universo de suas publicações é destinado aos assuntos locais? Esse percentual é suficiente para definir se a notícia é local? Como definem o que é local, a partir de que critério?

A partir da problematização do estudo, definimos a hipótese que será confirmada ou refutada pela pesquisa. Assim, considera-se por ser a internet uma mídia ainda em construção, tanto em função da própria linguagem, narrativa do veículo por se tratar de uma plataforma nova, quanto por Dourados ser uma cidade do interior do país, a principal suposição é, de que se trata de uma mídia voltada para as questões locais; mas, sem a devida estrutura para empregar as potencialidades que essa nova plataforma oferece, em termos de tecnologia, em que o jornalismo hiperlocal[2] pode se tornar um dos elementos utilizados na construção da representação social, nos contextos econômico, político, histórico e sociocultural.

[2] Considerado uma novidade, o jornalismo hiperlocal ainda não tem uma definição ou um conceito preciso, embora esteja ligado à questão da globalização. Para Lemos (2009), o jornalismo hiperlocal

Dourados é a segunda maior cidade de Mato Grosso do Sul, com 200.729 habitantes, população estimada em 2013 pelo IBGE[3] - a primeira é Campo Grande, a capital, com 805.397. Fundada em 1935, Dourados teve seu crescimento intensificado a partir da década de 1950, com o incremento do setor de infraestrutura, nas áreas de transportes e de comunicação principalmente. Esse avanço econômico propiciou ao município o desenvolvimento da agropecuária, do comércio e de serviços. A cidade se consolidou como importante polo regional e, com outros 12 municípios, integra a Região da Grande Dourados[4]. Em função de sua localização estratégica, a 110 km do Paraguai, na faixa de fronteira de 150 km, estabelecida pela Constituição Federal, Dourados é considerada o portão de entrada do MERCOSUL.

Apontado pelo IBGE como o 136º maior município brasileiro e o 55º, em número de habitantes, tem uma economia que representa 8% das riquezas produzidas pelo estado, que o torna o 158º maior produto interno bruto (PIB) entre municípios brasileiros, Dourados ocupa a 146ª posição de maior potencial de consumo entre os municípios brasileiros, de acordo com IPC Marketing de 2010[5]. A partir da década de 1970, passou a receber pessoas procedentes de outros estados brasileiros, que, estimuladas pelas facilidades recebidas para a ocupação de terras, principalmente, gaúchos e paulistas. Esses "estrangeiros" contribuíram para a expansão da cidade e da sua cultura.

Dourados se transformou numa cidade com características cosmopolitas, com uma cultura diversificada, em decorrência do abrigo propiciado a pessoas de diversas partes do país, que procuravam oportunidades de trabalho no município, por ocasião de sua fundação. Essas pessoas trouxeram matizes e raízes culturais, de suas origens, sem falar da forte influência da população nativa, absorvida pela proximidade cultural da fronteira com o povo paraguaio. Outro aspecto significativo a ser destacado no processo de seu desenvolvimento é o importante polo educacional, que passou funcionar no município, que, atualmente, conta com cinco

---

está relacionado à informação que circula de forma bem localizada, sobre o bairro, a rua e, que procede de um misto de fontes, desde blogs do cidadão comum, aos jornalistas e às autoridades. No capítulo 4, o assunto será retomado, de forma mais aprofundada.

[3] **Fonte:** http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=500370&search=mato-grosso-do-sul|dourados. Acesso em: 10.09.2013.

[4] **Fonte:** http://www.semac.ms.gov.br/controle/ShowFile.php?id=4022. Acesso em: 10.09.2013.

[5] **Fonte:** http://www.ipcmarketing.com.br/downpress/Ranking_IPC_2010_2009_500Maiores.pdf. Acesso em: 10.09.2013.

universidades: duas públicas - Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) e a Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul (UEMS) - além das particulares - UNIGRAN, Anhanguera e UNIDERP. Juntas, as universidades apresentam um contingente populacional, estimado em torno de 20 mil estudantes universitários[6] – entre graduação e pós-graduação - procedentes de diversos estados do país, além dos sul-mato-grossenses.

O levantamento bibliográfico aponta que a pesquisadora Suzana Barbosa foi uma das primeiras a tratar da questão global x local, no Brasil, no contexto do jornalismo digital, quando apresentou, em 2002, a dissertação "Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o *UAI* e o *iBahia*", no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA), criando uma espécie de matriz do tema no país.

Outro trabalho teórico-referencial basilar do jornalismo regional é o livro "Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa", do pesquisador português da Universidade de Coimbra, Carlos Camponez, publicado em 2002. Sua obra logo ganhou espaço e, se tornou referência neste campo de estudo, por tratar de questões teóricas e conceituais sobre globalização, a lógica do loca-global, mas, principalmente, as formas diferenciadas de refletir a realidade associada a estes conceitos e, de que forma, afetam uma sociedade cuja relação tempo-espaço foi alterada pelas tecnologias da informação.

A atuação da mídia no interior do Brasil tem sido estudada, principalmente, nos estados das regiões Sul e Sudeste, como Rio Grande do Sul e Santa Catarina, e em municípios de São Paulo. "Jornalismo regional e a construção da cidadania: o caso da Folha da Região de Araçatuba" foi tema da dissertação de Juliana Colussi Ribeiro, apresentada em 2005, na UNESP de Bauru, São Paulo; em 2011, "O local e o global: fatores que definem a pauta em dois jornais do oeste de Santa Catarina" foi o objeto de estudo da dissertação apresentada por Carla Algeri, na UFSC.

O tema tem sido explorado, também, por pesquisadores de Espanha, Portugal, Estados Unidos, França e Inglaterra. Em 2010, Patrícia Fonseca Couto,

---

[6] **Fonte:** http://www.dourados.ms.gov.br/tabid/1071/language/pt-BR/Default.aspx. Acesso em: 10.09.2013.

apresentou a dissertação “Ciberjornalismo Regional: Aproveitamento das potencialidades da web dos nove jornais regionais com maior audiência do distrito do Porto”, à Universidade do Porto; em 2012. Também, em 2012, Fabiana Cristina Fagundes Bravo apresentou dissertação com o tema “O jornalismo hiperlocal na era digital: O contributo e papel do blogue Graciosa Online para a RTP”, na Universidade Nova Lisboa; “A imprensa regional e as comunidades locais Jornal Alvorada: caracterização de um quinzenário local do concelho da Lourinhã” foi o tema da dissertação de Joaquim Ribeiro, apresentada em 2010, no Instituto Universitário de Lisboa e, em 2012, Sara Alexandra da Silva Figueiredo apresentou a dissertação na Universidade Beira Interior, Participação do Cidadão na Imprensa Regional: O caso do Jornal do Fundão Entrega e Publicação de “Conteúdos gerados por Leitores”.

Beatriz Dornelles (2010) afirma que o avanço das tecnologias das comunicações, principalmente, da internet, permitiu o fortalecimento do jornalismo no interior do Brasil. A pesquisadora, que desenvolveu estudo sobre o “localismo” em cidades do interior, com menos de 200 mil habitantes, entende que a geografia tem papel preponderante na definição de informação local. Dornelles lembra, porém, a percepção de Maciá Mercadé (1997) que, embora reconheça a importância do caráter geográfico acrescenta outros elementos de igual significância, como a sede territorial da publicação, o âmbito de difusão e cobertura, a vocação e a intencionalidade da publicação, o tratamento dado aos conteúdos, e como o jornal vê seu leitor.

Esta pesquisa legitima-se pela contribuição que o estudo traz com o aprofundamento da investigação sobre o funcionamento de cibermeios em cidades do interior do país, no caso, Dourados. O estudo, portanto, pretende tanto produzir conhecimento sobre a problemática estabelecida, como aprofundar a pesquisa sobre o ciberjornalismo regional, no país; além de contribuir para a compreensão de aspectos como o produto oferecido por esta plataforma de notícias no interior do interior do Brasil, se considerarmos a Região Centro-Oeste interior do país, e que Dourados fica no interior de Mato Grosso do Sul.

Objetivo Geral

Analisar os principais cibermeios de Dourados, a partir do uso das potencialidades oferecidas pela internet e da lógica local-global.

Objetivos Específicos

- ✓ Analisar como a questão local-global é tratada pelos cibermeios de Dourados na sua produção noticiosa;
- ✓ Identificar a presença do ciberjornalismo hiperlocal;
- ✓ Verificar a presença das potencialidades do ciberjornalismo na narrativa das notícias.

Aspectos Metodológicos

A metodologia adotada na pesquisa dos cibermeios de Dourados é o modelo híbrido de pesquisa difundido pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online da Facom/UFBA, desenvolvido pelos pesquisadores Elias Machado e Marcos Palacios. De acordo com Machado (2010), o pesquisador deverá percorrer três etapas:

> 1) Revisão preliminar da bibliografia, acompanhada da análise de organizações jornalísticas relacionadas ao objeto de estudo; 2) Delimitação do objeto com formulações das hipóteses de trabalho e estudo de caso com pesquisa de campo (participante ou não) nas organizações jornalísticas e 3) Elaboração de categorias de análise, processamento do material coletado e definição conceitual sobre as particularidades dos objetos pesquisados. Nossa metodologia permite que o pesquisador, por um lado, revise a bibliografia corrente sobre o objeto e, por outro, possibilita que esta produção conceitual seja testada em estudos de casos específicos (MACHADO, 2010, p. 201).

A análise do objeto é também chamada de pesquisa prévia, ou exploratória que, na explicação de Gil (1995), pode ser usada em estudo de caso e tem como

objetivo oferecer maior familiaridade com o objeto pesquisado, permitindo o uso de entrevista para expor a situação.

De acordo com o autor, as pesquisas descritivas têm como objetivo principal a descrição das características de determinada população, determinado fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Características como a entrevista e a observação sistemática são consideradas técnicas padronizadas deste tipo de pesquisa.

Gil (1995, p. 46) escreve que “as pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática”. Ele define hipótese como a proposição testável que pode vir a ser a solução de um problema científico.

O processo metodológico se apoia, ainda, em entrevistas semiabertas (DUARTE, 2011), com jornalistas responsáveis pela publicação de conteúdo dos sítios de webnotícias, que mais publicaram notícias no período, em que foi realizada a primeira coleta, entre os dias 24 de fevereiro e dois de março de 2013. Segundo o autor, o uso de entrevistas possibilita a identificação de maneiras diversas à percepção e descrição de fenômenos.

Usada em pesquisas qualitativas e quantitativas, a entrevista é definida por Duarte (2011, pp. 62-64) como um recurso metodológico que procura “com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir de experiência subjetiva de uma fonte”, escolhida de acordo com as “informações que se deseja conhecer”, por se tratar de uma “técnica dinâmica e flexível, útil para a apreensão de uma realidade”, permite ainda “identificar as diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos”.

Segundo o autor, o referido método é largamente utilizado em estudos exploratórios que trabalham conceitos, percepções ou visões cujos objetivos visam ampliar conceitos sobre uma determinada situação analisada. É usado, também, em estudos descritivos, nos quais o pesquisador procura mapear uma situação ou um campo de análise para descrever e estudar determinado contexto. A entrevista semiaberta parte de um roteiro-base; enquanto a aberta é executada a partir de um tema central, sem itinerário pré-definido.

Este estudo mapeou e catalogou 20 sítios de webnotícias sediados em Dourados[7]. Após a elaboração do mapeamento e da catalogação dos sítios, foi criada uma ficha com informações básicas sobre os cibermeios, com o intuito de montar o perfil de cada veículo, para compor o panorama dessa mídia em Dourados.

A ficha foi encaminhada por e-mail, em fevereiro de 2012, para ser preenchida por editores ou responsáveis pela publicação do conteúdo dos cibermeios. A partir do recebimento das respectivas fichas preenchidas, foram elaboradas as primeiras entrevistas prospectivas com os responsáveis pela publicação das postagens, cujo objetivo era obter uma primeira impressão do funcionamento da redação dos veículos da mídia online e como se dava seu funcionamento no que concerne às rotinas de produção na redação. Algumas fichas, conforme Quadro 1, foram preenchidas por ocasião da visita às redações.

Quadro 1: Informações do sítio

INFORMAÇÕES DO SÍTIO
Nome: Razão social: Proprietário(s): Grupo de mídia: Jornalistas: Quantos: Formados: Não formados: Endereço: Contato: Editorias: Jornalista Responsável: Fundação (data): Fundador: Verba publicitária (origem em percentual): Média mensal de acessos:

Em seguida, procederam-se as visitas aos sítios para complementação algumas informações da ficha e conhecimento da estrutura das redações.

A partir da delimitação do corpus, a pesquisa foi dividida em quatro etapas:

[7] Catalogação dos cibermeios de Dourados e seus respectivos perfis, ver Anexo 9.

- A primeira etapa compreende a revisão bibliográfica do projeto, efetivada, concomitantemente à segunda fase da pesquisa, que consiste da montagem do perfil dos cibermeios. Nesta primeira fase e, nas duas seguintes, foi realizada, também, análise das organizações jornalísticas que compõem o corpus da pesquisa, de acordo com Machado (2010), a partir da observação livre sobre o funcionamento dos cibermeios de Dourados, acompanhamento de forma não sistematizada.

- A segunda etapa cuidou de traçar o perfil dos cibermeios. Para isso, montou-se uma ficha preenchida com informações básicas sobre os veículos. As informações foram colhidas por e-mail, telefone e entrevista local. Inicialmente, foram encaminhados e-mails para todos os responsáveis pela publicação de notícias dos respectivos cibermeios; em seguida, ocorreu o contato por telefone e, por fim, pessoalmente, a visita aos veículos.

- A terceira etapa envolveu a coleta da primeira amostra de notícias dos cibermeios, feita durante uma semana (de domingo a sábado), no período entre 24 de fevereiro a 2 de março de 2013; quando foi montado um demonstrativo quantitativo e o percentual de notícias locais, regionais, nacionais, internacionais e de fronteira.

- A quarta etapa da pesquisa constou de entrevistas semiabertas, com os editores dos cinco cibermeios que publicaram mais notícias na primeira amostragem feita sobre o funcionamento dos sítios e como os referidos sítios tratam a questão local-global, além de observação livre e não sistematizada dos cibermeios. As entrevistas serviram para repercutir junto aos editores, responsáveis pela produção e circulação dos conteúdos, os dados coletados na amostragem e outras informações sobre o funcionamento dos veículos.

A primeira coleta de notícias dos cibermeios ocorreu entre 24 de fevereiro e 2 de março de 2012; enquanto a segunda foi entre os dias 12 e 18 de janeiro de 2014. O período de seis meses de observações livres das postagens se fez suficiente para perceber que uma semana representa um ciclo de trabalho normal, tempo

necessário para verificar suas rotinas de produção. Para Bauer (2002), as datas do calendário se apresentam como um referencial de amostragem confiável, pois se trata de uma estratégia comum de amostra para publicações regulares.

O período do ano, segundo mês do calendário, foi escolhido porque não caracteriza época especial para a cidade. As datas que poderiam interferir na categorização de notícias seriam os dias próximos ao Natal, aniversário do município, ou até a época da safra agrícola, por exemplo, quando são propícias ao maior número de notícias locais ou regionais. Assim, o período parece atemporal, neutro, sem a força de uma época que indique maior necessidade de publicação de um tipo específico de notícias que possa povoar o noticiário. Os mesmos critérios foram usados para escolha da segunda semana de coleta, entre os dias 12 e 18 de janeiro de 2014, quando as festas de ano novo já passaram, e a mídia volta a noticiar acontecimentos do dia a dia. O intervalo de quase um ano das coletas foi para checar a ocorrência de alguma possível mudança no período, que não ocorreu.

A segunda coleta guarda, todavia, algumas características distintas em relação à primeira, por se tratar de uma coleta mais voltada para a questão qualitativa, que a quantitativa, sem desprezar, contudo, a segunda. Por isso, a coleta envolveu apenas os seis cibermeios que mais noticiaram na primeira amostragem[8]: **Dourados Agora**, **Agora MS**, **Dourados News**, **Folha de Dourados**, **Douranews** e **Folha do MS**. O principal critério levado em conta para a definição deles foi a maior produção noticiosa, em decorrência da regularidade e maior frequência de suas postagens, em relação aos demais.

Na primeira amostragem, os seis sítios juntos somaram 1.993 postagens, o equivalente a 55,36% do total de 3.600 postagens dos 19 cibermeios pesquisados. Nesta segunda amostragem, eles postaram notícias com intervalos de 10 a 15 minutos, em sua maioria, e de segunda a sexta-feira, funcionaram entre 7h e 18h, com exceção do Dourados News, que funcionava até às 20 horas, mantendo os

[8] O Diário MS, responsável por 509 postagens na primeira coleta estava em manutenção no período da segunda coleta; por isso, entraram os dois subsequentes da primeira, Dourados News e Folha do MS. Assim, foi respeitado o critério de maior quantidade de notícias publicadas. Outro fator que contribuiu para a escolha dos dois cibermeios foi para que a soma geral das postagens mantivesse o percentual acima dos 50%, do total das postagens, a fim de evitar distorções na pesquisa. O sítio voltou a funcionar normalmente em março de 2014.

números próximos, bem como os intervalos de postagens e o horário de funcionamento.

As categorias de análise do trabalho preconizadas por Machado (2010) foram, portanto: a) revisão bibliográfica; b) as duas amostragens de notícias coletadas; c) as entrevistas com os responsáveis pela publicação dos conteúdos dos cibermeios; d) as observações livres do funcionamento dos cibemeios no período da pesquisa; e) as características do ciberjornalismo.

Estrutura da dissertação

O estudo está estruturado em cinco capítulos, além desta Introdução e as considerações finais. O primeiro capítulo compreende a revisão bibliográfica e apresenta conceitos teóricos para o norteamento do trabalho, a partir de temas como a questão local-global, “glocalização”, globalização, identidade, cibercultura, ciberjornalismo, entre outros, para se entender as mudanças e transformações na sociedade pós-moderna. Situa-se a “glocalização” como a interação entre o local e o global.

No segundo capítulo, busca-se ampliar o conceito de ciberjornalismo, bem como a contextualização de suas potencialidades da informação produzida e veiculada no ciberespaço, além de formatos e estágios do ciberjronalismo.

O terceiro capítulo trabalha o ciberjornalismo de proximidade, a mídia regional e de proximidade, bem como os critérios que definem este gênero jornalístico. Observa-se, ainda, a perspectiva de gêneros ciberjornalísticos, como o cidadão, propiciado pela viabilidade tecnológica, a partir da construção de participações colaborativas do cidadão comum, que resulta na vertente do ciberjornalismo hiperlocal.

O quarto capítulo apresenta a evolução histórica da imprensa em Dourados, os primeiros periódicos que circularam na cidade e os que existem atualmente. Conta a história da imprensa de Dourados, desde os impressos, ao surgimento da

mídia digital; conecta o passado ao presente, por meio do resgate histórico da mídia regional.

O quinto e último capítulo apresenta os resultados das duas coletas de notícias e suas respectivas análises, tanto do ponto de vista quantitativo, quanto qualitativo, bem como a visão dos responsáveis pela publicação de conteúdo dos cibermeios, expressada por meio de entrevistas semiabertas. Além da observação da perspectiva do local-global, contempla também o funcionamento dos cibermeios: como são usadas as potencialidades propiciadas pela internet na produção noticiosa. Traça o perfil dos 20 cibermeios mapeados e catalogados pelo estudo, sua forma de operar a notícia e a inserção nos contextos histórico, econômico, social e cultural da segunda maior cidade de Mato Grosso do Sul. Caracteriza, ainda, a mídia online como local-regional em função de sua especificidade e atuação junto à sociedade em que está inserida, de maneira segmentada.

1 GLOCALIZAÇÃO, A INTERAÇÃO ENTRE O LOCAL E GLOBAL

Na segunda metade do século passado, o surgimento de um dos mais poderosos meios de comunicação de massa, o rádio fez o teórico canadense Marshall McLuhan enxergar o mundo como uma aldeia global, quando escreveu “A Galáxia de Gutenberg”, em 1962, traduzida para o Português, dez anos mais tarde. Tendo como base, portanto, o potencial comunicacional da internet, que metáfora McLuhan teria que lançar mão, nos dias atuais, para analisar os efeitos provocados pela rede mundial de computadores, no cotidiano da humanidade? Parece evidente que, apesar do contínuo avanço tecnológico digital, tendo a internet como expoente, o pensamento de McLuhan continua tão atual quanto sua aldeia global, origem, também, dos primeiros conceitos sobre globalização[9].

A perspectiva do teórico canadense é também capaz de avaliar os efeitos da internet, por meio dos impactos produzidos na comunicação e nos meios sociais, pois, como observa John Thompson (2004, p. 19), trata-se, também, de uma forma profunda e irreversível, já que o desenvolvimento da mídia “transformou a natureza de produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno”. Para Thompson (2004, p. 19) “os meios de comunicação têm uma dimensão simbólica irredutível” porque “se relacionam com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais que são significativos para os indivíduos que os produzem e os recebem” e reforça essa convicção:

> [...] o desenvolvimento dos meios de comunicação é, em sentido fundamental, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si (THOMPSON, 2004, p. 19).

[9] A globalização iniciada no século XV se intensificou com a era dos descobrimentos. No século XVI, desenvolveu-se com a Revolução Industrial, mas, só após o fim da Segunda Guerra, ganhou fôlego. Com o fim da Guerra Fria e o colapso do bloco socialista, no fim dos anos 80, início dos anos 90 do século passado, ela tomou corpo definitivamente. A partir de uma visão de teóricos sobre o assunto, pode-se dizer que a globalização é um processo de integração entre os povos, nos contextos econômicos, culturais, ideológicos, sociais, em função do avanço das tecnologias e das telecomunicações. Para Hobsbawm (2000), a globalização implica um acesso mais amplo, embora não equivalente para todos, mesmo na sua etapa teoricamente mais avançada. Hall (2001) se reporta à globalização como os processos atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo. Ianni (2001) diz que a globalização alimenta a diversidade de perspectivas, a multiplicidade dos modos de ser, a convergência e a divergência, a integração e a diferenciação.

Ao complementar o pensamento de Geertz, citado por Thompson (2004, p. 20), de que “o homem é um animal suspenso em teias de significado que ele mesmo teceu”, Thompson afirma que “os meios de comunicação são rodas de fiar no mundo e, ao usar estes meios, os seres humanos fabricam teias de significados para si mesmos”. O autor entende a comunicação como uma atividade social distinta, que trabalha a produção, a transmissão e a recepção de “formas simbólicas”, que utiliza recursos de vários tipos. Neste sentido, Alsina (2009) tem percepção semelhante quando, também, divide em três fases, a construção do discurso jornalístico, que são: a produção, circulação e o consumo ou reconhecimento.

A pesquisadora Suzana Barbosa (2002) observa que há um funcionamento descentralizado da internet, em que as informações circulam num fluxo contínuo, que contempla cada vez mais pessoas, a partir de localidades ao redor do globo terrestre. Estes fluxos integram movimentos universais que desembocam na cibercultura, numa articulação com a ideia de não totalização. Para ela, a internet “reflete a diversidade da humanidade e seu funcionamento descentralizado permite usos e apropriações variadas de vozes – a circulação de diversas vozes” (BARBOSA, 2002, p. 2).

O estudo da presença dos cibermeios em cidades do interior traz à tona a necessidade de revisar conceitos, como o de proximidade, termo recorrente ligado à mídia local, como é o caso dos cibermeios de Dourados. Para entender o contexto, é necessário definir outros conceitos que se interligam com o aspecto da proximidade. O primeiro a ser explorado é a questão local.

1.1 O local, espaço onde pulsa a vida

O sociólogo francês Alain Bourdin (2001, p. 36) entende que o local coloca em forma “o mundo da vida diária, sendo ele próprio fundador da relação com o mundo do indivíduo, mas, igualmente, da relação com o outro, da construção comum do sentido que faz o vínculo social”. Para construir o conceito, Bourdin (2001) traça um caminho teórico que perpassa três tipos de locais, inclusive a vulgata localista: o local necessário, o local herdado e o local construído. O local

necessário está ligado ao sentido de pertença do ser social à sua comunidade, cuja base de configuração é o bairro, onde é construído o vínculo social e as representações sociais, o ponto de partida do indivíduo para sua orientação no mundo. O local herdado se relaciona com o passado do indivíduo, sua herança genética, cultural, memória coletiva, códigos transmitidos pela prática, que constroem sua identidade. Finalmente, o local construído, que se relaciona com a espacialidade e as interações sociais. Para formular esse conceito, Bourdin (2001, p. 50) utiliza quatro referenciais:

> O encravamento, quando a distância é infinita, a ubiquidade, quando diversos meios, por exemplo, tecnológicos, permitem aboli-la completamente, a co-presença, quando a distância é reduzida ao mínimo, e a mobilidade, quando a distância é levada em consideração e se procura limitar os efeitos (BOURDIN, 2001, p. 50).

Assim, Bourdin (2001, p. 56) chega a uma definição do local, sem fazer dele, entretanto, uma “necessidade antropológica nem um conteúdo herdado e inevitável, mas uma forma social que constitui um nível de integração das ações e dos atores, dos grupos e das trocas”. Segundo o teórico, todas essas elaborações do local oferecem um lugar de destaque à proximidade e ao seu papel na vida social, embora seja o homem o agente que escolhe estabelecer uma proximidade em todo lugar, desde que lhe seja útil e agradável.

Para Bourdin (2001, p. 13) “as delimitações da localidade são múltiplas e contingentes" e, porque não dizer, complexas e atemporais, uma vez que envolvem, ainda, aspectos geográfico-territoriais e espacial-temporais, sem falar naqueles ligados a outras relações, como culturais, históricas, linguísticas, por exemplo. Pondera que “a vizinhança, o bairro, a cidade ou a região urbana constituem pontos de referência, relativamente estáveis”, mas que, de acordo com os contextos, estes aspectos são definidos de forma distinta. Por outro lado, ele ressalta que:

> Quaisquer que sejam as justificações históricas, naturais ou culturais, todas essas configurações locais são construídas por atores que as constituem em ‘contexto de ações’. Mas, uma vez estabelecido este dado sociológico, econômico e político do caráter contingente e construído com configurações locais, uma vez admitido que elas sirvam de mediação ou de lugar de articulação da ação [...] fica a questão em termos antropológicos sobre a categoria de proximidade (BOURDIN, 2001, p. 13).

Desta forma, podemos entender que é no local, onde pulsa a vida, os costumes se fortalecem, o social se robustece e as tensões domésticas são dizimadas, entendidas e absorvidas. É no local que as identidades são criadas e fortalecidas pelos laços; por vezes, familiares; por vezes, afetivos e culturais, de determinada comunidade, seja na família, primeira célula social, seja na sociedade, no clube, na associação de moradores, na padaria da esquina. Ou ainda, identidades ressignificadas, no bate papo da roda de amigos, sobre amenidades, no bar, onde se reúnem rotineiramente para discutir o mundo nem sempre reduzido, ao território da vizinhança. Peruzzo e Volpato (2009, p. 8) comungam desta lógica, quando afirmam que:

> Pode-se perceber que o local é um espaço que apresenta certa unidade, certa especificidade, mas que pode se modificar como também se modificam seus fluxos, ou seja, possuem características que podem ser transitórias: em dado momento apresentam uma unicidade, em outro momento, não mais. Na prática, a América latina pode ser tomada como uma comunidade, localidade, região, continente (PERUZZO e VOLPATO, 2009, p. 8).

Milton Santos (2006, p. 39), geógrafo brasileiro cujos conceitos foram absorvidos pelas ciências sociais, inclusive, a comunicação, amplia a discussão sobre o tema, quando apresenta a definição de espaço, ao construir ponto de vista crítico, imbuído de valores relativos ao global:

> É formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá. No começo era a natureza selvagem, formada por objetos naturais, que ao longo da história vão sendo substituídos por objetos fabricados, objetos técnicos, mecanizados e, depois, cibernéticos, fazendo com que a natureza artificial tenda a funcionar como uma máquina. Através da presença desses objetos técnicos: hidroelétricas, fábricas, fazendas modernas, portos, estradas de rodagem, estradas de ferro, cidades, o espaço é marcado por esses acréscimos, que lhe dão um conteúdo extremamente técnico. O espaço é hoje um sistema de objetos cada vez mais artificiais, povoado por sistemas de ações igualmente imbuídos de artificialidade, e cada vez mais tendentes a fins estranhos ao lugar e a seus habitantes (SANTOS, 2006, p. 39).

O local e o global, embora remetam inicialmente a pressupostos contraditórios, paradoxais e dialéticos, parecem mais próximos do que imaginamos. Santos (2006, p. 218) sustenta que “a localidade se opõe à globalização, mas também se confunde com ela. O mundo, todavia, é nosso estranho”. Na verdade,

eles estão interligados pelas mesmas configurações que os separam, o processo social, onde a internet parece ser o expoente que melhor configuraria esse estágio.

Castells (2012, p. 287) reforça este princípio, quando afirma que “a internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui, na realidade, a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação”. Segundo o sociólogo espanhol, a internet processa a virtualidade, ao “transformá-la na nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos”.

1.2 O Global, interligado e dependente do local

O termo global advém do globo terrestre, mas, em se tratando de comunicação, está associado à ideia da “aldeia global” de McLuhan (1972). O termo globalização, por sua vez, vem de global e expressa, principalmente, as transformações culturais, históricas, econômicas, políticas e sociais, pelas quais a humanidade passa, e são intensificadas, a partir do final da Segunda Guerra Mundial.

Foi nos anos 90 do século passado, que o fenômeno globalização ficou mais conhecido e estudado no Brasil, em função das seguidas crises econômicas, em contexto nacional e internacional, principalmente, com a adoção do Brasil pelo modelo econômico neoliberal, muito associado à mundialização, como prefere se referir o sociólogo brasileiro Renato Ortiz (2000).

Naquela época, era comum afirmar que um “espirro” da economia de países emergentes do outro lado do planeta, como Coreia e a Rússia era suficiente para contaminar a economia do Brasil. Ao longo da década de 90 do século XX, o mundo presenciou muitas dessas crises econômicas, com o capital volátil mudando de país para país, dependendo das condições de segurança oferecidas pela economia do referido país. O Brasil perdeu muitas reservas, com retiradas diárias do dólar, com reflexos traumáticos na política monetária nacional, por causa da saída de investidores.

Muniz Sodré (2012) liga a palavra globalização à ideia de planetarização, por vir da etimologia grega *plakso*, que significa nivelamento. Para ele, a globalização tem característica mais regional, pois concentra os investimentos em determinadas regiões do globo:

> Global mesmo é a medida da velocidade de deslocamentos de capitais e informações, tornados possíveis pelas tele tecnologias – globalização é, portanto, outro nome para 'teledistribuição' mundial de um determinado padrão de pessoas, coisas e, principalmente, informações (SODRÉ, 2012, p. 23).

O sociólogo brasileiro Octávio Ianni, citado por Martín-Barbero (2012, p. 57), afirma que "o globo deixou de ser uma figura astronômica para adquirir plenamente uma significação histórica"; enquanto Martín-Barbero (2012) percebe nessas transformações tecnológicas e informacionais um deslocamento do sentido de lugar (espaço) no mundo, o que o torna opaco. Na visão de Martín-Barbero (2012, p. 57), a "opacidade que remete de um lado, ao fato de que a única dimensão realmente mundial até agora é o mercado". Para ele, o processo de globalização faz aumentar as diferenças culturais, além de expor cada cultura e identidade a outras, e cita Ianni para reforçar o argumento de que "a mundialização da cultura", por outro lado, reconfigura o sentido da cidadania:

> De tanto crescer para fora, as metrópoles adquirem características de muitos lugares. A cidade passa a ser um caleidoscópio de padrões, valores culturais, línguas e dialetos, religiões e seitas, etnias e raças. Distintos modos de ser passam a concentrar-se e a conviver no mesmo lugar, convertidos em síntese do mundo (IANNI, 1997, *apud* MARTÍN-BARBERO, 2012, p. 61).

Milton Santos (2012) percebe a globalização como um processo de mundialização da técnica ou internacionalização, onde um sistema de forças pode levar o mundo para a homogeneização, a padronização da técnica e da mais valia. Ele entende que a globalização, no século XX, pode levar o homem a conhecer o planeta de forma profunda e extensa, como jamais foi visto. Esse período em que se evidencia o fortalecimento teórico e científico permitiu ao homem não só usar os elementos procedentes da natureza, como criar novos materiais nos laboratórios, produtos da inteligência humana. Esse estágio, positivo na visão de um crítico do capitalismo, é denominado por ele de uma nova globalização. Santos retoma a temática da aldeia global, para inserir a dominação da mídia no processo global:

> Aldeia global tanto quanto espaço-tempo contraído permitiriam imaginar a realização do sonho de um mundo só, já que, pelas mãos do mercado global, coisas, relações, dinheiros, gostos largamente se difundem por sobre continentes, raças, línguas, religiões como se as particularidades tecidas ao longo de séculos houvessem sido todas esgarçadas. Tudo seria conduzido, e ao mesmo tempo, homogeneizado pelo mercado global regulador (SANTOS, 2012, p. 41).

O sociólogo inglês Roland Robertson (1999) que estuda o tema globalização, desde a década de 1960, diverge dos críticos do conceito usual voltado mais para questões como ocidentalização, americanização ou mesmo de modernização. Ele propõe uma compreensão do termo mais voltado para a relação tempo-espaço, na perspectiva do mundo como um todo. Nesse sentido, sugere uma reflexão capaz de contemplar o universalismo-particularismo como uma forma global-cultural, que vai de encontro ao conceito defendido por Appadurai (1998) das relações disjuntivas proporcionadas pela globalização.

Robertson (1999) propõe uma atualização de paradigma, ao sugerir a troca de conceito de globalização por glocalização, ao aproximar, também, a perspectiva conceitual de global-local à universal e particular:

> [...] tal noção de glocalização, na verdade, carrega muito do que eu mesmo anteriormente, escrevi sobre globalização. Do meu ponto de vista analítico e interpretativo, o conceito de globalização envolveu a simultaneidade e a interpretação do que está sendo convencionalmente chamado de global e local – ou em veio mais abstrato – de universal e particular (Falando especificamente sobre minha posição teórica no debate atual sobre globalização e seus discursos, parece ser necessário, acredito, substituir o criticado termo “globalização” pelo termo “glocalização”, a fim de tornar minhas observações mais precisas) (ROBERTSON, 1999, p. 254).

Esse conceito, portanto, parece cada dia mais atual, pois absorve as nomenclaturas e terminologias mais próximas da realidade e por isso foi adotado por este trabalho. No momento em que a glocalização se faz presente no cotidiano de cada cidadão, esteja ele onde estiver, onde o mundo parece mais próximo e interconectado pelas tecnologias globais e locais, presentes nas culturas locais.

1.3 Glocal, a interação do próximo e do distante

A lógica da relação global-local desemboca no “glocal” [10], uma espécie de interação, de intercomunicação entre o distante e o próximo, pelas relações dos fluxos comunicacionais, por intermédio das redes, em que o global e local se juntam e se separam e, propiciam novos significados para as identidades locais. Cazeloto (2007, p. 49) usa a visão de Trivinho (2001a), para compreender o glocal, pelo viés do processo sócio-histórico-cultural. O autor amplia o conceito na seguinte definição:

> Glocal é um neologismo usado para indicar a superposição de um conceito global a uma realidade local, a partir de um meio de comunicação, prioritariamente (mas não exclusivamente) operando em tempo real. No ambiente glocalizado, o sujeito se vê em um contexto simultaneamente local (o espaço físico do acesso, mas também o seu meio cultural) e global (o espaço mediático da tela e da rede, convertido em experiência subordinativa da realidade). Sem o fenômeno da glocalização, suporte comunicacional das trocas em escala global, a derrubada das fronteiras para a circulação de produtos, serviços, formas políticas e ideias estaria prejudicada ou impossibilitada (CAZELOTO, 2007, p. 49).

Para Castells (1999), na economia global, os sistemas avançados de telecomunicações podem localizar qualquer ponto no planeta; por isso, os pequenos grupos comerciais, de centros regionais, aderem à rede e se tornam mercados emergentes. A internet, por suas características próprias, principalmente, com a capacidade de interligar e acelerar mercados representa bem esta interação entre o global e o local, na perspectiva de Castells (1999, pp. 470-471).

> É um processo que conecta serviços avançados, centros produtores e mercados em uma rede global com intensidade diferente e em diferente escala, dependendo da relativa importância das atividades localizadas em cada área vis-à-vis a rede global. Em cada país a arquitetura de formação de redes reproduz-se em centros locais e regionais, de forma que o sistema todo fique interconectado em âmbito global (CASTELLS, 1999, pp. 470-471).

A exposição das imbricações observadas nesta relação local-global, que deságua, naturalmente, no glocal, demonstra como esses fenômenos estão de

[10] O termo “glocal” surgiu na década de 80 do século XX, inicialmente, no Japão, ligado ao marketing, à propaganda, para referir-se à produção de produtos globais com valores locais. No Ocidente, o primeiro autor a abordar a ideia de glocal foi Roland Robertson (1999). Para ele, o conceito de "glocalização" tem o mérito de restituir à globalização a sua realidade multidimensional. A ideia, também, foi associada a agenda de sustentabilidade ambiental, para pensar o global no agir local.

alguma forma, interligados, ao processo de globalização, mundialização ou internacionalização (ORTIZ, 2000; APPADURAI, 1998).

Ao analisar o processo de mundialização, Appadurai (1998), acusa a existência de uma tensão entre a homogeneização cultural e a heterogeneização cultural. Na visão deste autor “a nova economia cultural global procura ser interpretada como uma ordem disjuntiva, superposta e complexa, que não pode mais ser interpretada em termos dos modelos de centro e periferia existentes”, como anuncia Appadurai (1998, p. 312).

Ele entende que a complexidade que a economia global atingiu está relacionada com algumas disjunções entre a economia, a cultura e a política, e, para fundamentar seu estudo sobre o assunto, utiliza cinco dimensões de fluxos da cultura global: etnopanoramas, midiapanoramas, tecnopanoramas, finançopanoramas e idiopanoramas. São cenários construídos pelo autor, a partir de uma estrutura de análise proposta com base nos deslocamentos de pessoas, mídias, tecnologias, economias, e ideologias, buscando espaço num mundo fluido, líquido (BAUMAN, 2005).

Appadurai (1998, p. 312) explica que utiliza essa terminologia, com o sufixo panorama, por se tratar de interpretações, de perspectivas, “modeladas pelo posicionamento histórico, linguístico e político das diferentes espécies de agentes”, que são “os estados nacionais, as multinacionais, as comunidades diaspóricas”, além dos movimentos religiosos, políticos e econômicos. O autor não esquece, contudo, de situar o indivíduo nessa intrincada engrenagem:

> Na realidade, o agente individual é o último local deste conjunto de panoramas, pois os mesmos são eventualmente percorridos por agentes que ao mesmo tempo conhecem e constituem formações mais amplas, em parte pelo seu próprio sentido daquilo que essas paisagens oferecem. Dessa forma, essas paisagens constituem o bloco construtivo daquilo que, ampliando o que afirmou Benedict Anderson eu gostaria de chamar de “mundos idealizados”, isto é, os mundos múltiplos constituídos pela imaginação historicamente situadas das pessoas e dos grupos disseminados pelo mundo inteiro (Appadurai, 1989). (APPADURAI, 1998, pp. 312-313).

Segundo o autor, sempre houve, ao longo da história da humanidade, as disjunções entre os fluxos dessas ideias; mas, agora, alguns elementos, como a velocidade, a escala e o volume de cada um deles, tornaram essas disjunções

fundamentais para a política cultural global. Esses fluxos trariam ainda, embutidos em seu bojo, outros fenômenos, segundo o teórico, como o processo de desterritorialização, uma das forças básicas do mundo moderno, que segue a mesma lógica, de pessoas, dinheiro, tecnologias etc. Por fim, o autor pontua de forma crítica a dicotomia igualdade e diferença, marcada pelas disjunções entre os fluxos que culminam numa cenário de incertezas provocadas pelas disjunções.

Se as disjunções vão criar desterritorialidades, vão criar também novas territorialidades, ou novas comunidades e, em consequência, novas identidades. Assim, a globalização da comunicação, ao tempo que possibilita a difusão das informações mundialmente é responsável, também, por despertar o interesse pelo local e, consequentemente, fortalecer as comunidades, como forma de enfrentar as ameaças à globalização.

Peruzzo (2005) vai nessa mesma direção, quando se refere à questão territorial física, por entender que, atualmente, a noção de território geográfico como determinante do local e do comunitário é fato superado em função do surgimento de novos valores que vão definir os novos laços de convivência:

> Para lá das dimensões geográficas, surge um novo tipo de território, que pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação etc. Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, valores, religião etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças etc.) são tão importantes quanto às de base física. São elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter (PERUZZO, 2005, p. 4).

Esse posicionamento da autora está ancorado no conceito de Bourdin (2001) sobre a questão local, quando argumenta a impossibilidade da definição de fronteiras precisas entre o regional, local e o comunitário, transportado, também, para a circulação dos meios de comunicação.

1.4 Identificações Globais

A pesquisadora em estudos culturais, a inglesa Kathryn Woodward (2012), em estudo sobre identidade e diferença, traça percurso teórico-conceitual para

entender porque as diferenças produzem importantes significados no processo de construção das identidades. Para ela, as transformações globais ocorridas nas estruturas políticas, econômicas e sociais no mundo contemporâneo trazem à discussão temas como “identidade e as lutas pela afirmação e manutenção das identidades nacionais” (WOODWARD, 2012, p. 25), uma vez que estas alterações não acontecem apenas nas escalas global e nacional, mas, também, na formação da identidade, provocando impacto, ainda, nos âmbitos locais e pessoais.

A autora busca na leitura de Ernesto Laclau elementos para enfatizar que as crises globais da identidade têm a ver com ‘deslocamento’; por isso, nas sociedades modernas, não existem identidades fixas, mas pluralidade de centros, e o que ocorreria, na verdade, seria um “deslocamento de centros”. O mesmo Laclau, citado por Woodward (2012), argumenta que esse movimento apresenta implicações positivas, pois o deslocamento indica a existência de diversos e diversificados lugares, onde vão surgir novos sujeitos, vão expressar essas novas identidades.

Woodward (2012, p. 9) usa um exemplo do *front* da guerra entre sérvios e croatas, na antiga Iugoslávia, a luta entre vizinhos, que, em tempos recentes, dividiam o mesmo território e os mesmos aspectos culturais do cotidiano, até o mesmo cigarro, separados pela guerra, para reforçar os princípios identitários e da diferença estabelecidos pela nova organização geopolítica e social, naquela região. A autora usa essa história para mostrar que a identidade tem caráter relacional, uma vez que, para a identidade sérvia, depende de algo fora dela, “de outra identidade (Croácia), de uma identidade que ela não é e que difere da identidade sérvia, mas que fornece as condições para que ela exista”. Para a autora, o tema identidade se transformou numa das questões centrais, nos processos de reconfigurações globais das identidades nacionais e étnicas nos contextos emergentes dos ‘novos movimentos sociais’ preocupados com a ‘reafirmação das identidades pessoais e culturais’.

Assim como Woodward, Hall (2006) trata a questão da identidade como um processo de representação social. Assim “moldagem e a remoldagem de relações espaço-tempo no interior de diferentes sistemas de representação têm efeitos profundos sobre a forma como as identidades são localizadas e representadas” (HALL, 2006, p. 71).

O autor usa um modelo que contempla três categorizações para definir os efeitos da globalização sobre a identidade:

> a) As identidades nacionais estão se desintegrando, como resultado do crescimento da homogeneização cultural e do 'pós-moderno global'; b) estão sendo reforçadas pela resistência à globalização; c) As identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades – híbridas – estão tomando seu lugar (HALL, 2006, p. 69).

Embora Hall (2012) busque na psicanálise de Freud e Laclau alguns aspectos teóricos para construir seu conceito de identidade, ele se aproxima de Woodward (2012) em alguns pontos, principalmente, quando diz:

> [...] as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela. Isso implica o reconhecimento radicalmente perturbador de que é apenas por meio da relação com o Outro, da relação com aquilo que não é, com precisamente aquilo que falta, com aquilo que tem sido chamado de seu *exterior constitutivo*, que o significado "positivo" de qualquer termo – e assim, sua "identidade" – pode ser construído (DERRIDA, 1981; LACLAU, 1990; BUTLER, 1993). As identidades podem funcionar ao longo de toda a sua história, como pontos de identificações e apego apenas *por causa* de sua capacidade para excluir, para deixar de fora, para transformar o diferente em "exterior", em abjeto (HALL, 2012, p.110).

Deste modo, Hall (2012, p. 110) entende que toda identidade tem necessidade daquilo que lhe faz falta, ou seja, daquilo que lhe completaria, mesmo que este pedaço faltoso, esta lacuna, seja um "outro silenciado e inarticulado". Outra inferência usada pelo autor para identidade é o ponto de sutura, o ponto de encontro, o ponto de interseção entre os discursos dos sujeitos na reconstrução de "novas identificações".

Tomaz Tadeu da Silva, pesquisador brasileiro que também estuda o tema identidade, acrescenta o elemento poder em seus conceitos. Para Silva (2012, p. 81), a identidade e a diferença têm estreita relação com o poder, pois, no entendimento dele "a afirmação de identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens materiais", uma vez que, na disputa pela identidade, estariam, também, em jogo, outros valores simbólicos e materiais da sociedade.

Os pesquisadores dos estudos culturais de maneira geral associam as questões ligadas à identidade. Cada um usa nomenclatura própria, mas converge para as transformações promovidas tanto em função da própria globalização, quanto

pelas transformações sociais da sociedade pós-moderna. Por sua vez, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2005) argumenta que a globalização alterou as condições de trabalho, as relações estatais, bem como o processo de alteridade, a relação do eu com o outro, que torna o mundo líquido e fluido. Afirma que o fato de um indivíduo se comprometer com uma única identidade para toda a vida seria um risco, porque a identidade é para usar, e não para usar e exibir, e não para armazenar e manter.

1.5 Cibercultura, o "novo universal"

A internet se insere no rol das tecnologias responsáveis pelas mudanças e transformações recentes da sociedade contemporânea, em função, também, de ser um dos expoentes da globalização. Nessa perspectiva, o que poderá ser dito do papel dela na cibercultura[11]? De acordo com Rüdiger (2011, p. 10), a palavra cibercultura dá conta de fenômenos que resultam das novas tecnologias de comunicação, principalmente, da mídia digital interativa. Com base em sua visão crítica, o teórico brasileiro define cibercultura como "a formação histórica, ao mesmo tempo prática e simbólica, de cunho cotidiano, que se expande com base no desenvolvimento das novas tecnologias eletrônicas de comunicação".

Para Lévy (1999), a cibercultura representa o aparecimento de um "novo universal, diferente das formas culturais que vieram antes dele, no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer", porque a cibercultura "leva a copresença das mensagens de volta a seu contexto como ocorria nas sociedades orais, mas em outra escala, em uma órbita completamente diferente". Como um otimista cibernético, como ele próprio se autodefine, Levy (1999) entende que a internet não resolverá todos os problemas culturais e sociais do mundo, embora seja preciso reconhecer dois fatos:

> Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação, diferentes daquelas que as

[11] Para Lévy (1999), o termo cibercultura especifica um conjunto de técnicas (materiais e imateriais), de práticas, atitudes, modos de pensamento e de valores que se desenvolvem com o crescimento do ciberespaço.

> mídias clássicas propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano (LÉVY, 1999, p. 11).

André Lemos (2005, p. 3) percebe alterações no espaço urbano, propiciadas pela cibercultura, que ele chama de 'era das conexões e da mobilidade', no processo de interatividade conectiva entre homens e homens, homens e máquinas, e, máquinas e máquinas. Na era das conexões há uma estreita relação das cidades com as tecnologias e os aparelhos móveis, as redes *wi-fi,* o *bluetooth*, os celulares, *tablets*, *smartphones,* e outras tecnologias similares da comunicação sem fio, criando-se o que ele denomina de cidade ciborgue.

> Define-se mobilidade como o movimento do corpo entre espaços, entre localidades, entre espaços privados e públicos. Parece que novas práticas do espaço urbano surgem com a interface entre mobilidade, espaço físico e ciberespaço [...]. As consequências devem interessar os estudiosos da comunicação, do urbanismo e da sociologia, sem falar no desenvolvimento técnico dos aparelhos (LEMOS, 2005, p. 3).

Ao refletir sobre esse panorama mundial desenhado pela globalização, Lemos (2005) invoca teóricos sociais contemporâneos, como Deleuze, Castells, Bauman, entre tantos, só para citar estes, que tratam os fluxos de capitais, tecnologias, por exemplo, para explicar os movimentos sociais numa perspectiva de deslocamentos que resultam em territorialização e desterritorialização, como consequência natural da mobilidade urbana planetária, que levou a sociedade para a rede.

Nesse contexto relacional homem-máquina, Lemos (2013) percebe a cibercultura como ferramenta de uma sociedade estruturada por meio de conectividades telemáticas, o que faz ampliar o potencial de comunicação, com a troca de informação das mais diversas formas, propiciando-se, assim, mais agregações sociais; pois o ciberespaço cria um mundo que trabalha interligado por símbolos, "portais, sítios e *home pages*, permitindo colocar o poder de emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informações, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema" (LEMOS, 2013, p. 88).

Neste sentido, Rüdiger (2013, p. 69) percebe a cibercultura com um "potencial revolucionário das novas tecnologias na vida cotidiana", uma vez que as ferramentas desse universo tecnológico (celulares, computadores, *tablets* e outros dispositivos) estão à disposição dos indivíduos para interferirem no mundo, por meios de

movimentos políticos e sociais, sem se desconectar, contudo, do “ativismo local”. Segundo o autor, esses recursos permitem a mais e mais pessoas se articularem para expressar seus sentimentos de repulsa e indignação contra as injustiças étnicas, econômicas, políticas e sociais em maior escala.

Foi exatamente isso que o Brasil testemunhou entre os dias 13 e 30 de junho de 2013, quando milhares de pessoas, principalmente jovens, foram às ruas das principais cidades, num movimento que ficou conhecido pela falta de lideranças políticas, uma vez que o protesto tinha como alvo os políticos e seus comportamentos dissociados da realidade dos seus representados, a população brasileira. O protesto que teve início nas ruas de São Paulo, no dia 13 de junho, e se estendeu pelo país, nos dias seguintes – usou como elemento de combustão o aumento das passagens de ônibus, em R$ 0,20 (vinte centavos) -, foi articulado nas redes sociais. Mostrou não só a força destas ferramentas de comunicação, como utilizou a cibercultura, o ciberespaço num mesmo propósito, que mobilizou e reuniu milhares de insatisfeitos com o sistema, naquele momento em vários lugares de diferentes regiões do país, interligados numa mesma rede e num mesmo sentimento. Rüdiger (2013) ratifica este comportamento social que usa a cibercultura como instrumento de desafogo:

> Os equipamentos informáticos portáteis e domésticos permitem o desvio em relação às agendas estatais e corporativas, via a construção de redes liberadas de injunções, de novos espaços e movimentos e oposição ou, via o encorajamento que elas dão ao debate e análise crítica da mídia, tanto quanto para o surgimento de novas formas de jornalismo (RÜDIGER, 2013, p. 69).

Baseado em análise de socialidade contemporânea, proposta por Michel Maffesoli, Lemos (2013, p. 88) sugere que a cibercultura, na verdade, traduz “uma estética social alimentada pelas tecnologias do ciberespaço (redes informáticas, realidade virtual, multimídia)”. A cibercultura, portanto, se transmuta na socialidade como prática da tecnologia, resultado de uma efervescência social.

2 CIBERJORNALISMO, A INFORMAÇÃO NO CIBERESPAÇO

O avanço das novas tecnologias, principalmente da internet, tem favorecido também o surgimento e, consequentemente, o fortalecimento de portais regionais de notícias, de forma massiva e segmentada. Barbosa (2002, p. 64) avalia que esses portais "[...] se distinguem pela atuação segmentada e pela relação direta estabelecida entre comunidade e conteúdo", por eles produzido. Esses portais, que, aqui, serão chamados de cibermeios, constituem-se em exemplo de apropriação da tecnologia e seguem a lógica de articulação local-global, ao incorporam conceitos ligados ao contexto da globalização.

Bastos (2005, p. 3) entende por ciberjornalismo, em linhas gerais, "aquele produzido para publicações na web", por profissionais que devem trabalhar exclusivamente, nessas publicações. Na visão dele, o ciberjornalismo difere de outros gêneros jornalísticos, em função do uso da tecnologia "enquanto fator determinante em termos de uma definição operacional". Pela sua ótica, o ciberjornalismo amplia os limites do jornalismo tradicional, já que os leitores, por estarem em rede, podem interagir entre eles e a notícia; oferecem, portanto, mais informação ao conteúdo publicado, com opiniões, ou mesmo links, mapas de navegação, sobre o fato noticiado.

Outro pesquisador português Fernando Zamith (2011), a partir da visão de Canavilhas (2001), Salaverría (2005b), Díaz Noci e Salaverría (2003), Pavlik (2001) valida o termo ciberjornalismo como o mais adequado para o jornalismo produzido pelos cibermeios, porque "depois de algumas hesitações iniciais, é hoje assumido consensualmente que as características distintivas da Internet justificam a existência de um novo tipo de jornalismo" (ZAMITH, 2011, p. 23).

O pesquisador espanhol Ramón Salaverría (2005b) amplia as considerações sobre o assunto, ao afirmar que o ciberjornalismo, além de uma nova maneira de fazer jornalismo, se constitui em uma nova modalidade profissional, pela capacidade que tem de alterar os três processos básicos da produção da notícia, quais sejam apuração, produção e difusão, por se tratar da especialidade do jornalismo que utiliza o ciberespaço na elaboração e circulação do conteúdo jornalístico. Essa alteração é provocada, basicamente, pelo surgimento da internet, e,

consequentemente, das redes interativas, que permitem acessos aos bancos de dados, disponibilizados por estas ferramentas. É importante destacar a observação de Salaverría (2005b), no que se refere à narrativa textual, quando lembra que, ao ser produzido por meio digital, para ter maior aproveitamento das possibilidades comunicativas e expressivas da internet, o ciberjornalismo contempla todas as capacidades jornalísticas existentes anteriormente, ou seja, texto, imagens, gráficos, animação, áudio, vídeo, distribuição em tempo real, em função dos novos suportes tecnológicos.

Zamith (2011, p. 24) lembra, ainda, que López García "recorre à raiz etimológica do termo ciberjornalismo, ao observar que a cibernética é a ciência que estuda a comunicação e o controle nos animais e nas máquinas" e que, portanto, "todo o processo se baseia na retroalimentação e retroação (*feedback*), o que permite superar erros ou carências". Ao se referir à narrativa do ciberjornalismo, Salaverría (2005b) faz questão de ressaltar que o uso das possibilidades multimídias propiciadas pela internet está apenas no começo, já que grande parte dos cibermeios ainda não consegue usar a combinação palavra-som-imagem na produção de seus conteúdos.

Para Mielniczuk (2003, p. 43), a palavra ciberjornalismo remete à ideia do jornalismo feito com a ajuda "das possibilidades tecnológicas oferecidas pela cibernética", o jornalismo feito com o auxílio do ciberespaço[12], e que "a utilização do computador para gerenciar um banco de dados na hora da elaboração de uma matéria é um exemplo da prática do ciberjornalismo". Schwingel (2012) segue na mesma linha dos conceitos apresentados sobre ciberjornalismo, além de trazer uma complementação, a nosso ver, quando se refere às possibilidades do papel desempenhado pelo usuário no processo de produção e à flexibilização temporal e espacial, ao afirmar o seguinte:

> Ciberjornalismo é a modalidade jornalística no ciberespaço fundamentado pela utilização de sistemas automatizados de produção de conteúdos que possibilitam a composição de narrativas hipertextuais, multimídias e interativas. Seu processo de produção

[12] A palavra ciberespaço foi criada em 1984, por William Gibson, em seu romance de ficção científica Neuromancer. O termo, no livro, refere-se ao universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais. O termo foi imediatamente retomado pelos usuários de redes digitais. Para Pierre Lévy, ciberespaço é o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores (LÉVY, 1999).

> contempla a atualização contínua, o armazenamento e recuperação de conteúdos e a liberdade narrativa com a flexibilização dos limites de tempo e espaço, e com a possibilidade de incorporar o usuário nas etapas de produção. Os sistemas de gerenciamento e publicação de conteúdos são vinculados a bancos de dados relacionais e complexos (SCHWINGEL, 2012, p. 37).

A autora elenca os seis princípios básicos desta nova linguagem jornalística estabelecidos por Bardoel e Deuze (2001) e Palacios (2003): multimidialidade, interatividade, hipertextualidade, customização dos conteúdos, memória e atualização contínua; e acrescenta mais dois: a flexibilização dos limites de tempo e espaço, como fator de produção; e o uso de ferramentas automatizadas no processo de produção. A evolução do ciberjornalismo, na visão de Schwingel (2012), ocorre em função do processo produtivo, e a definição de uma linguagem própria e com processo bem estruturados que possibilitam a aplicação industrial prática. As particularidades da sua linguagem, da sua narrativa, com sua singularidade, estão identificadas nas características que a diferenciam das outras mídias, anteriores à internet.

Embora o jornalismo feito para e com a ajuda da internet exista há quase duas décadas, ainda não há uma unanimidade sobre a nomenclatura para melhor definir esse gênero jornalístico. Assim, a terminologia varia de jornalismo online, a jornalismo digital, jornalismo eletrônico, passando por webjornalismo, até chegar ao ciberjornalismo. De acordo com Mielniczuk (2003, p. 43), o termo online apresenta ligação com o tempo real “o fluxo de informação contínuo e quase instantâneo”, porque “as possibilidades de acesso e transferência de dados online utilizam-se, na maioria dos casos, de tecnologia digital”, embora “nem tudo o que é digital é online”.

Para Kawamoto (2003), o conceito de jornalismo digital envolve o uso das tecnologias digitais na pesquisa, produção e distribuição de notícias e informações na internet. Mas, alerta para a constante atualização do termo, em função do constante avanço das tecnologias e até da própria mudança do jornalismo como instituição. Sobre webjornalismo, Mielniczuk (2003) “refere-se a uma parte específica da internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável”. Ela chama atenção, contudo, que, apesar de o público em geral desconhecer “a internet envolve recursos e processos”, mais amplos que a web.

Nesse aspecto, Briggs (2007, p. 16) frisa bem as diferenças existentes entre os termos Internet e web. Para ele “a internet se refere à rede de computadores conectados que trocam informações, enquanto a ‘world wide web’ se refere a um modo de acesso à informação através da internet usando o ‘hypertext transfer protocol’ (HTTP) e os navegadores da web”, e não inclui outros recursos, como e-mails, mensagem instantânea, e transferência de arquivo (FTP). O navegador da web é a ferramenta que o internauta utiliza para acessar informações da internet publicadas como parte da WWW. Na verdade, trata-se de um software conhecido como Internet Explorer, Firefox etc. Utilizamos o referencial de nomenclatura, elaborado por Mielniczuk, para ilustrar a variação de termos utilizados para o jornalismo produzido pelos cibermeios, conforme Quadro 2.

Quadro 2: Resumo de definições das práticas do jornalismo na internet

Nomenclatura	Definição
Jornalismo eletrônico	Utiliza equipamentos e recursos eletrônicos
Jornalismo Digital ou Jornalismo Multimídia	Emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de *bits*
Ciberjornalismo	Envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço
Jornalismo *Online*	É desenvolvido, utilizando-se tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real
Webjornalismo	Diz respeito à utilização de uma parte específica da Internet, que é a *web*

Fonte: Mielniczuk (2003, p. 44, com adaptação).

De acordo com Canavilhas (2001), a nomenclatura está relacionada ao suporte técnico. Portanto, assim como o rádio produziu o radiojornalismo; e a TV, o telejornalismo; e os jornais, o impresso; a internet, por esta analogia, tem o ciberjornalismo, terminologia que caracteriza o jornalismo produzido para este ambiente. A plataforma que reúne todas as mídias e cuja evolução e transformações vão proporcionar uma nova linguagem. Essa visão é ratificada por Mielniczuk (2003), quando observa a especificidade imputada a cada veículo de comunicação. Sendo, pois, a ferramenta um espaço favorável à multiplicidade de informações, opiniões e pensamentos, não mais dominada apenas pela redação, o que torna necessário compreender melhor esse novo fazer jornalístico.

Portanto, optou-se pelo uso do termo ciberjornalismo no trabalho, por entendermos, ser este, o que mais se ajusta às circunstâncias, já que se trabalhou

com os elementos mais pertinentes a este conceito. Mas, também, pelo estudo tratar de aparatos ligados não só à internet, mas, principalmente, à plataforma web e suas possibilidades narrativas, no caso, os cibermeios.

2.1 Características do Ciberjornalismo

Inicialmente, quatro delas foram identificadas em estudos realizados pelos pesquisadores holandeses Jo Bardoel e Mark Deuze (2001), no contexto internacional: a interatividade, a customização de conteúdo ou personalização, a hipertextualidade e a multimidialidade, denominados como jornalismo em rede (SCHWINGEL, 2012). A partir daí, pesquisadores brasileiros, como Marcos Palacios, Elias Machado, Suzana Barbosa, Luciana Mielniczuk e Carla Schwingel aprofundaram estudos na área do Ciberjornalismo, acrescentando novos conceitos, inclusive, ao ampliar as características do jornalismo produzido para a web:

> No Brasil, Palacios (1999), em diálogo com a produção prévia sobre narrativa hipertextual, identificou as seguintes características do jornalismo na internet: 1) multimidialidade/convergência, 2) interatividade; 3) hipertextualidade, 4) personalização e 5) memória. Desde as questões levantadas por Machado em sua tese, o professor Marcos Palácios acrescenta a 6) atualização contínua como característica para a prática que passa, a partir dos trabalhos de Mielniczuk (2003), a denominar de webjornalismo (PALACIOS, 2002). Tendo em vista a perspectiva de produção em que esta pesquisa está inserida, acrescenta-se a tais parâmetros a 7) flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção (SCHWINGEL, 2003), bem como a 8) utilização de ferramentas automatizadas no processo de produção, como definidores do ciberjornalismo (SCHWINGEL, 2012, p. 53).

É importante observar o comentário de Palacios (2003) sobre as características como potencialidades do jornalismo praticado no ciberespaço, que, nem sempre, são utilizadas pelos veículos de comunicação:

> Essas [...] características [...] refletem as potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a web. Deixe-se claro preliminarmente, que tais possibilidades abertas pelas Novas Tecnologias de Comunicação (NTC) não se traduzem, necessariamente, em aspectos efetivamente explorados pelos sítios jornalísticos, quer por razões técnicas, de conveniência, adaptação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor. Estamos a falar, fundamentalmente, de

> potenciais que são utilizados, em maior ou menor escala, e de forma diferente, nos sítios jornalísticos (PALACIOS, 2003, p. 17).

Palacios (2003, p. 17) pondera, também, que não há um modelo fechado, “mais avançado” ou “mais apropriado” no jornalismo praticado atualmente, na web, uma vez que a própria tecnologia e o pouco tempo de existência do novo suporte abrem espaço para essa multiplicidade de formatos “possíveis e complementares”.

Multimidialidade/Convergência – De acordo com Palácios (2003, p. 18) esta potencialidade do ciberjornalismo está associada à “convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico”. Para o autor, ela é viabilizada “pelo processo de digitalização da informação”, que, em seguida, é disponibilizada pela circulação nas múltiplas plataformas e nos suportes disponíveis aos usuários da internet. Schwingel (2012) considera que as delimitações do ciberjornalismo conectam a multimidialidade à composição narrativa, por intermédio de um sistema de publicação associado à base de dados da própria organização jornalística. Pela sua função na construção da narrativa jornalística, a multimidialidade mantém proximidade com a hipertextualidade, pois as duas criam uma espécie de dependência e complementaridade. Essa compreensão é explicitada por autores como Pavlik (2001), Diaz Noci e Salaverría (2003) e Bastos (2005), quando concordam que as duas potencialidades podem construir a hipermédia.

Interatividade – Palacios (2003, p. 18) ressalta ao se basear na visão de Bardoel e Deuze (1999), que a notícia online “tem a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se mais diretamente parte do processo jornalístico”. Normalmente, isso ocorre “pela troca de e-mails entre leitores e jornalistas”, quando os leitores podem manifestar suas opiniões sobre determinados assuntos, ao postar comentários, ou participar de fóruns de discussões, com jornalistas, online. Machado (1997) acrescenta valor ao debate quando opina que a interatividade acontece ainda pela navegação do hipertexto. De acordo com Palacios (2003, p. 19), adota-se “o termo multi-interativo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na web”. Os jornalistas estadunidenses Bill Kovach e Tom Rosentiel destacam que, na internet, qualquer cidadão pode se transformar em repórter e, que o jornalista não decide mais o que deve ou não ser noticiado, papel destinado pela tecnologia ao público, porque o público quer ver na notícia a sua

participação como coautor. Kovach & Resentiel (2004, p. 42) observam, contudo, que essa interação *high-tech* é um novo "jornalismo que lembra a conversação, bem parecido com o jornalismo original que ocorria nos bares e cafés, há quatrocentos anos. Sob esse ponto de vista, a função do jornalismo não mudou na era digital", porque a tecnologia mudou, mas os princípios são os mesmos. É a interatividade que propicia não só a maior participação do internauta na feitura de uma matéria, mas, também, coloca-o como protagonista desse novo fazer jornalístico, favorecendo, com isso, a configuração do Jornalismo Cidadão. Zamith (2011) lembra que a imprensa sempre considerou a interatividade como uma espécie de patinho feio, devido as "suas características impeditivas de uma comunicação imediata entre leitores e jornalistas, quase sempre remete para um espaço pequeno e secundário a publicação (raramente integral) das tradicionais "cartas ao diretor"" (ZAMITH, 2011, p. 28).

Hipertextualidade – Palacios (2003, p. 19) defende que esta característica possibilita a interconexão de textos, por meios de *links*, ou seja, pelas hiperligações. O autor reconhece, porém, a ampliação do conceito feita por Canavilhas (2008) e Bardoel e Deuze (1999), pois estes consideram a possibilidade do texto noticioso remeter, por meio de *links,* para "várias pirâmides invertidas das notícias", ou mesmo para outros elementos complementares, como fotos, infográficos, sons, vídeos, animações etc., ou, ainda, sítios relacionados ao tema abordado pela notícia. Schwingel (2012, p. 57) entende por hipertextualidade "a própria estrutura do protocolo da *world wide web,* a natureza do ciberjornalismo [...], as conexões, os links, as vinculações entre os conteúdos", transformada numa teia construída e percorrida "ao deslocar-se por informação". Para ela, a característica possibilita trabalhar pontos como contexto e profundidade do conteúdo e promove desdobramento da informação em outras estruturas informativas. Canavilhas (2008), a partir da visão do sociólogo e filósofo Ted Nelson, define hipertexto como um texto não linear e interativo que usa o computador como suporte; entende que a definição se aproxima do conceito hipermídia, que liga blocos de informação com conteúdo de mídias diferentes. Ele considera a teoria do hipertexto fundamental no estudo desenvolvido no campo do jornalismo produzido no ambiente web, pois influencia as áreas do ciberjornalismo, porque interfere com a linguagem, os gêneros e com a forma como os receptores se relacionam com os conteúdos por meio da

interatividade. Canavilhas (2008, p. 2) pontua que esta característica é "particularmente importante porque marca uma diferença fundamental em relação às notícias da imprensa escrita, não pelo facto de ser hipertextual, mas porque implica uma ação, o click num link", além de possibilitar a interconexão de textos. Em estudo aprofundado sobre este assunto, Mielniczuk (2003, p. 94) ressalta o papel do hipertexto na organização da informação na web, principalmente, na apresentação da notícia. Segundo a pesquisadora "o hipertexto impõe uma lógica de funcionamento para a apresentação das informações na web, exercendo a função de matriz que organiza as informações no espaço e no tempo"; por isso mesmo, ela considera a potencialidade um dispositivo da escrita na web.

Customização do Conteúdo/Personalização – De acordo com Palacios (2003, p.19), esta potencialidade "consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os interesses individuais". O autor afirma que existem sítios de webnotícias "que permitem a pré-seleção dos assuntos, bem como a hierarquização e escolha de formato de apresentação visual", pois deste modo, quando o usuário acessa determinado sítio, "a página de abertura é carregada na máquina dele, atendendo a padrões previamente estabelecidos, de sua preferência". López García (2008) diz que a personalização consiste na modificação da configuração genérica de um sítio, de acordo com os critérios especificados pelo usuário. Ao se referir especificamente ao ciberjornalismo, ele acredita que a potencialidade seria a opção oferecida ao leitor internauta, para configurar os produtos jornalísticos, de acordo com os seus interesses individuais (Palacios, 2002). O autor brasileiro cita o exemplo de sítios que permitem ao usuário pré-selecionar os conteúdos que deseja ver na página de abertura, o que traduz um dos expoentes máximos da personalização na Internet. Souza (2010), ao citar Diaz Noci (2004), toca num ponto interessante, quando identifica que, atualmente, a maioria dos sítios de web notícias é muito parecida entre si; traz, praticamente, o mesmo formato, com pequenas diferenças. Segundo ele, há uma prática em organizar o conteúdo da página principal, conforme muitos autores denominam de "tridente", e ocorre principalmente, quando a apresentação dos itens noticiosos ocupa a parte central da página, com a coluna da esquerda destinada à inserção dos menus de navegação; e a da direita, para serviços, publicidade e promoções.

Memória – Palacios (1999, p. 3), em estudo aprofundado sobre esta característica do jornalismo produzido para internet, sustenta que “a acumulação de informação é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias”, porque, na web, a “memória torna-se coletiva, por meio do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõem”. Assim, acredita o autor, a quantidade de informação produzida e disponibilizada aumenta significativamente, no jornalismo online, e impacta tanto a produção quanto a recepção da informação jornalística. Palacios (1999) lembra, contudo, a relação da memória com suportes anteriores, quais sejam, os jornais impressos, por exemplo, que mantêm a memória por meios de seus arquivos físicos, onde é possível consultar edições antigas, normalmente usadas tanto por pesquisadores, quanto pelo público em geral, e, mesmos os próprios jornalistas dos veículos de comunicação. Ele lembra, também, que o jornalismo moderno se utiliza do recurso da pesquisa de arquivo, como forma de ampliar, ilustrar, contextualizar noticioso corrente, tanto no jornalismo impresso, quanto no televisivo. Palacios (1999, p. 7) ressalta que, como a internet não limita o espaço da matéria, e em função das potencialidades como instantaneidade, interatividade e hipertextualidade, que lhe dão agilidade no acesso, o jornalismo da web tem a “primeira forma de memória múltipla, instantânea e cumulativa”.

Instantaneidade/Atualização Contínua – Palacios (2003, p. 20) destaca esta característica do ciberjornalismo pela “rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas”, o que permite grande agilidade na atualização das matérias jornalísticas. Segundo Schwingel (2012, pp. 68-59), o diferencial que esta característica trouxe para o ciberjornalismo foi o mecanismo que possibilitou a postagem das “últimas notícias”, que tornou viável o acompanhamento dos “desdobramentos de determinadas matérias e acontecimentos. Sua peculiaridade gerou o fim do horário de fechamento nas redações, alterando as rotinas de produção”. A instantaneidade, também chamada por Salaverría (2005) de simultaneidade e, considerada, também, uma das mais importantes características do ciberjornalismo, trouxe ao jornalismo a capacidade de renovação ou atualização permanente do conteúdo. Antes, as notícias eram atualizadas com mais frequência no rádio, principalmente, de hora em hora, nos noticiários da hora cheia. Zamith (2011, p. 35) lembra que a instantaneidade passa a ter importância vital,

principalmente, em coberturas de acontecimentos imprevistos “como acidentes, catástrofes naturais ou atentados”; mas, também, em eventos programados previamente, como as competições desportivas, coletiva de imprensa, congressos etc.

Schwingel (2012) acrescenta duas novas potencialidades, elevando para oito, o rol das características do ciberjornalismo. São a “flexibilização dos limites do tempo e espaço como fator de produção” e as “ferramentas automatizadas no processo de produção”:

Flexibilização dos limites do tempo e espaço como fator de produção – Para Schwingel (2012), essa característica está associada à possibilidade que “o jornalista ou cidadão tem, no caso do jornalismo colaborativo, de utilizar a quantidade de tempo e espaço que deseja ao compor uma matéria, na elaboração de determinada narrativa”, porque na internet não há a rigidez da limitação de tempo e espaço, tão comum nas outras mídias, principalmente, quando se consideram questões técnicas e financeiras. De acordo com Schwingel (2012, p. 59), esta possibilidade está relacionada à hipertextualidade estudada por Bardoel e Deuze (1999), mas ressalta que “do ponto de vista de produção, é um diferencial que modifica completamente a lógica da elaboração de uma matéria, e talvez mesmo da composição de narrativas jornalísticas”. A autora afirma que a distinção da flexibilização dos limites de tempo e espaço é uma forma de explicitar o caráter “estrutural do hipertexto, ou seja, os diferentes níveis que um jornalista pode pensar para compor determinada informação, com desdobramentos, vinculações e subvinculações relacionadas” (SCHWINGEL, 2012, p. 59).

Ferramentas automatizadas no processo de produção – Schwingel (2012, p. 61) entende que este mecanismo se relaciona com a “utilização de sistemas de gestão de conteúdos para organizar as informações do produto, associado a banco de dados próprios ou da organização jornalística”. Na visão dela, esse sistema de produção não contempla processos artesanais ou individuais, em função de sua concepção e customização, conforme as dinâmicas e rotinas da organização jornalística ou grupo de profissionais. Mesmo os sistemas mais simples de comunicação, como blogs e ferramentas das redes sociais, estariam sujeitos a estas regras, pela vinculação com a característica, “que compreende a integração de

qualquer ferramenta automatizada para publicação de conteúdos". A autora considera todos esses parâmetros, essas potencialidades, como fundantes do ciberjornalismo:

> Alguns estão mais vinculados aos aspectos narrativos, como a hispertextualidade, a multimidialidade, a flexibilização dos limites de tempo e espaço, a memória, a customização, enquanto outros se referem a alterações nas rotinas jornalísticas, como a atualização contínua, o uso de ferramentas automatizadas, a interatividade. É o conjunto de suas diferenciações, na prática, que possibilitam alterações no sistema de produção ciberjornalístico. Para um ciberjornalista produzir narrativas distintas, atuando sob rotinas diferenciadas de forma a cumprir com qualidade os critérios editoriais e de noticiabilidade, inevitavelmente um sistema de produção diferenciado do impresso, do televisivo e do radiojornalístico precisaria estar sendo aplicado (SCHWINGEL, 2012, p. 61).

A visão da pesquisadora, além de abarcar as características já conhecidas do ciberjornalismo, apresenta duas novas perspectivas compatíveis e inseridas no novo processo de construção da notícia, na web, o processo de automação, ainda pouco sistematizado e as definições sobre a relação tempo-espaço, bem contempladas na pesquisa de Schwingel (2012).

2.2 Design gráfico do ciberjornalismo

A arquitetura da informação criada em 1975, por Richard Würman, passaria a constituir a ciência do design da informação, pois aborda a visualização dos fluxos da informação, e o design que integra o final do processo produtivo. No Brasil, o conceito foi adotado, inicialmente, pela pesquisadora Elizabeth Saad Côrrea da USP. Também, foi sistematizado por Schwingel (2004b), para designação do profissional que planeja o fluxo informacional no ciberespaço. De acordo com Moherdaui (2009, p. 64), López García, Gago, Pereira (2003) ampliam o conceito, porque consideram que a arquitetura da informação pode ser entendida da seguinte forma: "1) sistema de orientação na busca (1962); 2) orientação na busca e recuperação de informação (1990); e 3) roteiro para criação de narrativas multimídias (2000)". Tellería (2012) ressalta o uso das novas tecnologias no processo de elaboração do design dos cibermeios, principalmente, das *frontpages* (páginas iniciais), a partir de uma base de dados:

> [...] apresentam forte homogeneidade em suas propostas: fundo branco, texto em preto e links em azul, geralmente usando uma paleta de cores similar. Insertem-se tabelas com as notícias mais visitadas e comentadas, mantém-se uma grade inalterável por exigência dos anunciantes, *banners* nos cabeçalhos – publicidade personalizada segundo a zona geográfica – e um incremento das diferenciações reticulares mediante corandéis, filetes, etc. Percebe-se, ademais certa anarquia relativa a critérios como a assinatura, escassa nas fotografias e praticamente nula nos vídeos, assim como *seguidismo* relativo às novas propostas (TELLERÍA, 2012, p. 277).

Couto (2010) cita Bastos, quando observa que, na internet, um dos maiores desafios dos jornais e dos jornalistas é tornar o grande número de informações armazenadas digitalmente em algo interessante e pertinente para os leitores (Bastos, 2000). Enquanto, para Negroponte, citado por Vieira (2009), a procura pela informação cada vez mais específica e individualizada é uma característica importante da audiência no ciberespaço. Couto (2010) lembra a preocupação de Zamith (2007), quando este reforça a ideia de que as notícias personalizadas reduzem o papel dos editores, uma vez que a internet permite ao próprio usuário decidir o quer ver no ciberespaço, no que, para alguns autores, segundo Couto, poderia haver um eventual excesso de personalização, e isto ocasionaria riscos para o ciberjornalismo, por conseguinte, para a opinião pública.

Souza (2010) percebe a customização de conteúdo como uma maneira de integrar o leitor no processo jornalístico como editor, pois esta função daria ao usuário o poder de escolher receber a informação que lhe interessa:

> Com ela, é possível pré-selecionar o conteúdo que será carregado em um website ou newsletter através do cadastro de usuários ou configurações salvas anteriormente e ativadas através de cookies. Para Machado e Palacios (1997), com esse processo, nas redes telemáticas, é a primeira vez que coexistem na disseminação de informação, a massividade, interatividade e personalização. A sistematização dos tipos de personalização considera três modelos distintos: a personalização de serviços, personalização de conteúdo e a personalização de fontes (PALACIOS *apud* SILVA Jr., 2000, p. 66). Esse tipo de serviço não é exclusividade da web, é mais uma das características potencializadas pelas redes telemáticas. Os primeiros serviços de notícias que definiam seu conteúdo de acordo com as escolhas de seus leitores eram transmitidos via fax, na segunda metade dos anos de 1980 (SOUZA, 2010, p. 24).

Souza (2010), ao citar Diaz Noci (2004), observa que, atualmente, a maioria dos sítios de webnotícias é muito parecida entre si, trazendo, praticamente, o mesmo formato, com pequenas diferenças:

> A prática normal é organizar o conteúdo da página principal, como muito autores chamam, em “tridente”. Isso acontece quando a apresentação dos itens noticiosos se dá na parte central da página, deixando a coluna da esquerda para a inserção dos menus de navegação e a da direita para serviços, publicidade e promoções. (DIAZ NOCI *et alli,* 2004, p. 5 *apud* SOUZA, 2010, p. 20).

Ao escrever a respeito do desenho gráfico dos cibermeios, Tellería (2012, p. 278) ressalta que a concepção de um “novo modelo de design, muito mais próximo à arquitetura da informação do que ao design gráfico em si”, pois, segundo ela, na internet, embora a beleza e harmonia estética tenham muita importância, “muito mais relevantes são o equilíbrio, a coesão e a coerência entre os diferentes elementos”. Moherdaui (2009) traça um paralelo entre os jornais impressos e os cibermeios, quando a questão se relaciona ao desenho gráfico:

> Comparado aos jornais impressos, o projeto gráfico do jornal digital passa pelo mesmo entendimento da superfície analógica: o browser simula o papel, com hierarquia, diagramação em colunas (Nelson, 2001a), sem critério de composição ou valor-notícia de composição (Galtung e Ruge, 1965a). A concepção no ciberjornalismo tem de levar em conta as características específicas da nova mídia (Salaverría e Noci, 2006a; Mc Adams, 2005b; Murray, 2003a; Manovich, 2001b; Bardoel e Deuze 2000a; Machado, 2000; Palacios 1999a; Armañanzas, 1996a; Landow, 1995) e das mídias tradicionais. Esse trabalho resultaria no que Manovich chama de deslocamento ou migração, considerando a remediação (Bolter e Grusin, 2000a) ou a reconfiguração dos formatos existentes (Bastos, 2000; Beilguelman, 2003) (MOHERDAUI, 2009, p. 64).

Conforme Tellería (2012), o uso acentuado dos novos suportes e novas ferramentas é uma realidade incontestável, em termos de internet, pois projeta design que combinam a unidade gráfica – identificação da marca – e as diferenças técnicas de cada dispositivo de recepção, remetem às narrativas transmidiáticas. O nascimento e consequente desenvolvimento dos cibermeios na labuta de produzir e emitir informação para um público variado como o internauta, de forma geral, implica, necessariamente, o desenvolvimento de linguagens e narrativas, que usam as potencialidades da internet.

Ao ressaltar as potencialidades da internet, como essa linguagem hipertextual, as possibilidades de áudio, vídeo e outros recursos técnicos comuns ao meio, na relação homem-máquina estabelecida por Manovich (2008), Tellería (2012, p. 271) reforça também “a busca de um modelo de negócio somada à difícil situação econômica do setor, configuram um cenário de intensa mutação em que se

imiscuem quatro gerações ciberjonalísticas". Sem dúvida, trata-se de algo inédito na história dos meios de comunicação. A autora se refere às gerações, ou fases do ciberjornalismo.

2.3 Os estágios do ciberjornalismo

A partir de estudos realizados por John Pavlik (2001) e Silva Jr.(2002), sobre sistematização das fases do ciberjornalismo no que concerne à produção de conteúdo para sítios de web notícias, Mielniczuk (2003, pp. 46-47) identifica três fases. Silva Jr. (2002) prefere adotar o termo estágio à fase, que também será observado por este trabalho.

O primeiro estágio é o modelo transpositivo, que se refere ao início das postagens dos jornais impressos em versão online; utilizavam o mesmo modelo da versão impressa, normalmente em PDF; o segundo, o perceptivo, quando começa a ser usado algum recurso tecnológico, possibilitado pelo meio internet; permanece ainda o caráter transpositivo, mas, com alguns *insights* tecnológicos na produção das notícias; o terceiro, o hipermidiático, quando se percebe a utilização de recursos mais abrangentes, ou, mais precisamente, as características do ciberjornalismo, como hipertextualidade, a multimidialidade, interatividade, personalização, instantaneidade e memória, já vistas antes.

Barbosa (2007), em sua tese de doutorado, aborda a quarta geração, consequente do uso de base de dados na produção jornalística para a web; amplifica não só conceitos, mas, principalmente, a abrangência e as possibilidades tecnologias neste estágio do ciberjornalismo:

> Os avanços na tecnologia de base dados as tornam a solução para compatibilizar a incorporação de recursos novos e linguagens de programação para dar forma a produtos dinâmicos e melhor elaborados, a partir do desenvolvimento de sistemas de gestão de conteúdos, visando: aperfeiçoar os sistemas de produção, assegurar maior agilidade, qualidade e descomplicar o trabalho dos jornalistas, entregando sistemas mais fáceis de operar e compatíveis com as características do jornalismo no suporte digital (BARBOSA, 2007, p. 151).

A pesquisadora acrescenta que, no intervalo da terceira e da quarta geração, ocorre uma série de avanços tecnológicos, tais como acesso expandido por meio de banda larga; aumento do número de plataformas móveis; uso expandido de algoritmos; desenvolvimento de sistemas de gestão de conteúdos mais complexos; maior incorporação dos blogs; adoção de sistemas que habilitem a participação efetiva do usuário na produção de informação, para citar apenas estes, que vão compor um paradigma, o jornalismo em base de dados.

3 CIBERJORNALISMO DE PROXIMIDADE

Este capítulo aborda o ciberjornalismo de proximidade, ou jornalismo praticado nos cibermeios, em cidades do interior. Este cenário remete a alguns conceitos sobre o jornalismo regional, ou de proximidade, um gênero de jornalismo que ganha cada vez mais espaço, por traduzir e atender as exigências das transformações pelas quais a sociedade passa e, que Peruzzo (2003, p. 70) ratifica como a valorização dos meios de comunicação locais “[...] revitalizados no momento atual como uma demanda social pela diferença e por uma comunicação mais próxima à vida e aos interesses do cidadão”. Ela adverte, contudo, que o interesse da mídia comercial se caracteriza pela demanda do segmento, sem aprofundar a sua potencialidade de comunicação de proximidade, tampouco a de um caráter mais voltado para os interesses do cidadão.

Ao problematizar a mídia local e regional, Peruzzo (2005, p. 4) alerta para a complexidade do tema, por se encontrar, ainda, no estágio de autoconstrução, e aponta algumas saídas para a questão que perpassa as “relações global-local, local-regional-nacional, local-comunitário e local-global que envolve os meios de comunicação”. Alerta, contudo, para um ponto basilar, “se a mídia já tem por praxe transgredir fronteiras, de espaço ou de tempo, no âmbito regional, estas se tornam ainda mais tênues”. Mas admite, porém, que “a realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo”. E recorre a Milton Santos (2008) e López García (1999), para justificar que, dentro dos espaços locais, definem-se os contornos da vida diária “onde se constroem a personalidade social e ocorre o aprendizado social”.

A mídia local se ancora, portanto, na informação dentro do território de pertença e de identidade em dada localidade e região. A autora pondera, ainda, ser bastante comum a tendência de a mídia local reproduzir o modelo da grande imprensa, quando trata a informação ou dedica largos espaços para notícias nacionais e internacionais.

A mídia local, regional, de proximidade, ou mesmo do interior, enfim, reúne uma nomenclatura vasta que não tem a mesma proporcionalidade da pesquisa acadêmica sobre o assunto, no Brasil. Essa preocupação é manifestada por Peruzzo

(2013, pp. 9-10), que vê como principal motivo as “dificuldades em se adentrar nas localidades para realizar pesquisas de campo no amplo e diverso, universo comunicacional em um país das dimensões do Brasil”. De outro lado, Assis (2013) manifesta preocupação semelhante com a relação à escassez de pesquisa em cidades de médio e pequeno porte, mas percebe uma particularidade em trabalhos sobre imprensa do interior.

Segundo o autor, parte destes trabalhos não explica a que segmento a nomenclatura é atribuída, já que abordam normalmente os meios de comunicação e as rotinas de produção, em cidades pequenas e médias, distantes dos grandes centros urbanos. Para ele, o termo interior deve se aplicar em território que não seja capital, mas que pode estar localizado tanto na parte interna dos estados quanto na fronteira deles, no litoral, ou na divisa de países, perfil no qual se encaixam na medida exata, a cidade de Dourados e sua mídia.

Bueno (2013) reconhece três tipos de veículos do interior. O jornal “quase artesanal”, o jornal local estruturado e o jornal regional. Os dois primeiros circulam na cidade onde está sediado; enquanto o terceiro exerce sua influência na região, ampliando sua cobertura a localidades circunvizinhas de onde está sediado. Dornelles (2013), também, acusa a limitação da pesquisa sobre jornalismo do interior. Um dos motivos seria a pouca importância dada a este tipo de jornalismo. A autora relata que, em países europeus e nos Estados Unidos, a informação local surge como uma forma alternativa de disseminação da informação.

O pesquisador português Pedro Jorge Sousa (2003) ressalta algumas diferenças básicas entre o Brasil e o continente europeu, ao se referir à pesquisa do jornalismo local. Segundo ele, a realidade da comunicação local e regional da Europa não serve para se comparar com os padrões do Brasil:

> [...] na Europa há países multilinguísticos e multiculturais, com fenômenos importantes de imigração, o que não ocorre com o Brasil. Na Europa também não existem megalópoles da dimensão de São Paulo, onde quase o dobro da população de países como a Grécia ou Portugal se comprime numa área muito inferior, e encontram-se países que em território e população são o equivalente a menos de um bairro de São Paulo. Há, no entanto, duas ou três excepções, como as regiões metropolitanas de Paris e Londres [...]. É ainda de salientar que os media regionais e locais constituem um subsetor da comunicação social europeia de difícil descrição (SOUSA, 2003, p. 2).

Sousa (2003) argumenta que são várias as razões para isso ocorrer; principalmente, a volatilidade paisagística e a falta de informação, embora isso não ocorra em todos os países. Uma característica ressaltada em relação à mídia regional de quase todos os países da Europa é a existência de subsídios governamentais ou incentivos fiscais, entre outros, justificados pela necessidade de defesa da língua e da cultura, além do papel socializador que possuem.

Outra característica observada pelo autor é em relação à concorrência, quase nula, pois, em cada cidade, tem apenas um jornal, ou uma rádio, ou mesmo um canal de televisão. Na questão do subsídio oficial, há certa semelhança com a mídia de Dourados, cuja verba publicitária é proveniente, em sua maioria, de recursos públicos, prefeitura, Câmara de Vereadores, deputados etc.; enquanto a concorrência é bastante significativa, devido ao grande número de cibermeios que existe na cidade.

Barbosa (2002, p. 90) toca em outro aspecto fulcral da mídia local, quando ressalta a relevância que o “jornalismo sempre deu a instância local”, e que a novidade agora “é que no jornalismo digital, a estrutura das redes permite novas possibilidades para geração desses conteúdos locais, ampliando o espaço para a sua veiculação”.

Nesse aspecto, convém ressaltar o papel da mídia de Dourados, em relação ao tratamento que ela propicia à cultura local, que, também, retrata a tradição e os valores do regionalismo sul-mato-grossense, sua cultura, seus ícones, valores antepassados que se perpetuam pelos costumes que os caracterizam. Ao contemplar esse espectro cultural, a mídia online douradense, além de fortalecer sua identidade local, insere também sua cultura no ciberespaço, quando amplifica sua veiculação.

Podemos destacar também que um fator pertinente, diria até intrínseco, à própria notícia, é que o acontecimento que vai ser transformado em notícia a partir da sua narração; inicialmente ele é apenas local, pelo sentido de pertença e localização e realização espacial e geográfica, ou seja, toda notícia, inicialmente é apenas local. E só a partir de sua propagação pelas correntes e redes noticiosas é que ganhará outra dimensão que não a local, pelas dimensões que conseguir atingir, dentro das circunferências de noticiabilidade alcançada.

3.1 Jornalismo regional, a interlocução sem ser panfletário

Ao escrever sobre jornalismo de proximidade, Carlos Camponez (2002, pp. 28-29) aponta que a ideia de local remete ao sentido de proximidade desenvolvida entre indivíduos “que se conhecem e reconhecem numa comunidade”, onde suas raízes culturais estão fincadas. Nesta perspectiva, que tem como pano de fundo a globalização, o território aparece como uma relação de identidade, ao mesmo tempo “palco e espaço de construção de uma história e de um tempo memorial”, que ele acrescenta:

> [...] a imprensa regional e local pressupõe a existência de uma identidade definida por referência a um território relativamente bem delimitado. De resto, a sua razão de ser funda-se no próprio pressuposto da existência de um espaço público ligado pela identidade, à qual pretende dar voz e, por via, reforçar os sentimentos de pertença (CAMPONEZ, 2002, p. 29).

João Carlos Correia (1988, p. 159) define jornalismo regional como um espaço onde a identidade local “compreende os mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença”. Esclarece, contudo, que não se trata da defesa de um engajamento panfletário da mídia pela questão local, mas de elementos de uma nova racionalidade de valorização dos meios locais. Para tanto, a mídia levaria em conta sua relação de proximidade com as elites políticas, econômicas e sociais, e outras entidades representativas da sociedade local, sem, contudo, entrar no seu jogo, tampouco ceder aos seus interesses, ou qualquer submissão; pois o importante é mediar esse diálogo entre os setores constituídos e a coletividade.

Segundo ele, para que essas demandas sejam atendidas, é importante haver diversificação de formas de interação. Assim, os meios de comunicação local, podem construir um campo cultural de suporte desta forma de sentir os problemas destes espaços territoriais “reforçando a ideia de identidade e partilha de saberes sem cair numa lógica de fechamento ou de vassalagem a poderes fáticos locais nem, noutro extremo, adquirirem a tendência para o desenraizamento tão própria dos órgãos de massa”, como afirma Correia (1988, p. 161).

De acordo com Camponez (2002), o território de pertença e de identidade que, normalmente, ancora a informação local, pode condicionar, também, as formas

de expressão da comunicação de massa. Nesse sentido, ele indica cinco áreas de ação usadas na estratégia de titulação das notícias locais, embora reconheça que o território geográfico não representa uma barreira para as audiências, uma vez que elas rompem as fronteiras da localidade:

> 1 - ao espaço geográfico de implantação, que é também o lugar de produção e de apreensão dos conhecimentos; 2 - ao espaço da difusão privilegiada e estratégica; 3 - aos conteúdos partilhados; 4 – à informação disponível; 5 – à seleção do ou dos públicos (CAMPONEZ, 2002, p. 108).

O autor trabalha na perspectiva de que é, entre a localização territorial e a territorialização dos conteúdos que a imprensa regional, local, constrói a razão de sua existência, especificidade e sua força. Camponez (2002, p. 113); também, percebe a proximidade como “uma questão transversal ao jornalismo no esforço de comunicar conteúdos considerados pertinentes aos leitores e, particularmente, na definição de estratégias empresariais” com o objetivo de fidelizarem seus públicos alvos.

Mathien, citado por Camponez (2002, pp. 122-123), afirma que a particularidade da imprensa regional institui-se no fato de se dirigir ao indivíduo, enquanto sujeito integrado e participante em uma determinada “comunidade geográfica delimitada, da qual é possível conhecer características como mentalidade, hábitos, modos de viver, níveis de vida, preocupações culturais e sociais dominantes”, e enumera seis funções da imprensa de proximidade:

> 1 – Servir de elo da comunidade a que se dirige; 2 – Constituir-se como complemento à experiência quotidiana dos seus leitores, completando-a através da informação disponível, quer sobre a realidade mais próxima, que sobre os acontecimentos mais distantes; 3 - Reduzir a incerteza do ambiente que rodeia o leitor, tentando responder às questões banais acerca das novidades e da actualidade; 4 – Funcionar também como enciclopédia dos conhecimentos vulgarizados, a partir da qual o leitor, bem ou mal, adquire e alarga a sua cultura, acerca dos conhecimentos mais diversificados e superficiais; 5 – Servir como um importante banco de dados sobre a região de influência, uma tarefa facilitada agora pelo desenvolvimento dos sistemas informáticos e das redes. Para além disso, acrescenta Mathien, a imprensa regional detém a vantagem de poder mobilizar arquivos e organizar estes serviços de forma polivalente, centralizada e dispondo de alguma facilidade em assegurar uma constante actualização. Finalmente, a imprensa regional desempenha ainda função de recreio e de psicoterapia social (CAMPONEZ, 2002, p. 123).

Ao analisar a força da mídia local, em tempos de globalização eletrônica, o pesquisador espanhol Juan Maciá Mercadé (1997) reforça a importância da presença de alguns elementos que devem ser considerados na definição deste gênero de mídia. Ele utiliza seis critérios para configurar a mídia local ou regional: "a) sede territorial; b) âmbito de difusão e cobertura; c) vocação e intencionalidade do veículo; d) tratamento dado aos conteúdos; e) percepção do leitor; f) relação com as fontes de informações institucionais" (MACIÁ MERCADÉ, 1997, p. 61). Para o autor, a vocação de serviço público é um impulso que caracteriza a mídia regional, mais que a nacional, o que a torna, também, um elemento integrador e decisivo para sobrevivência das culturas e tradições locais, ao transmitir esses valores de geração para geração. Para reforçar seus argumentos, cita conceitos formulados por outro autor espanhol, Xosé López García:

> A informação local continua sendo necessária, não apenas por sua tradição mentida pelos jornais em atender aos acontecimentos locais, mas também pelo papel que desempenha na manutenção da identidade. Há uma tendência a defender o local como complemento do universal e vice-versa. Parece razoável que não haja enfrentamento entre o local e o universal, ainda que haja tensão na busca do equilíbrio entre as questões mais imediatas e as que se produzem mais ligadas à realidade, onde se desenvolve a vida dos cidadãos de uma comunidade. É necessário defender um equilíbrio razoável entre a informação global e a local, defesa que passa pelo respaldo de uma consolidação de uma mídia própria, com uma estrutura empresarial adequada para competir no mercado atual de empresas de comunicação economicamente viáveis (MERCADÉ, 1997, p. 57, tradução do autor)[13].

Assim como Maciá Mercadé (1997), Peruzzo (2003) acrescenta elementos ao debate sobre a questão local, na caracterização da mídia regional, definidos deste modo: "proximidade do lugar (em contraste com o distante); a familiaridade (associado à questão das identidades e das raízes históricas e culturais) e a diversidade (é plural se opõe ao global ou ao nacional apenas como abstração)" (PERUZZO, 2003, p. 5). No entendimento da pesquisadora, o global é uma

[13] La información local sigue siendo necesaria, no sólo por la tradición que mantienen los periódicos de atender los acontecimentos locales, sino por el papel cumple a lo local em la conservación de la identidad. Existe una tendencia a defender lo local como complemento de lo universal, y viceversa. Parece razonable que no haya enfrentamento entre lo local y lo universal, aunque si tensiones em busca de um equilíbrio entre las custones más inmediatas y las que se producen más arraigadas a la realidade em la que se desenvuelve la vida e los ciudadanos de uma comunidade...Es necesario defender um equilíbrio razonable entre la información global y la local, defensa que passa por el respaldo a uma consolidación de médios próprios com uma estrutura empresarial adecuada para competir em el mercado actual de empresas de comunicación económicamente viables (MERCADÉ, 1997, p. 57).

abstração, já que as pessoas são atraídas pelas facilidades proporcionadas pela globalização, mas não vivenciam apenas o global, porque elas buscam suas raízes e se interessam em ressaltar os valores da comunidade, o patrimônio histórico cultural local, e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor (PERUZZO, 2003).

3.2 A proximidade como valor notícia

A lógica da proximidade trabalhada no jornalismo local ou regional remete a um conceito basilar do jornalismo, o valor-notícia, considerado por Wolf (2009) um dos componentes da noticiabilidade, é um dos principais critérios que o jornalista leva em conta, na hora de decidir sobre a publicação de uma notícia, a partir do seu entendimento do interesse que aquele fato vai despertar no leitor; está relacionado diretamente à rotina de produção da redação. Wolf (2009, p. 196) define noticiabilidade como “um conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente”, os acontecimentos, que vão se transformar em notícias e povoar as páginas dos noticiosos, sejam eles jornais impressos, rádio, televisão ou web. De acordo com o teórico, a proximidade não só se apresenta em forma de vizinhança geográfica, mas, também, a cultura está relacionada com o valor-notícia.

Fontcuberta (1993) elege três elementos básicos de interesse do público na hora de escolher uma notícia: a) o que ocorre num lugar específico, b) atividade de personalidades e organizações específicas e, d) temas especiais. A partir de Carl Warren, a autora enumera, também, oito elementos que deve ter um fato, para se transformar em notícia: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequenciais, mas que, atualmente, a maioria das notícias contém atualidade, proximidade, proeminência e, principalmente, conflito e consequência.

“As pessoas estão interessadas em saber o que acontece nos arredores, nas proximidades, no seu entorno e não só geográfico, mas também o social e o psicológico” (FONTCUBERTA, 1993, p. 45), por isso, “a proximidade é um dos

fatores mais poderosos na hora de selecionar uma notícia". Para Wolf (2009), a pressão da falta de tempo na redação, se transforma em elemento fundamental na rotina de produção e torna mais relevante o valor-notícia no processo de produção da informação.

Van Dijk (1990) usa o viés da interdisciplinaridade, com olhares de duas ciências sociais: a Sociologia e Psicologia para analisar a estrutura da informação jornalística e como ocorre o processo de cognição social pelas práticas sociais e ideológicas, no receptor. Em sua análise, o autor relaciona sete elementos como valores-notícias: a novidade, a atualidade, a pressuposição, a consonância, a relevância, o desvio e negatividade e proximidade. Para ele, a proximidade ideológica provém de critérios gerais de consonância; enquanto a proximidade local inclui a pressuposição de conhecimentos e relevância:

> Sabermos mais sobre nosso gente, cidade, país o continente em parte, através da experiência direta e, através das comunicações informais das experiências de outras pessoas que conhecemos. Por isso as mensagens dos meios sobre acontecimentos locais se compreendem melhor, porque se baseiam em modelos mais completos e mais acessíveis. Essa notícia pode ser mais relevante porque proporciona a informação necessária para a interação direta ou para outras atividades cognitivas e sociais. Os acontecimentos locais também proporcionam melhores temas para contar histórias na conversação cotidiana (VAN DIJK, 1990, p. 180) [14].

Fontcuberta (1993) e Van Dijk (1990) estão entre dez teóricos de Comunicação pesquisados por Fernandes (2004), em levantamento sobre noticiabilidade, no qual, priorizam a proximidade entre os critérios de elegibilidade de valor-notícia. Fernandes (2004, p. 4) ressalta que os autores foram pesquisados aleatoriamente e os estudos, feitos em diferentes épocas. O objetivo do levantamento foi "explicar, por meio de uma sistematização empírica, quais os fatores determinantes na seleção da notícia pelos *gatekeepers*". Segundo ele, ao justificar a proximidade como fator primordial na definição da informação local, Fraser Bond (1962) ressalta que ela é responsável pela tiragem dos jornais americanos, com exceção apenas dos grandes centros urbanos, que têm comportamento diferente.

[14] Tradução do autor.

De acordo com o autor, os teóricos utilizaram setenta diferentes critérios de noticiabilidade e que “as instituições jornalísticas estabelecem diferentes critérios em razão do contexto no qual estão inseridas sua abrangência, seu público e sua periodicidade” (FERNANDES, 2004, p. 7). Por considerar que há uma relação direta entre o quadro elaborado e a proposta de estudo desta pesquisa, em relação ao contexto no qual está enquadrada a mídia online de Dourados, cujos elementos citados estão presentes no cotidiano, optamos pelo levantamento, conforme Quadro 3.

Quadro 3: Elementos elencados por teóricos como critérios de noticiabilidade

AUTOR	**CATEGORIAS DE NOTICIABILIDADE**
Carrol Warren	Elementos básicos da notícia: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção, consequências.
	Valor notícia: oportunidade, proximidade, tamanho, importância.
Fraser Bond (1962)	Elementos de interesse da notícia: interesse próprio, dinheiro, sexo, conflito, o incomum, culto do herói e da fama, expectativa, interesse humano, acontecimentos que afetam grandes grupos organizados, disputa, descoberta e invenção, crime.
Luiz Amaral (1969)	Atributos fundamentais: atualidade, veracidade, interesse humano, amplo raio de influência, proximidade, raridade, curiosidade.
J. Galtun e M. Ruge (1965)	Critérios de noticiabilidade: momento do acontecimento, intensidade ou magnitude, inexistência de dúvidas sobre o seu significado, proeminência social dos envolvidos, proeminência das nações envolvidas, surpresa, composição tematicamente equilibrada do noticiário, proximidade, valores socioculturais, continuidade.
Mar de Fontcuberta (1993)	Interesse do público: atualidade, proximidade, proeminência, conflito, consequências.
Mario Erbolato (1978)	Critérios de notícia: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência (ou celebridade), aventura e conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa ou suspense, originalidade, culto de heróis, descoberta e invenções, repercussão, confidências
Natalício Norberto (1969)	Valor notícia: interesse pessoal (dinheiro, sexo, solidariedade); interesse pelo próximo; proximidade; o incomum (conflito, crimes, expectativa, objetividade); tamanho; importância; oportunidade.
Nilson Lage (2001)	Critérios de avaliação: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.
P. J. Shoemaker (1991)	Critérios de noticiabilidade: oportunidade, proximidade, importância, impacto ou consequência, interesse, conflito ou controvérsia, negatividade, frequência, dramatização, crise, desvio, sensacionalismo, proeminência das pessoas envolvidas, novidade, excentricidade, singularidade.
Teun A. van Dijk (1990)	Valores jornalísticos: novidade, atualidade, pressuposição, consonância, relevância, desvio e negatividade, proximidade.

Fonte: Fernandes (2004, p. 6), com alterações.

3.3 Ciberjornalismo de proximidade, uma teoria singular

É necessário entender, portanto, a importância que a mídia de proximidade, no caso, o ciberjornalismo de proximidade, exerce na sociedade atual. Um viés que pode ajudar a compreender, ou explicar essa situação, é exatamente o papel da mídia local, ou regional, no processo de globalização.

Para Silverstone (2005), a mídia precisa ser estudada, para se compreender como e onde surgem os significados, além das consequências trazidas por ela. É preciso ter capacidade de identificar os momentos em que o processo parece falhar, onde ele é distorcido pela tecnologia, ou de propósito. O autor alerta para a necessidade de estudar a maneira como a mídia participa e interfere, como processo, na vida social e cultural contemporânea:

> Precisamos examinar a mídia como um processo, como uma coisa em curso e uma coisa feita, e uma coisa em curso e feita em todos os níveis, onde quer que as pessoas se congreguem no espaço real ou virtual, onde se comunicam, onde procuram persuadir, informar, entreter, educar, onde procuram de múltiplas maneiras, e com graus de sucesso, variáveis, se conectar umas com as outras. Entender a mídia como um processo – e reconhecer que o processo é fundamental e eternamente social – é insistir na mídia como historicamente específica. A mídia está mudando, já mudou, radicalmente. O século XX viu o telefone, o cinema, o rádio, a televisão se tornarem objetos de consumo de massa, mas também instrumentos essenciais para a vida cotidiana. Enfrentamos agora o fantasma de mais uma intensificação da cultura midiática pelo crescimento global da internet e pela promessa (alguns diriam ameaça) de um mundo interativo em que tudo e todos podem ser acessados, instantaneamente (SILVERSTONE, 2005, pp. 16-17).

Silverstone (2005, p. 12) destaca que, para entender a mídia como um processo, também, implica-se um reconhecimento de que esse processo é “fundamentalmente político, ou talvez, mais estritamente, politicamente econômico”. E vai mais além, quando afirma que “passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informações, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência”, pois ela ocupa grande espaço da vida diária do indivíduo, chega a ser onipresente, invade e até constrange “culturas locais, mesmo que não as subjugue”.

No entendimento de Peruzzo (2003), com o advento das novas tecnologias de comunicação, sobretudo da internet, as relações sociais e pessoais podem ser estabelecidas com base na proximidade de interesses e identificações por meio das comunidades virtuais. A pesquisadora ratifica a peculiaridade, quando afirma que a mídia local tem características em comum com a grande mídia, mas que a unidade de negócio, rentável, ou seja, os interesses mercadológicos estão acima dos outros interesses. E pondera:

> Importa entender que o local se caracteriza como espaço vivido em que há elos de proximidade e familiaridade, os quais ocorrem por relacionamentos (econômicos, políticos, vizinhança etc.) e laços de identidade os mais diversos, desde uma história em comum, até a partilha dos costumes, condições de existência e conteúdos simbólicos, e não simplesmente em decorrência de demarcações geográficas (PERUZZO, 2003, p. 69).

Outro aspecto observado pela pesquisadora sobre mídia local é o de que ela não é homogênea, e que as estratégias editoriais são variadas e influenciam o tipo de inserção na cidade ou região. Outra percepção da autora, que não deve ser esquecida, é de que, na era da sociedade em rede, além da proximidade física, compartilhar o mesmo ambiente no ciberespaço, pode conferir peculiaridades de afinidade e identificação.

Neste sentido, López García (2008) diz que o espaço local é um âmbito de experiências compartilhadas, valores culturais compartilhados, entre quem emite e quem recebe que participa ou não da construção da mensagem, porque o jornalismo local interpreta a realidade pelo prisma dos valores compartilhados.

López García (2008) argumenta que o jornalismo de proximidade tem ocupado lugar singular na história das teorias do jornalismo, e a singularidade dos espaços locais tem contribuído para a personificação de um cenário da comunicação atual, onde uma dupla e simultânea, tendência do local e do global apresentam novos recursos. Ele considera a aproximação do local, na perspectiva do ciberjornalismo, a sobrevivência dos antigos modelos em novos tempos e, apresenta o caminho a ser trilhado pela Comunicação, neste século:

> A informação local do terceiro milênio tem que ser uma informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, que explique o que acontece no âmbito onde está sediado o veículo de comunicação, para quem informa e que narre o que afeta e interessa os habitantes desse território espacial, inclusive, quando se produz fora. A

> informação local do terceiro milênio deve promover a experimentação e converter os cenários de proximidade em lugares de comunicação eficiente e lugares de onde possam ser exportadas novas linguagens e formatos para a comunicação mundial (LÓPEZ GARCÍA, 2008, p. 34, tradução do autor) [15].

O pesquisador espanhol vê o ciberjornalismo como opção para o futuro, em termos de Comunicação, apesar das limitações apresentadas pelos principais atores e suas estratégias desenvolvidas nas redes de comunicação e sociais. Neste sentido, Canavilhas, citado por Couto (2010), percebe o ciberjornalismo regional com a possibilidade de se tornar o jornalismo do futuro, desde que os ciberjornais saibam usar as potencialidades que a rede oferece e, que sejam capazes de agregar mais valores à informação.

Para cumprir bem esta missão, Canavilhas observa a importância da existência de um Ensino Superior capaz de formar profissionais para este papel. Com profissionais capazes de desenvolver uma linguagem jornalística específica para ambiente web, o ciberjornalismo deixaria de ser visto como uma segunda linha de jornalismo e assumiria o protagonismo do novo fazer jornalístico, na percepção do autor.

López García (2008) justifica sua posição na sustentação de que, apesar da decepção que muitos cidadãos sofrem com o jornalismo praticado por muitos meios de comunicação, o novo cenário digital oferece novas possibilidades para uma maior participação, um maior controle dos processos de comunicação e consequentemente, maior transparência. Outra observação feita pelo autor é a de que os cibermeios dispõem de capacidade de produção para elaborar conteúdos de proximidade, que se converterão em referências de informação nos âmbitos mais próximos, que conhecem melhor e que podem explicar a complexidade que permeia os comportamentos dos cidadãos que ali vivem e que recebem estes fluxos informativos de vários e diversos setores.

---

[15] La información local del tercer milênio tiene que ser uma información de calidade, plural, participativa, imaginativa, que explique la ocorre em la zona donde se asienta el médio, em la zona para la que informa y que cuente lo que afecta e interessa a los habitantes de esse ámbito, incluso cuando se produce fuera. La información local del tercer milênio debe promover la experimentación y convertir los escenarios de proximidade em lugares de comunicación eficiente y lugares de los que exportem nuevos linguajes e formatos para la comunicación mundial (LÓPEZ GARCÍA, 2008, p. 34).

3.4 Ciberjornalismo cidadão, mediação e interação

A internet tem provocado profundas e significativas alterações nos processos comunicacionais da sociedade contemporânea. Isso fica cada vez mais evidenciado pela presença maciça e massiva dos indivíduos nas redes sociais e digitais, impulsionados, estimulados e facilitados por ferramentas como notebook, tablet, celulares, sem esquecer-se dos aplicativos que surgem a cada dia e possibilitam a ampliação do horizonte da comunicação. Essas modificações, consequência natural do avanço tecnológico, oportunizam ao cidadão comum interferir nos sítios de webnotícias, alimentar blogs pessoais e redes sociais, com informações produzidas por ele mesmo. As intervenções, normalmente, acontecem por e-mail, participação em salas de bate-papo, fóruns, comentários postados em matérias, ou mesmo postagens em redes sociais, ou em páginas pessoais na internet.

A participação do cidadão se torna mais intensa e amiúde no processo de produção de notícias, ou do fazer jornalístico. Ele contribui com sua visão dos fatos, com sua visão particular de mundo, opina sobre determinado assunto, sobre a decisão ou posição de uma autoridade que vai interferir no seu dia a dia; denuncia, concorda, ou informa sobre um novo fato que acontece na sua rua, no seu bairro, que pode ser do interesse de outras pessoas da coletividade.

O celular se transforma numa máquina fotográfica ou numa filmadora e, rapidamente, as imagens capturadas chegam aos cibermeios, às emissoras de televisão, aos jornais etc. Essa participação intensa do cidadão é chamada pelos teóricos da comunicação de Jornalismo Participativo, Jornalismo colaborativo, ou Jornalismo Cidadão.

Muitos veículos de comunicação, principalmente, televisões, jornais impressos e sítios de notícias incentivam a participação do cidadão comum nesse processo, aceitando ou comprando imagens inéditas de acontecimentos que repercutem na sociedade, como um assalto, acidente etc. Alguns destes veículos chegam a destinar espaços para essas contribuições.

Rodrigues (2009, p. 4.450), que aborda este Jornalismo Participativo na internet, em países como Espanha e Portugal, afirma que essa realidade é

consequência do papel ativo do leitor na audiência dos sítios de notícias, que ela denomina de “web social”, na qual “a comunicação individual ganha terreno em relação à comunicação de massa”. Edo (2007) lembra que, até então, os veículos de comunicação se dirigiam a grupos de pessoas, de forma mais definida; era a comunicação um para todos; mas, essa relação mudou substancialmente, com a internet, de forma a personalizar a comunicação, ora, voltada para pequenos grupos, em que a comunicação alcança novo paradigma, de todos para todos, em função da audiência fragmentada.

Rodrigues (2009) destaca a importância de dar voz a pessoas que, normalmente, não se faziam ouvir, com a vantagem de que qualquer um pode produzir e publicar informação. Por outro lado, Barichello e Carvalho (2008, pp. 90-93) manifestam preocupação quanto ao deslocamento do “controle que o campo do jornalismo sempre teve sobre o que pode e o que não pode ser transformado em notícia, de acordo com seus próprios critérios”, já que o protagonismo, nos dias atuais, segundo a ideia de midiatização, não é desempenhado pelos *media*, mas pelas interações que deles decorrem, ou, com eles se estabelecem, de forma complexa. Mais preocupado com a metodologia e menos com os conceitos desta forma de jornalismo, já que são muitos e variados, Holanda *et al* (2008), em mapeamento sobre estudos do tema no Brasil e exterior, demonstram a realidade de um novo jornalismo participativo, que necessita de uma reavaliação permanente, bem como de seus métodos de pesquisa.

Nesta abordagem teórico-empírica, sobre a participação ativa dos internautas nos cibermeios de Dourados, optamos pelo conceito de Jornalismo Cidadão, conforme Outing (2005), citado por Rodrigues (2009), que estabeleceu 11 passos para serem seguidos pelos editores de sítios de notícias, a fim de incorporar as participações do cidadão:

> Permissão de comentários, disponibilização de espaços para a criação de blogs, publicação de notícias, fotografias e vídeos, e colaboração entre jornalistas profissionais e cidadãos anónimos são alguns dos conselhos do autor na tentativa de melhor enfrentar os desafios colocados ao jornalismo. Apesar da visão optimista, *Outing* revela algumas cautelas ao enunciar a necessidade de uma vigilância (que poderemos entender por edição) ao abordar a questão dos comentários, por exemplo. Estes factores apontados por *Outing* são hoje uma realidade em muitos jornais online. (RODRIGUES, 2009, p. 4.452).

Barichello e Carvalho (2008, p. 90) relacionam a questão ao processo de midiatização, no qual “um conjunto de operações sócio-técnico-simbólicas modifica as relações entre a mídia, sociedade e atores sociais” e provoca uma expansão de tal forma que “assim como ocorre com os demais campos, o próprio campo midiático sofre seus efeitos”. Elas trabalham com a possibilidade de que o sistema “de apuração, redação e postagem de informação pelo cidadão comum na web representaria, de certo modo, uma ameaça ao controle que o campo do jornalismo sempre teve” sobre o que é ou não notícia.

Na verdade, o assunto desperta diversos questionamentos, os quais, de tantos que são, exigiriam um estudo específico. Todavia, o que precisa ser destacado é que esta é uma realidade tão inconteste e, difícil de ser revertida, quanto à própria internet - como parte do “novo cotidiano” do jornalista, dos meios de comunicação - que incorpora a cada dia “novas perspectivas”, em consequência do avanço tecnológico. Neste sentido, Barichello e Carvalho (2008, p. 91) afirmam que o ciberespaço “inaugura novo horizonte, possibilitando, pela primeira vez na história, que o receptor atue, também, na condição de produtor de conteúdos”; mas reconhecem a necessidade de “legitimação das instituições” como um ponto central em um ambiente midiatizado, em que os campos sociais disputam constantemente visibilidade.

O cidadão tinha participação ativa, seja por meio de carta, ou telefonema, nas redações, no período anterior à internet. O que acontece, agora, é que esse processo se amplia na mesma proporção que a tecnologia se oferece, disponibiliza-se para que ele possa ter um papel mais agudo, mais incisivo. Agora, com o uso das ferramentas que o ciberespaço oferece, o ciberjornalismo pelas suas próprias características, transforma-se em aliado forte do cidadão, pois assim, ele pode interagir, personalizar, memorizar, multimidializar a informação; sem falar nos hiperlinks. Desta forma, uma série de ferramentas se apresenta ao cidadão, oferecendo-lhe mais e melhores condições para que tenha participação mais ativa na produção e circulação da informação.

Há, ainda, um aspecto a ser ressaltado no que concerne ao Jornalismo Cidadão, que é a questão da esfera pública, ou a relação entre o público e o privado, onde a imprensa ocupa lugar de destaque na defesa dos interesses do cidadão.

Neste sentido, ao escrever sobre a teoria sociológica de Weber, Kuschik (2006, p. 30) revela que o teórico alemão se interessou em analisar a imprensa, em seu trabalho sobre a racionalidade, porque “a imprensa se constituía um meio de comunicação de influência sobre opinião pública e o governo”; mas, o interesse dela sobre o objeto leva em conta o processo de transformação histórico vivido pelas sociedades, ou seja, uma visão puramente sociológica do papel da imprensa.

Kuschik (2006, p. 31) ressalta, inclusive, a hipótese formulada por Weber, de que a imprensa no futuro funcionaria como “censor da sociedade e da política ao informar temas, assuntos e problemas que não eram levados aos tribunais de justiça”. E a função da Comunicação, neste contexto, é bastante clara: além de ser um negócio, a imprensa e a comunicação em geral definiam-se como um âmbito que havia de se colocar a serviço da verdade e da justiça.

O próprio Weber (2006, p. 34) em Conferência da Associação Alemã de Sociologia, em 1910, questiona “[...] que aspecto tem o público na atualidade e que aspecto terá no futuro, o que é e não é que se torna público através da imprensa?”. Rui Barbosa, jornalista e jurista brasileiro, costumava alertar para a função basilar da imprensa, configurar-se nos olhos da nação, que, se cumprida, estaria atendendo o que preconiza Weber:

> A imprensa introduz, sem dúvida, deslocamentos poderosos nos hábitos de leitura e com isso provoca poderosas modificações na conformação, no modo e na maneira de como o homem capta e interpreta o mundo exterior. A mudança constante e o fato de dar conta das mudanças massivas da opinião pública, de dar conta de todas as possibilidades universais e inesgotáveis dos pontos de vista e dos interesses, pesam de forma impressionante sobre o caráter específico do homem moderno (WEBER, 2006, p. 43).

Traquina (2005, p. 26) oferece mais elementos a essa discussão, quando questiona se o jornalismo seria apenas um elemento reprodutor da ideologia do sistema dominante, ou se poderia abrir espaço para todos os agentes sociais na luta política social? O teórico português que define os jornalistas como “agentes participantes ativos, no processo de construção da realidade”, por meio do noticiário, oferece, também, pistas sobre a função social do jornalismo:

> [...] o jornalismo como um serviço público fornece cidadãos com a informação de que precisam para votar e participar na democracia e age como guardião que defende os cidadãos dos eventuais abusos de poder. No entanto, tal como os jornalistas desenvolveram a sua

> ideologia profissional em consonância com a teoria democrática e inspirados por ela, concomitantemente, mesmo desde antes do século XIX, o jornalismo tem sido um negócio e as notícias uma mercadoria que tem alimentado o desenvolvimento de companhias altamente lucrativas (TRAQUINA, 2005, p. 27).

A percepção do autor português não deixa de ter sua lógica, uma vez que estes veículos de comunicação estão fincados em contextos econômicos, cuja lucratividade faz parte da proposta de criação; mas, não se pode desconsiderar o alcance social, principalmente, com a possibilidade de uma interatividade quase instantânea, quando se fala de ciberjornalismo, em que as vozes das representações sociais de uma comunidade podem surgir de forma mais espontânea, possibilitadas pelas novas formas de fazer jornalismo. Quanto à questão do controle da forma de fazer jornalismo, parece continuar preservada, quando se sabe que há controle, por parte da redação, tanto nas postagens de comentários, quanto efetivamente na utilização de material enviado por internautas. Essa assertividade fica patente na fala do editor do Diário MS online, Alfredo Barbara Neto[16].

> Hoje em dia, todo mundo tem um celular que filma, grava, fotografa, faz e acontece. Uma pessoa que está lá em Aral Moreira vai presenciar um acidente, um fato, enfim, que possa virar notícia e quer mandar uma foto, ou um vídeo, ela vai poder mandar, com algumas informações sobre o corrido, que o repórter, na redação, vai transformar em texto jornalístico, ou apurar mais informações, se for o caso, e postar. Eu não vou colocar no ar direto o material enviado, vai ter que passar pela redação, até pela qualidade de texto, Português, essa coisa toda, não ter ataques, porque a pessoa que usa a internet parece que fica dona do mundo. Então, a gente vai fazer dessa forma, mas com a interatividade, o objetivo e ter objetividade, em receber e em passar a informação, a notícia, o fato e, isso, evidentemente, amplia o leque de acessos, e a gente acaba noticiando tudo que está acontecendo no estado. É o jornalismo colaborativo que nós queremos implantar, para agregar valor ao sítio, fidelizar o leitor e atrair mais leitores internautas. (BARBARA NETO, 2013)[17].

O editor manifesta preocupação com o conteúdo encaminhado pelo internauta, ao mesmo tempo em que a Redação demonstra ter controle total sobre o conteúdo, pelo menos, nesta forma de participação do público. Outra visão

[16] Barbara Neto se refere a Aral Moreira (http://www.cidade-brasil.com.br/municipio-aral-moreira.html), um pequeno município de Mato Grosso do Sul, com cerca 10.400 habitantes, situado a 188 km de Dourados e 367 km de Campo Grande, na fronteira do Brasil com o Paraguai.
[17] Entrevista a este autor, no dia 12.11.2013. Ver Anexo 5.

manifestada é a fidelização do público, bem como o "prestígio" obtido, ao colaborar com a produção conteúdo do cibermeio.

3.5 Ciberjornalismo hiperlocal, a comunidade mais próxima de si

A discussão em torno da proximidade como elemento norteador nas relações da sociedade local, além do jornalismo ou ciberjornalismo cidadão abre espaço para outra questão tão preponderante quanto determinante de muitas ações locais, o Ciberjornalismo Hiperlocal. Fala-se em ciberjornalismo, pela adoção desta terminologia neste trabalho. É claro, que o Ciberjornalismo de Proximidade, o Ciberjornalismo Cidadão e o Ciberjornalismo Hiperlocal estão de certa forma, interligados e inter-relacionados pelas propriedades que os caracterizam e pelas interações dos pontos convergentes que os unem. Esses pontos de interseção que os ligam, portanto, devem-se, principalmente, à plataforma internet, ou seja, na qual são produzidos e fazem circulação.

Castilho (2011) se refere ao fenômeno como um grande "filão informativo" descoberto pelos grandes jornais, antes explorado apenas por ativistas sociais e pesquisadores. Ele define o Jornalismo Hiperlocal como aquele destinado a cobertura de comunidades locais, bairros, ruas. O autor tece retrospecto em que historia o novo formato jornalístico surgido nos Estados Unidos, há quase uma década, quando cita, inclusive, a experiência do projeto *The Local*[18], do *The New York Times,* que usava informações dos leitores e moradores de bairros de Nova Iorque como matéria-prima. O projeto tinha parceria com a Escola de Graduação em Jornalismo da *City University of New York* (CUNY). Segundo Castilho (2011), uma das primeiras experiências na área foi o sítio estadunidense *Baristanet*, que serviu de base para estudos do teórico australiano Alex Bruns.

[18] *The Local* (http://www.nytimes.com/marketing/thelocal/) surgiu em março de 2009, em forma de blog com o objetivo de trabalhar de forma colaborativa informações de comunidades de três bairros de Nova Iorque, principalmente, Fort Greene e Clinton Hill, num verdadeiro exercício democrático da informação, onde o povo escrevia para o povo. Depois de quatro de existência, em maio de 2013, *The Local* passou a se chamar *The Nabe* (www.TheNabe.me), com ampliação da plataforma e dos serviços oferecidos.

Outra experiência pioneira foi o sítio, também, estadunidense, EveryBlock. Fundado por Adrian Holovaty, Wilson Miner, Dan O'Neil e Paul Smith, o cibermeio hiperlocal começou como um agregador de notícias automatizado, em 2007, desenvolvia, também, processos customizados e trabalhava com informações de governos locais. Em fevereiro de 2013, o website *Journalism in the Americas*[19] noticiou o encerramento das atividades do EveryBlock, tendo como causa, dificuldades financeiras para manutenção do projeto.

Na verdade, este formato jornalístico está umbilicalmente ligado à lógica do local-global, ou da glocalização, de acordo com Robertson (1999), quando se refere à possibilidade de interação propiciada pelos meios de comunicação, principalmente, a internet, com sua capacidade de ligar comunidades próximas e distantes pelos mesmos interesses que as unem. Nesse aspecto, Martín-Barbero (2012, p. 59) observa que o sentido de local apresenta compatibilidade com o uso das tecnologias comunicacionais e das redes telemáticas, porque "essas redes não são unicamente espaço no qual circulam o capital, as finanças, mas, também 'um lugar de encontro' de multidões de minorias e comunidades marginalizadas ou de coletividade de pesquisa". Robertson (1999) complementa este raciocínio da seguinte forma:

> Sem negar que o mundo-como-um-todo tem algumas propriedades sistêmicas que excedem as unidades dentro dele, devemos ressaltar, por outro lado, que tais unidades são, em si, construídas em função de processos e ações extralocais no contexto das crescentes dinâmicas globais (ROBERTSON, 1999, p. 259).

Ainda nessa linha de raciocínio, Mitchell (2010) se refere a outras comunidades que participam desse processo; imigrantes que procuram notícias de seus países, amigos, familiares distantes que se aproximam, sejam por meio das comunidades específicas em redes sociais, ou mesmo em noticiários dos cibermeios locais, como no caso de Dourados. Esse exemplo é validado pela fala do editor do Diário MS online, Barbara Neto:

> O nosso sítio é feito para quem está no nosso entorno e, imagino, também, que a grande maioria das pessoas que acessam está nesse entorno, inclusive para gente daqui de Dourados, de Mato Grosso do Sul, que mora no exterior e quer saber notícia da sua terra. Me parece que isso seria um exemplo dessa relação local-global, essa

[19] https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-12872-site-pioneiro-do-jornalismo-hiperlocal-encerra-suas-atividades-nos-eua.

> pessoa acessar o sítio para ter estas notícias [...], um douradense que mora em Madrid, por exemplo, certamente, quer saber como foi a festa junina este ano, quem veio, se tinha muita gente, enfim, informações a respeito do evento que ela conhece, já viveu, que, agora, está longe, mas está ligada ao seu local de origem (BARBARA NETO, 2013) [20].

No Brasil, são conhecidas, também, algumas experiências, como o projeto do Globo Online[21], por exemplo, o portal Bairros.com[22] voltado para os bairros, lançado em 2008, no qual cada região do Grande Rio tem um blog próprio, abastecido pelos repórteres dos Jornais de Bairros, com o auxílio dos próprios leitores. Além de informações curtas em tempo real, apuradas na rua e postadas via celular, pelos repórteres, o sítio conta com conteúdo enviado pelos leitores, por meio do Eu-Repórter, a ferramenta de Jornalismo Participativo do Globo na internet. No ambiente do Bairros.com, o internauta além de comentar os textos, envia informações da sua comunidade em texto, foto ou vídeo, artigos; responde pesquisas e participa de fóruns. A característica marcante do portal é a interatividade com o leitor.

Há, ainda, a experiência do grupo de comunicação regional sulista RBS[23], em particular a página de Bairros de Zero Hora[24], de Santa Catarina, cujo modelo de funcionamento é similar ao *The Local*. Outra experiência brasileira desse formato jornalístico é a iniciativa da Agência de Notícias das Favelas[25], que se utiliza da Internet e de sites de redes sociais, para reunir e veicular informações sobre acontecimentos nas favelas brasileiras.

Mais uma experiência no cenário brasileiro é a que fez o Jornalismo Hiperlocal transpor os muros da academia e se alojar no laboratório do curso Jornalismo do Centro Universitário UNA de Belo Horizonte, em Minas Gerais, por meio do sítio Contramão[26]. O projeto, criado em 2008 e realizado pelos estagiários de jornalismo, tem por objetivo fazer a cobertura jornalística hiperlocal da Praça da Liberdade, localizada no bairro de Lourdes e seu entorno, no Centro da capital mineira.

---

[20] Entrevista ao autor no dia 04.11.2013. Ver Anexo 5.
[21] http://oglobo.globo.com/.
[22] www.bairros.com.
[23] http://www.gruporbs.com.br/atuacao/clicrbs/.
[24] http://wp.clicrbs.com.br/zhmoinhos/?topo=13,1,1,,,13.
[25] http://www.anf.org.br/.
[26] http://contramao.una.br/?cat=3.

Segundo Lemos e Pereira (2011, pp. 3-4), a proposta do jornal-laboratório, em sua versão online, é servir “como espaço de experimentação das ferramentas tecnológicas que auxiliam na produção de notícias para a internet, além de procurar entender e valorizar as memórias de uma região específica de Belo Horizonte”, bem como “valorizar o local e as culturas que nele existem e se manifestam”.

Embora não haja ainda um consenso sobre a definição precisa para Jornalismo Hiperlocal, pelo arcabouço conceitual existente, fica evidente que o formato está centrado no tripé: localidade, cidadão, colaboração, sem falar na internet, que, de forma exponencial, amplia e fortalece essa tendência. Mark Glaser (2007) afirma que a informação local é relevante para pequenas comunidades ou bairros que têm sido ignorados pelos meios de comunicação tradicionais. Por isso, a publicação da informação fornecida pelos leitores, além da comunicação online mais barata, preencheu essa lacuna da informação; mas, que os modelos de negócio de sítios de notícias hiperlocais ainda estão em evolução, buscando seu espaço no cenário midiático.

Zago (2009) reconhece a predominância do modelo colaborativo na produção de informação, mas reconhece que, em algumas ocasiões, os sítios se limitam a agregar os conteúdos procedentes de outras fontes e que, em outras situações, o conteúdo elaborado pela redação é complementado por colaborações de cidadãos locais. Para Shaw (2007), as informações hiperlocais estão relacionadas à história e a familiaridades de determinada vizinhança, região, ou determinado grupo de interesse, dentro de uma área geográfica delimitada. Ela ressalta que o movimento hiperlocal significa algumas mudanças inovadoras, fundamentais na forma como o jornalismo tradicional é conduzido, ou seja, uma novidade, em termos de jornalismo, em função das transformações tecnológicas pelas quais as sociedades passam.

No caso de Dourados, o que se observa é que, por se tratar de uma cidade do interior do interior do país, é possível constatar que seus cibermeios guardam na sua essência, alguns traços da informação hiperlocal, em alguns casos, como será visto no Capítulo 5. Até há sinais deste jornalismo participativo/colaborativo, principalmente, quando se percebe a presença de matérias a partir da interatividade, mesmo que, de certa forma, indiretamente, já que o leitor/internauta não tem seu e-mail publicado, embora, por meio dele, tenha sua demanda local atendida. Isso

graças à força da tecnologia, mais acessível a todos nos dias de hoje, principalmente o celular, até mais que o próprio computador.

Identifica-se, sim, em alguns momentos, a presença do Ciberjornalismo Hiperlocal nos sítios de web notícias de Dourados, se se levar em conta as premissas básicas da informação localizada por bairro, comunidades, microrregião, nos espaço geográfico delimitado. Mas, também, nas esferas de comunidades e integração destas comunidades, mesmo distantes geograficamente falando, contudo aproximadas pela internet, que tem a capacidade de encurtar o espaço físico, no que Robertson (1999) chama de compressão do mundo.

Por outro lado, não se pode ignorar a presença de dois fatores consideráveis. O primeiro está relacionado à própria exploração dos meios de comunicação na pratica do jornalismo colaborativo, quando utilizam o material do leitor/internauta, sem que este seja remunerado por isso, se considerarmos que os veículos enquanto empresa tem os lucros garantidos pelo seu funcionamento. O outro aponta para os cibermeios de Dourados que, ainda que de maneira incipiente, mas estão inseridos neste contexto como já foi evidenciado. Em função da falta de utilização plena das ferramentas da internet, contudo, não há um maior aproveitamento desta forma colaborativa na elaboração da informação local.

4 A HISTÓRIA DA MÍDIA EM DOURADOS

Este capítulo apresenta a história da mídia impressa de Dourados, metamorfoseando-se para a online, quando é feita a descrição e análise dos cibermeios, por meios das categorias relacionadas que permitiram traçar um panorama da mídia digital de proximidade praticada na cidade. Como ela funciona a partir do uso das potencialidades da internet, em um cenário glocalizado, cuja segmentação atinge o "hiperlocalismo".

O resgate da história fornece elementos para se tentar compreender o contexto em que ocorrem os acontecimentos que constroem a trajetória e a memória de uma sociedade. Por isso, a História, em sintonia com a Comunicação, pode representar, também, o fio condutor das transformações sociais, tecnológicas e comportamentais desta sociedade.

O pesquisador André Mazini (2012, p. 302) observa que há poucos estudos acadêmicos sobre a história da mídia sul-mato-grossense, principalmente, a de Dourados. Ele credita a baixa produção "à incipiência do próprio campo acadêmico da Comunicação Social em Mato Grosso do Sul", cuja fundação do primeiro curso de jornalismo ocorreu em 1989, na UFMS, e o primeiro, de pós-graduação, na mesma universidade, em 2011. Mazini pondera, ainda, que a UFGD, que conta com uma produção acadêmica mais consolidada, pela existência desde 1.999 do Programa de Pós-Graduação em História, quando do campus da UFMS, ainda em Dourados, mas, que, mesmo assim, "os historiadores de MS pouco produziram sobre a história da imprensa no Estado".

Uma dessas pesquisas é o livro "Dourados: memórias e representações de 1964", da professora de História da UEMS, Suzana Arakaki (2008), que traz informações sobre os primeiros periódicos de Dourados. A obra é resultado da pesquisa de mestrado realizado na UFGD, sobre o período da ditadura militar. Nela, Arakaki conta como aconteceu o golpe militar em Dourados e analisa o papel da imprensa local nesse período da história do país, além de apresentar os cenários locais, nacionais e internacionais, no período, sem esquecer a convergência de fatores que desembocaram no regime de exceção.

Barreto (2011), em sua tese de doutorado, aborda também a incipiência das pesquisas sobre a mídia local, demonstra inquietações com essas questões e amplia, portanto, o debate. Ele trabalha com a hipótese de que “o processo recente e conturbado de formação territorial do Centro-Oeste dificulta a criação de uma identidade regional”, resulta em discrepância e falta de sintonia entre os meios de comunicação e o campo acadêmico da Comunicação, com a própria região.

Outros fatores apontados pelo pesquisador nesse cenário são, com exceção de Brasília, a incipiência do processo de sistematização de pesquisa na área de Comunicação; falta de intercâmbio nas práticas comunicacionais do mercado de Comunicação; falta de integração das faculdades de Comunicação e seus objetos de pesquisa, que, institucionalmente, estariam mais ligados às do eixo Rio-São Paulo, em detrimento de uma identidade local e o isolamento da própria UnB, em relação às universidades dos estados do Centro-Oeste.

Entendemos que além das questões apresentadas pelos pesquisadores, existem, ainda, outros elementos que contribuem para a existência dessa lacuna sobre estudos da mídia do estado. Um deles é o fato de se tratar de um estado novo, com menos de 40 anos de existência. Criado em 1977, em pleno regime militar, ainda falta tradição e inserção do estado no cenário socioeconômico e político nacional, embora seja detentor de grande potencial agrícola e na pecuária.

Outro ponto a ser considerado é a questão da localização geográfica. Ao observar o mapa do Brasil, percebemos que Mato Grosso do Sul fica em um canto, completamente fora da rota dos grandes centros urbanos, de outras regiões do país; considerado, muitas vezes, a própria periferia dos grandes acontecimentos históricos, pela falta de integração e interação com estes esses centros urbanos. Finalmente, a falta de tradição da mídia, se considerar-se que a mídia é um substrato do contexto sócio, político, econômico e cultural, e, em um estudo sobre ela, não se pode desconsiderar esse vetor. A mídia, por fazer parte do tecido social, das artérias que compõem a sociedade da qual faz parte, reflete, sem dúvida, o corolário dos espectros desta sociedade.

Barreto (2011) encontra em Marques de Melo a resposta para a principal hipótese de seu trabalho, que, não por acaso, vem, também, ao encontro de

observações feitas por este estudo, sobre a falta de tradição de pesquisa da mídia local e o distanciamento do estado dos acontecimentos nacionais:

> Assim, como visto nos dois primeiros capítulos da pesquisa, MARQUES DE MELO (2001:15) destaca que “a região Centro-Oeste costuma figurar no conjunto dos episódios da nossa história como caudatária dos acontecimentos protagonizados pelos centros hegemônicos nacionais”, apontando ainda que “a explicação é plausível, pois se trata, de um território que só foi desenvolvido tardiamente”. [...] Desconsiderar o desenvolvimento tardio, as disputas territoriais, a precariedade das vias de transportes, a baixa densidade demográfica e todos os problemas socioeconômicos estudados, conduziria uma análise “míope” das Ciências da Comunicação da região Centro-Oeste. Não podemos conceber uma análise de mídia regional que excluísse sua História e sua Geografia, visto que são exatamente estas duas áreas que mostram as características das mesmas, distinguindo-se das congêneres nacionais (BARRETO, 2011, pp. 270-271).

A produção do conhecimento, tanto sobre os meios de comunicação, quanto à utilização da informação jornalística como matéria-prima para a produção deste conhecimento, é papel do pesquisador, do trabalho de pesquisa, o que torna estudos como este, de importância vital nesse devir.

4.1 A mídia impressa chega a Dourados, na década de 1920

A História tem apresentado várias imbricações com a Comunicação; por vezes, elas se convergem; por outras, complementam-se na produção do pensamento e do conhecimento. O historiador Maximiliano Vicente (2009, p. 16) comunga desta ideia, quando detecta uma relação de afinidade e conflito, ao definir a conexão entre a História e a Comunicação. Para ele, a similaridade decorre da proximidade e da convergência das duas ciências, se é que se pode dizer que a Comunicação é uma ciência; pois História e Comunicação, seguindo esta lógica, “coincidem na sua finalidade, ou seja, na compreensão e na decodificação da formação da sensibilidade”, o que torna necessário, portanto, “identificar quais os procedimentos usados na construção de narrativas explicativas dos fatos sociais”. O historiador reforça seus argumentos, ao chamar a atenção para o fato de que o objetivo final de a Comunicação ser o receptor da mensagem produzida pelos meios de Comunicação:

> A tecnologia e as mensagens, sem dúvida, adquirem um papel relevante na construção da comunicação e em como ela traçou sua trajetória. Entretanto, para os estudos da comunicação sob uma perspectiva histórica, a questão central residirá na forma de abordar os efeitos e mudanças na sociedade ocasionadas pelos meios (VICENTE, 2009, p. 35).

O historiador lembra, porém, a diferença das reações das pessoas expostas às mensagens; por isso, não haveria um comportamento padrão, universal, que caberia aos historiadores da Comunicação Social encontrar "novas interpretações, novos enfoques e novas avaliações dos efeitos das mensagens", em cada contexto em que se dá.

Para o historiador francês Jacques Le Goff (2003), a matéria fundamental da história é o tempo, e, ao longo da caminhada da humanidade, a cronologia desempenha papel de destaque nesse processo "como fio condutor e ciência auxiliar da história". Assim, na construção da representação social do papel da mídia em Dourados, não se pode deixar de olhar para trás e perceber o caminho percorrido por ela, até aqui, bem como o processo dessa trajetória. Por isso, ao se referir ao encontro do passado com o presente, Le Goff observa a construção da memória:

> Hoje, a aplicação à história dos dados da filosofia, da ciência, da experiência individual e coletiva tende a introduzir, junto destes quadros mensuráveis do tempo histórico, a noção de duração, de tempo vivido, de tempos múltiplos e relativos, de tempos subjetivos ou simbólicos. O tempo histórico encontra, num nível muito sofisticado, o velho tempo da memória, que atravessa a história e alimenta (LE GOFF, 2003, p. 13).

Nesse sentido, o trabalho de Suzana Arakaki (2008), que versa sobre o papel exercido pela imprensa local, no período do regime militar, traz importante contribuição à história da mídia impressa de Dourados. A autora escreve, por exemplo, que o mais antigo periódico douradense, em circulação, **O Progresso**, na verdade, nasceu em Ponta Porã, cidade na fronteira com o Paraguai, a 110 quilômetros de Dourados. Fato como este, sem dúvida, ganha vitalidade, na recuperação do elo entre o passado e o futuro da mídia douradense. A historiadora registra, ainda, a existência de periódicos na cidade, desde 1926. O primeiro jornal a circular em Dourados foi **Jandaia**, do migrante gaúcho Arnulfo Fioravante, que imprimia o periódico, na capital, Campo Grande. A segunda publicação de Dourados

foi **O Douradense**, de propriedade de Armando da Silva Camelo, circulou entre 1948 e 1950.

Segundo Arakaki (2008), o jornal **O Progresso** é a terceira publicação noticiosa a circular em Dourados, em 1951. O periódico foi fundado, porém, em 1920, em Ponta Porã, pelo advogado José dos Passos Rangel Torres, pai do também advogado Weimar Gonçalves Torres, político tradicional da região Sul do estado, que herdou a publicação. Com uma tiragem de 200 exemplares semanais, **O Progresso** foi um dos primeiros jornais a circular em Mato Grosso do Sul e, em Dourados, isso acontece em 1951, quando passou a ser impresso na tipografia de Naurestides Brandão. De acordo com Arakaki (2008), a tipografia foi instalada na cidade, com a subvenção da Prefeitura. Ela afirma que, até 1964, o periódico era semanário, quando passou a circular diariamente, a partir dessa data.

A Cidade, de propriedade de Demosthenes Palieraqui, foi a quarta publicação do município, impressa em 1953, na tipografia da família Palieraqui. **Jornal de Dourados** é a quinta, de propriedade de D'Almeida Vitor e João Augusto Capilé Júnior, circulou em 1955. Impresso em Campo Grande, não chaga, porém, à terceira edição. No período de 1955 a 1956, o jornal **A voz do sul**, do Partido União Democrática Nacional (UDN), impresso na Tipografia Brasil, marcou o início da imprensa panfletária partidária local. Outra publicação político-partidária foi **A Luta**, ligada ao deputado Wilson Dias, circulou apenas no período da campanha eleitoral para governo do estado.

Outra publicação, **O Jornal de Dourados**, cujo proprietário era o empresário Antônio Tonani, que se fixou em Dourados, em 1950, circulou na cidade, no período entre 1958 e 1964, com algumas interrupções, e era atrelado, também, a interesses político-partidários, segundo Arakaki (2008, p. 106) "em seu primeiro número, de 05 de janeiro de 1958, **O Jornal de Dourados**, afirmava em editorial, a posição política partidária de seus proprietários; todavia, demarcou suas posições ideológicas", pois, na segunda página, a autora destaca artigo com seguinte título: "Agitadores comunistas perturbam a boa ordem dos colonos".

O Rolo era de propriedade do médico Joaquim Lourenço Filho, com Nicanor de Souza e Noele Gomes de Oliveira. Eles editaram o jornal em forma de rolo, uma novidade na época. O primeiro exemplar é de 1959. Em 1968, surgiu a **Folha de**

Dourados[27], que circulou, embora com períodos de interrupções, em função de sucessivas crises financeiras, até 2012, quando passou a ter apenas versão online. O jornal foi criado pelo jornalista Theodorico Luiz Viegas, segundo José Henrique Marques[28], também jornalista e atual proprietário da empresa. De acordo com Marques, Viegas queria publicar o que não conseguia em **O Progresso**, onde trabalhava, pois queria ter mais liberdade; por isso, resolveu fundar um jornal.

> Ele era editor do jornal O Progresso, era um jornalista contestador, com ideias e pensamento próprios, não era uma pessoa "Maria vai com as outras"; então, ele entendeu que, no Progresso, não poderia publicar, dar vazão àquilo que sentia, como ser humano, como jornalista; então, criou a Folha de Dourados, que, na verdade, veio ser uma dissidência do Progresso. Com a Folha, ele implantou na cidade um contraponto no jornalismo de Dourados. Porque, se O Progresso tem uma história, uma trajetória de um jornal mais ligado às elites, às classes mais abastadas, a Folha de Dourados atendeu o público, o povão. Ai, cresceu, ganhou força política. A Folha foi o primeiro jornal diário de Dourados, depois, que o Progresso, que era semanal, virou jornal diário também. Então, na história da imprensa de Dourados, criou-se esse contraponto, enquanto um jornal se preocupava mais em dar vazão ao noticiário de empresas, do Exército, do Judiciário, a Folha passou a fazer um jornalismo mais popular. E ela ganhou mercado por causa disso aí (MARQUES, 2013)[29].

Segundo o atual proprietário da Folha de Dourados, no início, a Folha chegou a competir com O Progresso, mas, em função da melhor saúde financeira, o mais antigo jornal em circula em Dourados acabou vencendo o concorrente, que começou a entrar em crise, já que seu proprietário tinha mais ideologia que senso empresarial.

Arakaki (2008) ressalta que, embora as primeiras edições dos periódicos em Dourados tenham tido início em 1926, apenas **O Progresso** possibilitou a pesquisa em função da existência de exemplares em todo o período de vida. **O Progresso** é uma empresa familiar, pertencente aos descendentes de Weimar Torres, que morreu em 1969, vítima de acidente aéreo. A cúpula administradora da empresa é composta pela viúva de Weimar Torres, Adiles do Amaral Torres, e suas filhas Blanche e June Torres.

---

[27] É o único cibermeio de Dourados que traz a data da fundação (de quando era versão impressa) na capa.
[28] Em entrevista concedida a este autor, no dia 09.07.2013. Ver Anexo 6.
[29] Em entrevista concedida a este autor, no dia 09.07.2013. Ver Anexo 6.

A imprensa de Dourados, a exemplo de grande parte da imprensa nacional, apoiou o golpe militar de 1964, como ressalta a professora da UEMS. De acordo com Arakaki (2008), a estratégia utilizada era a de desqualificar o governo do então presidente João Goulart. A imprensa acusava Jango de sofrer influência do bloco socialista, liderado pela então União Soviética, e de querer implantar o Comunismo no Brasil. No caso de **O Progresso,** do então deputado Weimar Torres, depois da instalação do governo dos militares, opôs-se a ele; passou a criticar e denunciar os métodos utilizados pelos militares, principalmente, a arbitrariedade do regime e o cerceamento à liberdade de pensamento e expressão:

> Passada a euforia inicial, a imprensa acordou e passou a condenar as ações perpetradas pelo governo militar. As arbitrariedades cometidas passaram a ser sistematicamente denunciadas nos jornais, entre eles *O Progresso*. A revolta de Weimar Torres com desdobramento do Golpe foi externada em vários artigos, entre eles *Finada Revolução e Brasil, acorda!* Ambos publicados em outubro de 1964. Da mesma maneira apaixonada com que defendeu o que pensava serem forças revolucionárias, Weimar Torres condenou veementemente as prisões, cassações e injustiças cometidas em nome da revolução. Em outubro daquele mesmo ano a imprensa ainda podia se manifestar (ARAKAKI, 2008, p. 120).

Outra característica da mídia impressa de Dourados, latente no trabalho de Arakaki, é o partidarismo dos periódicos, pois cada publicação tinha ligações com políticos, ou com partidos políticos. Era a imprensa panfletária, ideológica, que, a exemplo do restante do país, chegava a Mato Grosso do Sul e, em consequência, a Dourados, com mais de um século de atraso.

Além de **O Progresso**, o mais antigo e tradicional impresso do estado em circulação, há, também, atualmente, em Dourados, o **Diário MS**, que nasceu **Diário do Povo**, em setembro de 1993, que, por sua vez, resultou da fusão de três semanários: **Panfleto** (1983), **Jornal do Vale** (1987) e **Zangão** (reeditado em 1985). O jornal passa a circular com o nome **Diário MS**, dado pelo seu diretor e fundador Vitoriano Carbonara Cales, em dezembro de 2000, como escreve o jornalista Luís Carlos Luciano (2003), no livro “O Fenômeno Diário MS: Dez anos de um sonho que está dando certo”, publicação que marcou as comemorações da primeira década do jornal.

A troca de nome ocorreu, porque o jornal precisou importar papel para sua impressão, que, na época, era mais barato que o nacional, e descobriu que havia

um **Diário do Povo** em Campinas, São Paulo. Em 2011, o jornal troca de dono e, desde então, pertence ao jornalista Alfredo Barbara Neto.

4.2 Portais de Dourados

Um dos objetivos propostos por esta pesquisa foi o de elaborar um mapeamento e uma catalogação dos principais sítios de webnotícias, sediados no município de Dourados. O estudo mapeou e catalogou 20 cibermeios[30], conforme o Quadro 4.

Quadro 4: Relação dos sítios, com seus respectivos endereços na *web*

NOME DO SÍTIO	ENDEREÇO NA *WEB*
Agora MS	www.agorams.com.br
BBc News	www.bbcnews.com.br
Cidade Dourados	www.cidadedourados.com
Diário MS	www.diarioms.com.br
Dourados Agora	www.douradosagora.com.br
Dourados Informa	www.durdaosinforma.com.br
Dourados News	www.douradosnews.com.br
Douranews	www.douranews.com.br
Estado Notícias	www.estadonoticias.com.br
Exportiva do MS	www.nova.exportiva.com.br
Folha de Dourados	www.folhadedourados.com.br
Folha do MS	www.folhadoms.com.br
Gazeta do MS	www.gazetams.com.br
Jornal Preliminar	www.jornalpreliminar.com.br
MS JÁ	www.msja.com.br
Midiaflex	www.midiaflex.com.br
MS Total	www.mstotal.com.br
O Progresso	www.oprogresso.com.br
Patrulha da Cidade	www.patrulhadacidade.com.br
Repórter MS	www.reporterms.com.br

[30] O Jornal Preliminar, embora tenha sido fundado em 2009, só entrou em funcionamento em 2013. Por isso, não houve coleta de notícias dele em 2012. Ele e o Cidade Dourados são os mais novos da cidade.

Três desses sítios de webnotícias são ligados aos dois principais grupos de mídia impressa local: **O Progresso** e o **Diário MS**[31]. O **Diário MS** online pertence aos mesmos proprietários do impresso **Diário MS**, o jornalista Alfredo Barbara Neto e sua esposa, Renata Helena Elias Barbara. **O Progresso** online e o **Dourados Agora**[32] pertencem à família Torres do Amaral, proprietária do impresso **O Progresso,** embora tenham administrações distintas**.**

Três sítios, o **Gazeta MS**, o **Exportiva MS** e o **Agora Dourados** pertencem a comerciantes locais. Os proprietários dos dois primeiros mantêm lojas de material esportivo na cidade; enquanto o terceiro tem como proprietário o dono de um posto de gasolina. Os outros sítios têm suas funções ligadas à própria organização de origem.

Com exceção dos veículos ligados aos grupos de mídia já existentes, como os jornais impressos, por exemplo, os cibermeios de Dourados são constituídos administrativamente como microempresas. Do ponto de vista econômico, não representam grande robusteza como empresas, haja vista, estarem, em sua maioria, dependentes de verbas publicitárias oriundas do poder público.

4.3 Um sítio de notícia criado a leite de cabra

O primeiro sítio de notícias de Dourados[33] surgiu no início do ano 2.000, cinco anos após a considerada grande mídia nacional criar seus portais de notícias. Os primeiros jornais a utilizarem o meio digital foram o **Estadão**, em São Paulo; o

[31] No início desta pesquisa, em 2012, e, por ocasião da primeira coleta, entre 24.2 e 02.03.2012, o Diário MS online não apresentava produção própria, apenas reproduzia em sua plataforma o conteúdo produzido pela versão impressa. A partir do segundo semestre de 2013, passa por uma reformulação, ficando sem ser alimentado por noticia, com sua plataforma em manutenção. Voltou a funcionar no fim de 2013, com uma proposta arrojada, notícias com pequenos parágrafos e o layout totalmente modificado, mas voltou a ter problemas e, no início de 2014, por ocasião da segunda coleta desta pesquisa, estava novamente, sem atualização, em manutenção.

[32] Embora pertença à mesma família proprietária de O Progresso, o Dourados Agora tem suas postagens oriundas da sua própria redação, agências de notícias oficiais, outros portais. Não depende do conteúdo de O Progresso. Na segunda coleta, o cibermeio postou duas notícias feitas pelo O Progresso e deu o crédito.

[33] Dourados News – www.douradosnews.com.br foi o primeiro sítio de web notícias, fundado em 2000. O segundo, Dourados, só viria no ano seguinte, em 2001: Dourados Agora – www.douradosagora.com.br, uma variante digital do jornal impresso, O Progresso. Na metade da década de 2000, há a explosão de cibermeios no município, que segue uma tendência de todo o Mato Grosso do Sul.

Jornal do Brasil, no Rio de Janeiro; e o **Jornal do Commércio**, em Pernambuco, em 1995. No ano seguinte, 1996, foi a vez dos jornais **O Globo**, **Folha de São Paulo**, **Zero Hora**, Estado de Minas, entre outros. O primeiro jornal com atualização contínua de notícias em tempo real foi o **Brasil Online**, lançado, também, em 1996, pelo **UOL** (BARBOSA, 2002). A partir daí, outros 18 cibermeios foram instalados, ao longo destes 13 anos, na cidade, até o mais recente, o **Cidade Dourados**, que entrou no ar em 2012.

Uma situação curiosa marca a chegada do primeiro sítio de webnotícias do município, cuja motivação maior teria sido a falta de espaço na imprensa local. O jornalista Clóvis de Oliveira[34], um dos fundadores do **Dourados News** e, atualmente, editor do **Douranews –** uma dissidência do **Dourados News**, que, também, ajudou a fundar, recorda em entrevista[35], com riqueza de detalhes, do episódio que se transformou em fato histórico, recheado, por interesses díspares e diversificados, mas que serviu como uma espécie de marco zero na história da mídia digital de Dourados.

Clóvis de Oliveira (2013)[36] conta que a ideia da criação do cibermeio foi de Primo Fioravante Vicente, um produtor rural, criador de cabras, que faleceu, vítima de câncer, em 2002, dois anos depois da fundação do **Dourados News.** Segundo o jornalista, Fioravante queria vender uma produção grande de leite de cabra para a Prefeitura de Dourados usar na merenda escolar, mas a Prefeitura não tinha interesse na compra do produto. Depois disso, a Prefeitura realizou licitação para a compra de leite de cabra, e quem venceu foi um produtor de Campo Grande. Inconformado com a situação, Fioravante foi pesquisar por que o leite estava vindo de Campo Grande:

> Descobriu que o produto era comprado de um político de Campo Grande, que era membro do Tribunal de Contas do Estado (TCE-MS), que hoje, por acaso é senador da República, o Ruben Figueiró.

[34] Entrevista concedida a este autor, no dia 26.03.2013. Ver Anexo 2.
[35] Triviños (1987) afirma que a entrevista semiestruturada caracteriza-se pelos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Os questionamentos propiciariam novas hipóteses surgidas a partir das respostas das fontes. O foco principal colocado pelo investigador-entrevistador ajuda na descrição dos fenômenos sociais. Para Manzini (1990/1991), a entrevista semiestruturada deve ser feita a partir de um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões que surgirem a partir do desenvolvimento da entrevista, que sirvam para completar o tema, pois este tipo de entrevista faz surgir informações de forma mais livre, e as respostas não se condicionam a um padrão estabelecido.
[36] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2

> E o Primo fez um artigo, uma denúncia, contando que a Prefeitura de Dourados estava comprando leite de um conselheiro do TCE, por razões outras, coisa de político, e queria publicar a matéria. Só que não achou quem publicasse o material aqui. Ele veio falar comigo, pedindo para publicar o artigo e eu falei 'olha Primo, a gente publica no Campo Grande News, que é de um amigo meu'. E mandamos para lá e imediatamente a matéria foi publicada e ele ficou admirado (OLIVEIRA, 2013) [37]

De acordo com Oliveira (2013), Fioravante, que também era escritor e ecologista, ficou impressionado e curioso com a rapidez com que a notícia tinha sido publicada, com a velocidade da internet, em repercutir o episódio, em apresentar a notícia para o público. Ficou tão extasiado com a nova forma de fazer jornal, com a instantaneidade do veículo, que sugeriu a criação imediata de um sítio de notícias em Dourados. Com Fioravente responsável pela parte financeira, e Clóvis de Oliveira pela parte editorial, produção e postagem das notícias, não demorou a surgir o primeiro jornal de notícias na internet do município, em 2000.

Inicialmente, o novo veículo de comunicação da cidade funcionou numa casa do próprio Fioravante, na Rua Firmino Vieira de Mattos, no centro da cidade, onde ocupava dois cômodos. A estrutura era pequena, mas dispunha de dois computadores, um deles como servidor; dois profissionais de imprensa, Clóvis de Oliveira e Antônio Coca, que produziam e publicavam as matérias. No terceiro mês, dispunham de um veículo, e começou, também, a funcionar um departamento comercial.

O idealizador e principal sócio fundador do primeiro cibermeio da cidade, Primo Fioravante, tinha 72 anos, mas com uma visão de mundo ampliada, conforme Oliveira (2013), que recorda, também, da motivação do nome do município dado ao cibermeio douradense, para rivalizar com a capital, que tinha seu **Campo Grande News**, "então, aqui, tinha que ser **Dourados News**", o que demonstra o grau de bairrismo que o empreendimento simbolizava. A novidade demorou, contudo, para ser absorvida pela população:

> Dourados tem umas particularidades, cidade interiorana, de cultura mais conservadora, o pessoal é mais acostumado a comprar o jornal na banca, vai à padaria comprar o pão, já compra o jornal, pela manhã. Tem os assinantes que recebem o jornal em casa; então, para convencer que tinha uma notícia que chegava 24 horas antes daquele jornal, a notícia de amanhã, já está hoje, no meu jornal;

[37] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2.

> então, foi preciso desenvolver uma estratégia de divulgação e convencimento. A gente fazia o jornal, imprimia umas notícias e distribuía um folhetinho com o endereço eletrônico da internet, em alguns lugares de grande movimento, para divulgar a novidade (OLIVEIRA, 2013)[38].

Segundo Oliveira, a "boa nova" incomodou os impressos, que ficaram meio sem saber o que fazer diante da concorrência do novo veículo veloz, instantâneo, com amplas possibilidades tecnológicas de processar a notícia. "Mas eles não tinham o que fazer, a não ser estender mais a nossa notícia para o dia seguinte. A gente brincava, dizendo que levantava a bola, para eles chutarem no dia seguinte"[39]. A nova maneira de fazer jornalismo antecipava as notícias, passava a pautar as outras mídias (impresso, rádio e televisão), servia muitas vezes, como fonte primária de matérias maiores dos outros veículos da cidade:

> Desenvolvemos parcerias também, com os jornais da capital, o Campo Grande News, o Mídiamax, que passaram a usar nosso material, e a gente, também, usava o deles, eles pegam a gente como fonte, e nós pegamos o material deles da capital, a internet permite isso. Publicávamos um conteúdo, todo próprio, porque começamos com pouca coisa, mas, também, só tínhamos dois jornalistas, como sempre tivemos. Nós publicávamos 10, 12, 20 notícias no máximo, por dia, não tinha essa preocupação de atualização permanente que tem hoje, de postar notícias com intervalos de três, cinco, sete, 10 minutos (OLIVEIRA, 2013)[40].

Considerada uma novidade na forma de fazer jornalismo na cidade, é perceptível, neste primeiro momento, a preocupação do novo veículo em desenvolver parcerias com outros cibermeios que já funcionavam na capital, para ampliar seu rol de notícias. Mais que concorrentes, os sítios de webnotícias da capital serviam, também, como modelo, além de se alimentarem com informação dos principais acontecimentos do centro decisório do estado. Não havia, ainda, a preocupação com a regularidade de postagens, mas podia ser notada a produção voltada para o local, regional.

[38] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2.
[39] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2.
[40] Ibidem.

4.4 A criação de outros cibermeios

Logo após o **Dourados News,** surgiu o **Dourados Agora**, em 2001; o **Dourados Informa**, em 2002; o **Agora MS**, em 2003. Depois, foram criados os outros 15 cibermeios, no período de nove anos, entre 2004 e 2013, ou seja, uma média de 1,6% sítio por ano. Fenômeno que Oliveira costuma dizer que, em parte, "acontece, porque as pessoas acham que é fácil fazer jornal na internet, e não é". Na opinião do jornalista, as pessoas acham que basta ter um computador, uma linha de internet, um veículo que nem precisa ser um carro, mas que consiga se deslocar rapidamente, um gravador, "não precisa mais, porque o celular faz tudo, grava, tira foto, grava vídeo, que está tudo resolvido" [41].

No entendimento do jornalista, a parte comercial, ou seja, a verba de manutenção do cibermeio se torna mais fácil, se a pessoa tem um amigo na Câmara de Vereadores, ou na Prefeitura, pois "consegue uma mídia mínima aqui, outra ali, o que já dá uma base". O mais grave, segundo o jornalista, que costuma acontecer, é que "o pessoal que sai hoje da faculdade de jornalismo não tem vontade de escrever jornal, tem vontade de transcrever, isso é que é o pior, por causa da facilidade do Ctrl C e Ctrl V". Clóvis de Oliveira toca num assunto nevrálgico, o aumento de sítios de webnotícias na cidade, que teria provocado queda da qualidade do ciberjornalismo:

> Porque empobreceu o conteúdo, ficou fácil fazer notícia, pegar notícia dos outros. Esqueceu-se do que acontece aqui. Eu costumo dizer aos estudantes das faculdades, em palestras: olha, a notícia está na sua frente, é só você saber enxergar ela e a forma de enxergar, é lógico. Esse campo está aberto para isso, para se construir um jornalismo mais maduro, mais capaz, com uma visão mais global, porém, com uma preocupação mais local, com o conteúdo da informação. Se você souber fazer esse trabalho, sintonizar essa realidade terá um público fidelizado, porque o dono de uma empresa dá o carro para o funcionário fazer um serviço numa fazenda, ele quer saber se foi se chegou bem, se não teve um acidente na estrada. O rádio faz isso, a TV com mais lentidão, mas a internet é muito rápida; logo, você fica sabendo o que acontece (OLIVEIRA, 2013)[42].

[41] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2.
[42] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2.

Apesar de terem passados quase 15 anos da chegada dos cibermeios a Dourados, as potencialidades dos veículos ainda não são bem utilizadas. “Não, não estão sendo bem explorados, ainda não, esses recursos. Alguns usam exageradamente o vídeo em detrimento do texto, o áudio muito pouco”[43]. Segundo ele, o **Douranews** procura dosar, segmentar os vídeos que merecem destaque, terão o destaque devido, para a página não ficar pesada só de vídeo, por exemplo. Segundo o jornalista, o **Douranews** trabalha os hiperlinks, com o intuito de deixar o espaço para o internauta pesquisar, “não dá a informação de uma vez, para o internauta ter a oportunidade de navegar, literalmente, brincar dentro da página” [44], porque o jornal oferece as opções de comentários, de opiniões de navegação à vontade.

Nas visitas realizadas nas redações, constatou-se a falta de estrutura da maioria deles, pois muitos funcionam numa sala pequena, onde, um repórter[45] dispõe apenas de um ou dois computadores, um telefone, uma mesa, para fazer seu trabalho, que, também, na maioria dos casos, apresenta pequena produção própria de conteúdo. Curiosamente, os cibermeios mais estruturados são exatamente aqueles que publicaram mais notícias e que apresentaram maior quantitativo de produção própria. Eles de destacaram, também, pelo horário do funcionamento, normalmente, entre 7h e 18h, e, ainda, por apresentarem maior regularidade nas postagens. Este assunto será retomado no próximo capítulo.

4.5 Do Contexto econômico

No caso de Dourados, a maioria dos cibermeios tem a parcela maior da receita procedente do setor público, oito deles; enquanto três têm menor percentual procedente do setor público. Seis preferiram não informar a origem das receitas. Apenas um tem 100% das receitas procedentes da iniciativa privada, o **Cidade Dourados**, enquanto o **Estado Notícias** admitiu que 80% da origem de sua receita

[43] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2.
[44] Entrevista concedida a este autor, em 26.03.2013. Ver Anexo 2.
[45] O profissional que produz o conteúdo dos cibermeios de Dourados se constitui numa outra peculiaridade, haja vista que envolve os formados e não formados em jornalismo. Há, ainda, os que têm apenas o registro da Delegacia Regional do Trabalho (DRT).

são do setor público, ou seja, o mais dependente deste setor, financeiramente. Os que trabalham com até 70% da receita proveniente do setor público são **Diário MS online, Mídiaflex, Dourados Agora, Folha de Dourados, Gazeta MS, MS Total, Estado Notícias, Jornal Preliminar** e **Patrulha da Cidade**.

Esse cenário que demonstra certo desequilíbrio promovido pela maior presença do setor público[46] na formação da receita dos cibermeios douradenses faz parte do contexto econômico em que está inserida a mídia online regional, uma questão histórica que acompanha a imprensa desde o seu surgimento e continua ao longo da sua existência. As raízes históricas, certamente, explicam esta ligação umbilical da imprensa com o sistema econômico a que pertence, no caso, o capitalismo. De acordo com Sodré (1977, p. 1), a história da imprensa se confunde com a história do desenvolvimento da sociedade capitalista, porque "o controle dos meios de difusão de ideias e de informações – que se verifica ao longo do desenvolvimento da imprensa, como reflexo do desenvolvimento capitalista em que está inserido – é uma luta", travada por pessoas e instituições ligadas às mais diversas classes sociais, de distintas aspirações e distintos interesses.

O autor afirma que o desenvolvimento da imprensa no Brasil foi condicionado ao desenvolvimento do país e que o estreito vínculo mantido pela imprensa e a ordem capitalista é percebida, também, na evolução da questão da liberdade de informar e de opinar, pois a liberdade de imprensa, na sociedade capitalista, está condicionada pelo capital.

A mídia online como as demais, também, reflete, atualmente, as vozes que circulam e produzem sentido na sociedade. Nesse sentido, Moscovici (2011, p. 90) considera que as representações sociais existem como forma de recriar a realidade, e um dos meios desse processo é a comunicação, porque, por meio dela "as pessoas e os grupos concedem uma realidade física a ideias e imagens, a sistemas de classificação e fornecimento de nomes", uma vez que "toda a realidade é a realidade de alguém, ou é uma realidade para algo".

[46] Setor público compreende órgãos da administração pública, como Prefeitura, Câmara de Vereadores e outras instituições mantidas com verbas públicas. Compreendem, ainda, políticos, como deputados e vereadores. A iniciativa privada consiste de empreendimentos empresariais, comerciais, de turismo.

Ainda, no que se refere à questão financeira, ou mesmo à estrutura dos cibermeios, percebe-se, conforme o Anexo 1, que o setor de cibermeios é responsável pela manutenção de 65 profissionais de Comunicação no mercado de trabalho; onde, mais da metade, 33, têm formação jornalística; enquanto a outra parte, 32, não apresenta formação universitária.

O curso de jornalismo da UNIGRAN contribuiu, decisivamente, para desequilibrar esses números, de forma favorável à formação universitária de jornalistas, conforme observa Clóvis de Oliveira (2013), que acompanhou, de perto, esse processo de implantação do curso e a importância dele para a profissão, quando foi presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais da Grande Dourados (SINJORGRAN).

Os profissionais estão empregados nos 20 cibermeios pesquisados. O universo representaria em termos *per capta*, a manutenção de 3,25% empregos por sítio. O **MS Total,** que não preencheu a ficha, informa em seu Expediente a presença de dois jornalistas formados na redação.

O Progresso online é o responsável pela maior quantidade de profissionais empregados neste contexto econômico social constituído pelo setor na cidade, com 13 profissionais, seis formados em jornalismo e sete não formados. O segundo maior empregador é o **MS Já,** com seis profissionais contratados, menos da metade do primeiro, com quatro formados e dois não formados. A **Folha de Dourados** fica em terceiro lugar neste ranking, com cinco profissionais contratados, dois formados e três não formados.

4.6 Dos estágios do ciberjornalismo

Em relação aos estágios do ciberjornalismo praticado pelos sítios de webnotícias de Dourados, se encontram de acordo com Pavlik (2001), Silva Jr. (2002) e Mielniczuk (2003), em sua maioria, enquadrados no terceiro estágio. Apesar de ter passado mais de uma década da chegada dos primeiros modelos deste formato de notícia na cidade, eles ainda não dão sinais da existência do quarto estágio, quando começam a surgir os blogs.

Embora os dois jornais impressos, **Diário MS** e **O Progresso**, reproduzam parte de seus conteúdos da versão impressa, em suas versões online, não se caracteriza a transposição literal, o que identificaria o primeiro estágio, porque as matérias são abertas nos respectivos endereços das versões online, e isto caracteriza o uso de tecnologias, que os categoriza como da segunda geração, ou segundo estágio. Apenas estes dois veículos, portanto, estariam nesse estágio.

A maioria dos cibermeios, contudo, está mais associada ao terceiro estágio, quando são identificadas potencialidades oferecidas pela web, como vídeos, hipertextos, fotos; embora, de forma limitada, pois as características do ciberjornalismo ainda são encaradas como uma espécie de novidade.

5 O GLOCAL NOS CIBERMEIOS EM DOURADOS

O corpus da pesquisa se concentra na amostragem de notícias publicadas pelos cibermeios de Dourados, coletadas em dois períodos de uma semana de sete dias, de domingo a sábado, cada; sendo a primeira coleta foi realizada no início de 2013 e a segunda, no começo de 2014, conforme demonstrado na Metodologia da Pesquisa. A primeira amostragem registrou 3.600 notícias postadas por 16 dos 19 cibermeios demonstrados, de acordo com a Tabela 1.

Tabela 1: Matérias publicadas de 24/02 a 02/03/2013

SÍTIOS	MATÉRIAS	%
Diário MS	509	14,14%
Dourados Agora	422	11,72%
Agora MS	408	11,33%
Dourados News	350	9,72%
Folha de Dourados	304	8,44%
Douranews	272	7,55%
Folha MS	260	7,22%
Dourados Informa	225	6,25%
MS Total	168	4,66%
O Progresso	157	4,36%
Midiaflex	126	3,50%
Estado Notícias	89	2,48%
Patrulha da Cidade	89	2,48%
Gazeta MS	85	2,38%
BBc News	84	2,33%
Repórter MS	52	1,44%
Cidade Dourados	00	0,00%
MS JÁ	00	0,00%
Exportiva do MS	00	0,00%
TOTAL DE MATÉRIAS	**3.600**	**100%**

A observação do funcionamento dos cibermeios de Dourados, de forma livre e sistematizada teve início em dezembro de 2012, a partir do mapeamento, e seguiu até o final desta pesquisa. Dos 19 sítios pesquisados, inicialmente, três: **MS JÁ**, **Cidade Dourados** e **Exportiva do MS,** não entraram na estatística devido a situações circunstanciais. O primeiro porque, no período da coleta, encontrava-se em fase de transição, quando trocou de proprietário, vendido pela jornalista Ariadne Bianchi para o jornalista Antônio Albres Viegas. Ficou mais de dois meses em

manutenção, sem atualização de conteúdo. Os outros dois, porque não constam hora, nem data da publicação de seu material noticioso, o que impossibilitou a contagem das matérias.

5.1 Cibermeios com maior estrutura publicam mais matérias

Dourados News, Douranews, Dourados Agora, Agora MS, Folha de Dourados e Diário MS foram os cibermeios que demonstraram ter maior estrutura de funcionamento da redação. Além da estrutura física com redação funcionando em mais de uma sala, ou em uma sala grande, dispõem de mais de dois computadores, mesas para mais de duas pessoas trabalharem ao mesmo tempo. Eles foram, também, os que apresentaram maior quantidade de produção, tanto na primeira coleta, quanto na segunda.

A versão online, do jornal impresso **Diário MS** foi o cibermeio que publicou mais matérias no período da primeira coleta, 509, ou seja, 14,14% da soma de todos juntos; seguido pelo **Dourados Agora**, com 422, o equivalente a 11,73% do total. A maior quantidade de notícias do **Diário MS** pode ser creditada a dois fatores, além de usar o material do próprio jornal impresso, foi o único a estender seu horário de postagens, no período. Nos dias úteis, as postagens são feitas até às 18h, uma hora além do horário limite da maioria dos demais, que postam até às 17h.

Na segunda coleta, o sítio não apresentou produção de conteúdo, pois o cibermeio passa por um processo de reformulação e, no seu endereço na web, indica que está em manutenção, com a mensagem que voltará em breve, informação confirmada pelo seu proprietário, Barbara Neto. **O Diário MS** voltou a funcionar em março de 2014 com uma formatação gráfica mais *clean* e atual.

Clóvis de Oliveira (2013) [47] reconhece as limitações da mídia online de Dourados porque segundo ele, “as pessoas acham que é fácil fazer jornal na internet e não é; que basta ter um computador, uma linha de internet, um veículo que nem precisa ser um carro, mas que consiga se deslocar rapidamente”. Ele ressalta a existência de outros acessórios, como gravador, máquina fotográfica, filmadora, que

[47] Entrevista a este autor, no dia 26.03.2013. Ver Anexo 2.

foram substituídas pelo celular que, nos dias de hoje, supre essas dificuldades, pois "o celular faz tudo, grava, tira foto, grava vídeo; então, você tem essa facilidade de fazer". A parte econômica, ou a publicidade, já que se trata, também, de microempresas, em sua maioria, ainda de acordo com o jornalista, é resolvida com uma pessoa amiga na Câmara de Vereadores, na Prefeitura "consegue uma mídia mínima aqui outra ali, já tem uma base".

O editor do **Diário MS Online** tem a mesma percepção quando se refere à qualidade do ciberjornalismo praticado em Dourados. Segundo Barbara Neto (2013) [48], todo mundo que cria um sítio de notícias na cidade "acha que é o mais importante da face da terra, não é só da cidade, isso é um primeiro ponto que precisa se considerar", mas há algo mais grave no seu entendimento, que é a questão do CTRL C/ CTRL V que, além de representar um problema ético, segundo o editor reporta a outra consequência: "se a postagem original contiver um erro no título, por exemplo, será replicado em todos os outros, porque a pessoa nem lê, só faz o CTRL C/ CTRL V" (BARBARA NETO) [49].

Clóvis de Oliveira (2013)[50] credita esta falha à falta de vontade dos novos profissionais recém-saídos das faculdades "para escrever jornal; o pessoal está com vontade de transcrever, isso é que é o pior, a facilidade do CTRL C e CTRL V, hoje". O professor de ciberjornalismo Gerson Martins (2011), também, apresenta visão crítica da situação, manifestada em artigos publicados na imprensa do estado e em seu portal de pesquisa. Ele questiona se pode chamar de jornalismo, a publicação de textos de outros autores, ou de outros portais, e oferece saídas para a questão:

> O processo de produção jornalística é muito claro e consiste na pesquisa, apuração, redação, edição, redação e publicação. Se o sítio de notícias, será melhor designar assim, copia as notícias de outro, não faz pesquisa jornalística, não faz apuração jornalística, eventualmente edita o texto (muitas vezes o tamanho do texto original é mais extenso do que o espaço que tem disponível), pode ser considerado jornalístico? E mais ainda, em muitas situações a cópia dos textos originais não está acompanhada da autoria. Isso tem um nome e todos conhecem por plágio! E plágio é crime. Muitos sítios de notícias também não podem ser chamados de jornalísticos,

[48] Entrevista concedida a este autor, no dia 01.11.2013. Ver Anexo 6.
[49] Entrevista concedida a este autor, no dia 01.11.2013. Ver Anexo 6.
[50] Entrevista concedida a este autor, no dia 26.03.2013. Ver Anexo 2.

> porque não possuem jornalistas profissionais contratados (MARTINS, 2011)[51].

Barbara Neto reconhece aspectos positivos no ciberjornalismo e destaca a produção local, apresentada por alguns deles, como fator agregador. Para ele, é exatamente a estrutura que alguns possuem que lhe dão essa condição para produzir um noticiário próprio, voltado para as questões locais, regionais, de interesse da população. “Tem muitos sítios de uma pessoa só, que não têm condições de ter uma produção própria de qualidade”; por outro lado, percebe-se que “há uma tendência de a mídia online do nosso estado se voltar para o local, e isso, claro, configura nitidamente uma mídia regional, preocupada com o fortalecimento da identidade do nosso povo” (BARBARA NETO, 2013) [52].

Os cibermeios de Dourados não apresentam uniformidade no que se refere ao horário de publicação das matérias. Eles iniciam, normalmente, as postagens de seus conteúdos, a partir das 6h00. O horário do término das postagens diárias, também, varia de veículo para veículo, bem como a periodicidade. Os mais regulares postam com intervalos que variam entre cinco, sete, dez e até, 15 minutos, em média.

O proprietário e editor do **Diário MS**, jornalista e professor de jornalismo da UNIGRAN, Barbara Neto, explica que a versão online do **Diário MS**, em sua primeira fase reproduzia o conteúdo da versão impressa, pois a preocupação maior da empresa era o impresso. Ele assegura, no entanto, que depois da reformulação, o cibermeio voltará com uma proposta de comunicação mais atuante.

> Esse novo sítio do Diário MS online, que a gente está colocando no ar, brevemente, está sendo trabalhado para ter o forte na interatividade, na colaboração do leitor internauta. Inicialmente, quero trabalhar com três jornalistas formados e dois estagiários do curso de jornalismo da UNIGRAN. Todos terão computadores, telefone e outros equipamentos necessários para o bom funcionamento de uma redação. Estamos adequando uma sala grande para comportar uma estrutura capaz de atender as demandas noticiosas da cidade. Nós teremos condições de oferecer uma produção própria, principalmente, as notícias locais (BARBARA NETO, 2013)[53].

Nesta etapa, o **Repórter MS**, por exemplo, foi o que contribuiu menos, com 1,44% das postagens, ou seja, publicou apenas 52 matérias no período. Ele integra

[51] http://www.gersonmartins.jor.br/artigo-jornal/noticias-do-crtl-c-e-crtl-v-731. Acesso em: 10.09.2013.
[52] Entrevista concedida a este autor, no dia 04.11.2013, conforme Anexo 6.
[53] Entrevista concedida a este autor, no dia 04.11.2013, conforme Anexo 6.

o bloco dos seis sítios que deixaram de postar, em pelo menos um dia, dos sete analisados - os outros foram **Dourados Informa**, **Patrulha da Cidade**, **MS Total**, **Estado Notícias** e **Midiaflex**, que deixaram de postar no domingo (24.2.2013), primeiro dia da coleta, conforme Tabela 2.

Tabela 2: Quantidade de postagens dos sítios por dia

Sítios \ Datas e quantidades de notícias	24/02	25/02	26/02	27/02	28/02	01/03	02/03
Diário MS	32	73	109	88	106	68	20
Dourados Agora	43	71	61	60	78	63	46
Agora MS	30	62	69	78	72	65	31
Dourados News	25	63	58	25	60	61	28
Folha de Dourados	47	38	35	42	37	44	61
Douranews	24	45	41	48	56	49	9
Folha do MS	21	53	36	33	52	39	26
Dourados Informa	0	58	56	58	24	0	29
MS Total	0	21	37	46	42	22	0
O Progresso	5	26	28	23	32	21	22
Midia Flex	0	21	22	35	12	28	9
Estado Notícia	0	18	7	21	13	17	13
Patrulha da Cidade	0	19	8	20	7	26	9
Gazeta MS	16	14	12	14	9	14	6
BBc News	1	11	30	26	8	2	11
Repórter MS	0	11	10	10	10	11	0
MSJA	0	0	0	0	0	0	0
Exportiva do MS	0	0	0	0	0	0	0
Cidade Dourados	0	0	0	0	0	0	0

O **Repórter MS** deixou de postar, ainda, no sábado (2.3.2013), último dia da amostragem; por isso foi, também, o que apresentou a menor média de postagens

por dia, 10; enquanto o **Diário MS** publicou a maior quantidade, 109, no terceiro dia da coleta, terça-feira (26.2.2013).

Outro aspecto observado indica que a maioria dos cibermeios faz suas postagens apenas no período da manhã. O **BBc News**, cujo nome lembra um dos mais tradicionais veículos de comunicação do mundo, a rádio **BBC** de Londres que, também, está na web, tem como *slogan,* o sugestivo *notícias a toda hora,* desconsidera essa prerrogativa no momento de publicar suas matérias, pois, ao longo de três, dos sete dias da pesquisa, na quarta (27.2.2013), quinta (28.2.2013) e sexta (1.3.2013), o cibermeio esteve com a página sem carregar, e suas postagens, nestes dias, foram realizadas no período de uma, ou duas horas. Entre 17h57 e 18h23 da quarta-feira (27.2), efetuou 26 postagens; enquanto, no dia seguinte, quinta (28.2), as postagens ocorreram entre 19h47 e 19h52 e, na sexta-feira (1.3), postou duas vezes, depois das 21h.

O responsável pela publicação de conteúdo do cibermeio, Karlos Bernardo explicou, que no período em que a página ficou sem atualização, o sítio atravessava processo de reformulação e até mudança do endereço, o que provocou contratempo na manutenção da página.

A versão online de **O Progresso** fez suas postagens, normalmente, entre 6h e 14 horas. Mas no quinto dia da coleta, quinta-feira (28.2), funcionou apenas no período entre 9h05 e 10h01, quando foram publicadas 32 matérias.

O **Patrulha da Cidade,** normalmente, efetua suas postagens entre 7h e 11h, diariamente; mas, na segunda-feira (25.2), segundo dia da coleta, realizou 19 postagens, entre 7h10 e 7h30; já no último dia, no sábado, 2.3.2013, foram publicadas apenas nove notícias, entre 7h e 8h20.

Mais um aspecto observado nas duas sondagens se relaciona com a falta de regularidade nas postagens das notícias, que fica evidenciada no decréscimo da participação da maioria deles no total de notícias publicadas, principalmente, no período primeira coleta.

5.2 Cinco cibermeios postam mais da metade das notícias

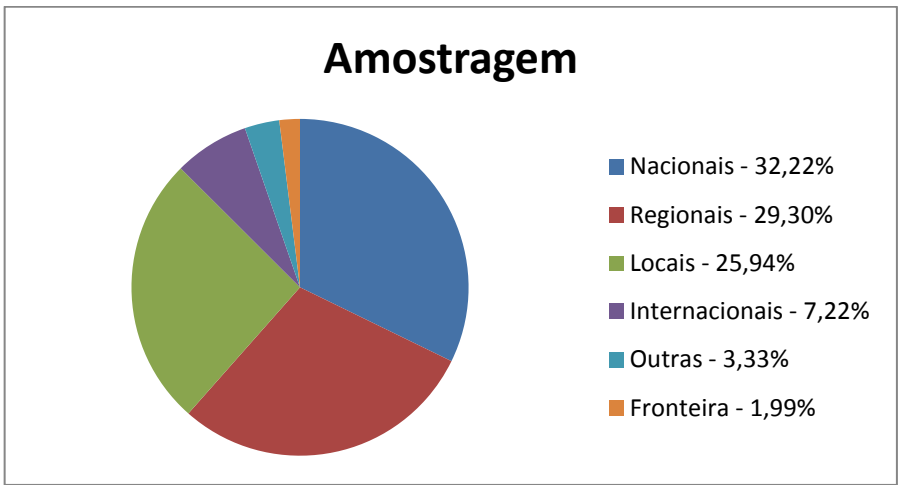
Somadas as notícias dos cinco sítios que mais postaram no período da primeira coleta, **Diário MS, Dourados Agora, Agora MS, Dourados News e Folha de Dourados** resultaram em 1.993 matérias, que representam mais de 50%, do total publicado, 3.600. Enquanto o restante, 11 sítios, mais que o dobro do primeiro bloco, foi responsável por apenas 44,46% das postagens, com 1.607 matérias veiculadas, conforme Tabela 3.

Tabela 3: Quantidade de matérias dos sítios que mais postaram

SÍTIOS	NÚMERO DE MATÉRIAS POSTADAS	%
Diário MS	509	14,14%
Dourados Agora	422	11,72%
Agora MS	408	11,33%
Dourados News	350	9,72%
Folha de Dourados	304	8,44%
Total	1.993	55,36%

Uma primeira leitura da amostragem indicaria que o item “nacionais”, com 1.160 postagens, teria despertado mais o interesse dos cibermeios na primeira coleta. A categoria de notícia contribuiu com 32,22% do total das postagens nesta amostragem, conforme o Gráfico 1. As notícias “regionais” ficaram em segundo lugar no índice geral, com 1.055 postagens, ou seja, 29,30%. As “locais” somaram 934 postagens, ou seja, 25,94%.

Gráfico 1: **Amostragem do percentual de notícias**



Nas primeiras entrevistas realizadas por ocasião da amostragem inicial[54], porém, os editores de cinco sítios, **Dourados News, Dourados Agora, Dourados Informa e MSJÁ**, primeiros prospectados, já indicavam que os cibermeios priorizam a notícia local, em seus noticiários. A indicação dos dados da coleta de amostragem realizada, em um primeiro momento parece não confirmar esta tendência, pois o item "locais" aparece em terceiro lugar, em número de notícias publicadas, de acordo Tabela 4.

Tabela 4: Amostragem de notícias entre 24/02 a 02/03/2013

CATEGORIA	QUANTIDADES	PORCENTAGEM
Nacionais	1.160	32,22%
Regionais	1.055	29,30%
Locais	934	25,94%
Internacionais	260	7,22%
Outras	120	3,33%
Fronteira	71	1,99%
TOTAL	3.600	100%

A tendência pela notícia regional se confirma, porém, quando se observa de maneira mais cuidadosa, o cenário apresentado, pois, somados os quantitativos das coletas de matérias "locais" (934) e "regionais" (1.055) resultam num efetivo de 1.989 postagens. O princípio de regionalidade passa, agora, a ter maior quantitativo, 55,25% das notícias coletadas no período da amostragem, de acordo com Tabela 5.

Tabela 5: Coleta de amostragem da pesquisa

CATEGORIA DA NOTÍCIA	TOTAL	%
Regionais	1.055	29,30%
Locais	934	25,94%
Total	1.989	55,24%

Os números apontados por essa coleta, bem como as condições em que eles surgem, oferecem substratos para a consecução de um dos objetivos propostos, a análise do tratamento da questão local-global na produção noticiosa. Os números indicam a tendência da mídia voltada para as questões locais e regionais, o que caracteriza a mídia de proximidade, praticada pelos cibermeios de Dourados. Além

[54] Primeira amostragem da pesquisa, em dezembro de 2012, quando foram enviados os primeiros e-mails com o questionário, para os responsáveis pelos sítios, com o objetivo de montar o perfil dos cibermeios. Ver Anexo 1.

de o percentual, de 55,25%, apontar destinação de maior espaço na produção noticiosa dos cibermeios para as questões locais e regionais da população, nas quais as vozes dessa sociedade circulam nesse território demarcado pelos interesses regionais no ciberespaço; quando o local transpõe a dimensão global. Há ainda, as vozes dos editores que confirmam essa tendência.

5.3 A vocação pela notícia regional

Nas primeiras entrevistas prospectivas realizadas, ainda em 2012, os editores dos cibermeios se manifestavam de forma a reforçar a notícia local como principal elemento propulsor do ciberjornalismo de Dourados. Mesmo quando o percentual de notícias apenas da categoria "locais" fica menor que a metade das postagens, os editores justificam que os destaques de primeira página são voltados para a notícia local, regional. Clóvis de Oliveira[55], editor do **Douranews** confirma essa perspectiva. "Em média, 30% do nosso conteúdo são produzidos com assuntos locais. Há uma preocupação muito grande de nossa parte com a notícia local, regional", porque, segundo o jornalista, "o nosso público é da região; então, ele é nossa prioridade". Nesse mesmo sentido, manifestou-se o então[56] editor do **Dourados News**, jornalista Nicanor Coelho:

> A informação local é o carro-chefe do nosso jornal; sem ela, o Brasil não existiria. A informação local, regional, de proximidade, responde por cerca de 20% das nossas notícias, das nossas postagens. Com um detalhe, embora o percentual possa parecer pequeno, nós priorizamos a informação local, dando maior destaque a ela no sítio, pois as manchetes e os destaques são quase sempre os assuntos locais, ou regionais, referentes ao estado de Mato Grosso do Sul (COELHO, 2012)[57].

A editora[58] do **MS JÁ**, jornalista Ariadne Bianchi reforça a tendência, quando ressalta posturas e características editoriais distintas em relação aos concorrentes,

[55] Entrevista concedida a este autor, em 10.12.2012. Ver Anexo 3.
[56] Nicanor Coelho foi editor do Dourados News, até o início de 2013, quando foi substituído por Adriano Moretto de Oliveira, atual editor.
[57] Entrevista concedida a este autor, em 10.12.2012. Ver Anexo 1.
[58] Ariadne Bianchi deixou de responder pelo MS JÁ, em novembro de 2012, quando vendeu o sítio web para Antônio Albres Viegas.

mas reconhece que a linha editorial de cada veículo tem mais força quando seu conteúdo está mais voltado para política, economia e serviços locais:

> O nosso diferencial é que raríssimas vezes será encontrado em nossa página, principalmente na capa, matérias policiais, que é o que tem mais acesso nos sites, geralmente. Eu adotei um modelo novo de redação, terceirizado a uma produtora de notícias, a "Mais Mídia" - Assessoria e Jornalismo, que tem em seu quadro apenas jornalistas diplomados e credenciados a desenvolver um material diferenciado dos demais sítios da cidade, com esse meu aval, livres para escrever. Para mim, apesar de não alcançar médias dos jornais mais antigos de Dourados, o "MS Já" se tornou uma referência no jornalismo online, pelas produções diferenciadas e o nível de credibilidade. Sempre, a capa tem produção própria, ou seja, seis matérias diárias a nível local e regional. [...] Sempre, dei preferência para o local. Como, aqui, as redações ainda são pequenas, existe o tradicional copia e cola de matérias que preenchem os conteúdos do sítio, enquanto produz. A dica era sempre essa, se for para postar algo assim, que seja interessante para quem é daqui da cidade, da região. Sim, reproduzíamos notícias nacionais e internacionais, mas, sem destaques de página (BIANCHI, 2012)[59].

O atual editor do **Dourados News**, Adriano Moretto de Oliveira[60], também, reforça a posição de priorizar a notícia local em seu conteúdo, embora reconheça limitação de estrutura para cobrir tudo que acontece na cidade, ou região; assim, procura otimizar sua equipe "ao que acontece na cidade, principalmente, no meio policial, que é o tema mais frequente, que o pessoal mais procura, mas, também, nos temas variados, como a questão política, a cidade mesmo".

Para a editora do **Dourados Agora**, Maria Lúcia Tollouei, a questão da estrutura enxuta do cibermeio é compensada pelas parcerias desenvolvidas com outros veículos de comunicação regionais, como a TV Morena e a TV Record. Assim, segundo ela, como o cibermeio não tem estrutura para cobrir acontecimentos em outras localidades do estado, a Redação troca informações com os veículos parceiros, uma forma de suprir esta deficiência, mas não deixa de noticiar determinado assunto de interesse do seu público:

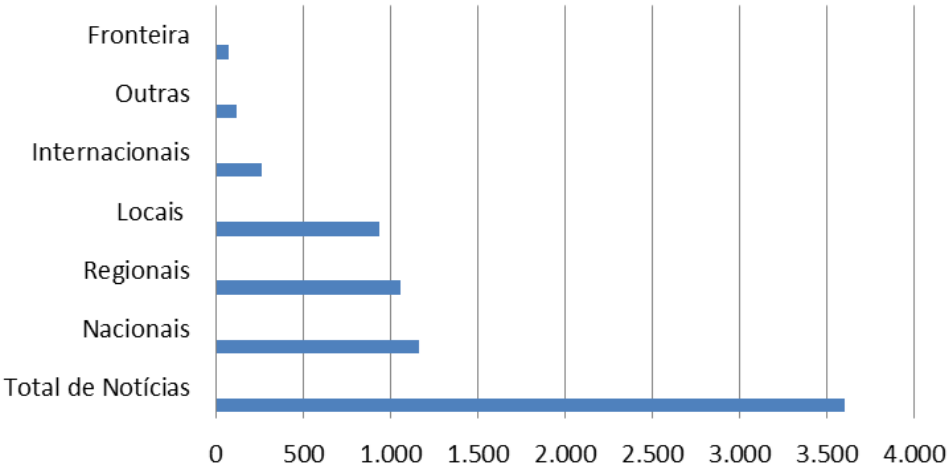
> Embora a nossa redação seja bastante enxuta, com seis sete pessoas, nós temos bastantes notícias estaduais, nacionais e até internacionais, não vou dizer que sejam muito menos que as locais, mas as locais são as mais acessadas, as que despertam maior interesse no leitor. A gente tem nosso monitoramento, que mostra as mais acessadas e, em geral, são as de polícia, acidentes,

[59] Entrevista concedida a este autor, em 10.12.2012. Ver Anexo 3.
[60] Entrevista concedida a este autor, em 06.11.2013. Ver Anexo 4.

> escândalos, porque, eu acho que o povo se identifica com esse tipo de notícia, porque está vivendo isso, o tempo todo (TOLLOUEI, 2013)[61].

De acordo com a categorização das postagens, além das notícias “nacionais”, “locais” e “regionais”, há, ainda, as de “fronteira”, “internacionais” e “outras”. O item notícias de “fronteiras” foi inserido na pesquisa, porque Dourados está situado na região Sul de Mato Grosso do Sul, a 110 km da fronteira com o Paraguai, portanto, dentro da faixa de fronteira[62]. Mas, pela pequena quantidade de postagens, apenas 71, o menor índice observado, conforme Gráfico 2, percebe-se que os cibermeios de Dourados não dão tanta importância a esse aspecto, que perdeu até mesmo para as matérias sem enquadramento e, por isso, denominadas como “outras”.

Gráfico 2: Quantidade de matérias



Da mesma forma, a mídia de Dourados, em geral, não demonstra preocupação especial com as notícias sobre as questões indígenas, embora a cidade seja sede de duas importantes reservas indígenas.

Adriano Moretto afirma que no **Dourados News** é pouco trabalhada a notícia de fronteira, porque além da estrutura enxuta, o assunto não interessa muito a audiência do cibermeio, “a não ser que a informação seja muito relevante, especial, que tenha alguma relação com Dourados”. Tollouei tem entendimento similar e acrescenta mais detalhes à forma como o **Dourados Agora** trata o assunto:

---

[61] Entrevista concedida a este autor, em 04.11.2013. Ver Anexo 5.

[62] A Constituição de 1988 estabelece como Faixa de Fronteira a distância de até 150 km do limite do território nacional com outro país e é considerada fundamental para defesa do território nacional, sendo que sua ocupação e utilização são regulamentadas pela Lei Nº 6.634, de 2 de maio de 1979, de acordo com disposto no Decreto Nº 85.064/80 (Constituição Federal).

> Antigamente, até que havia essa preocupação com tudo que acontecia na fronteira, o contrabando, o tráfico de pessoas, drogas, as matanças. Mas o problema é que Dourados é uma cidade que tem como característica ser mais violenta do que a própria fronteira. Mas, eu me lembro de que cerca de 30 anos atrás, existiam grupos de extermínio, e teve um abril que houve umas 30 mortes em Dourados, queima de arquivos. Agora, a coisa diminuiu um pouco, mas existe de outras maneiras, então, Dourados é uma cidade violenta, porque é um corredor, as pessoas saem da fronteira passam por Dourados para ir para outro lugar. É difícil a gente falar que prioriza a fronteira porque Dourados é mais violenta que a fronteira. Na realidade, acaba sendo Dourados mais priorizada que qualquer fronteira, por ser uma cidade rica, que atrai todo mundo, inclusive, os golpistas. O que tem de golpe aqui é muito sério; então, por Dourados ser uma cidade rica, a região está convergindo para cá, o Paraná está vindo, outros estados estão vindo para Dourados, que é uma cidade universitária, referência em saúde e educação, e a gente paga o preço pelo progresso (TOLLOUEI, 2013)[63].

Para determinar a categorização de notícias como locais, regionais, nacionais, internacionais e de fronteira, foi utilizada como critério principal, a territorialidade geográfica, além do interesse que a informação desperta no público. Para esta pesquisa, tomamos como parâmetro cinco critérios adotados por Maciá Mercadé (1997), ao estudar a mídia local: a) a localização da sede territorial; b) o âmbito de difusão e cobertura; c) a vocação e intencionalidade da publicação; d) o tratamento dos conteúdos; e) a relação do veículo com as fontes de informação institucionais[64].

Há ainda contextos como econômico, político e social que não podem ser desconsiderados em estudos da mídia. No aspecto financeiro, a pesquisa comprova, por meio das informações fornecidas pelos cibermeios, de acordo com o Anexo 10,

[63] Entrevista concedida a este autor, em 04.11.2013. Ver Anexo 4

[64] A categorização de notícias está relacionada à classificação das fontes por tipos, vinculadas à perspectiva e ao interesse, de acordo com Schmitz (2011), na visão de Pinto (2000). Esse princípio indica o tipo de fonte, segundo a natureza (pessoais ou documentais), origem (pública ou privada), duração (esporádicas ou permanentes), âmbito geográfico (locais, nacionais ou internacionais), grau de envolvimento nos fatos (primárias ou secundárias), atitude face ao jornalista (ativa ou passiva), identificação (explicitadas ou confidenciais) e segundo a metodologia ou estratégia de atuação (proativas ou reativas). Para Lage in Schmitz (2001), a natureza das fontes é: mais ou menos confiáveis, pessoais e institucionais ou documentais. Chaparro in Schmitz (2011) categoriza as fontes em sete tipos: organizadas, informais, aliadas, de aferição, de referência, documentais e bibliográficas. Schmitz (2011) chama atenção para o fato de a globalização da informação e a difusão das tecnologias reduzirem a importância da questão geográfica. Para o autor, fica difícil e irrelevante "estabelecer fronteiras às fontes: locais, regionais, nacionais e internacionais". Wolf (2009) relaciona quatro critérios substantivos para categorizar as notícias, de acordo com os valores atribuídos a elas. Os critérios se relacionam a dois fatores: a importância e o interesse da notícia. Os critérios são: 1) Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento; 2) Impacto sobre a nação e o interesse nacional; 3) Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; e 4) Relevância e significatividade do acontecimento.

que a sustentação deles acontece por meio de receitas oriundas de duas fontes básicas, do setor público e da iniciativa privada. As receitas são recursos financeiros recebidos por meio dos anúncios, que, por sua vez, são distribuídos, em sua maioria, na primeira página.

O argumento de que esse componente pudesse tornar essa mídia dependente e sem autonomia para noticiar, por exemplo, denúncia contra os originários dos recursos é refutada pelos responsáveis dos cibermeios, como se manifesta o editor e proprietário do **Diário MS Online**.

> Depende do empresário proprietário do veículo, mas eu posso afirmar, com segurança, que o poder público em Mato Grosso do Sul é o maior anunciante de todos os veículos de comunicação, desde o jornal, o rádio, a televisão, até os sítios, que nem precisam ser de notícias, até os de eventos. Quando falo todos, quero dizer exatamente isso, desde um sítio de festas ali na esquina, até as emissoras de televisão. Há uma dependência, sim, com relação à verba pública. Mas isso só vai interferir na informação se o empresário deixar, porque isso precisa ficar muito claro na hora da negociação do contrato. O empresário precisa definir a situação claramente, noticia é uma coisa, e a verba publicitária é outra coisa. Eu não posso deixar de fazer uma matéria sobre buracos na rua, só porque a prefeitura é minha cliente. Quando eu mostro o buraco na rua, eu estou prestando dois serviços, um ao cidadão que usa o meio para reivindicar uma solução para o problema, e outro de estar informando à própria prefeitura, para tomar medidas a fim de solucionar aquele problema que afeta a população que usa aquele espaço público (BARBARA NETO, 2013) [65].

Ele ressalta que, quando a mídia mostra uma situação que está prejudicando a população, está contribuindo com a própria administração pública, ajudando a enxergar que há problemas na cidade; pode ser também, uma falta de médico no posto de saúde etc. “Porque a mídia tem um papel social e a gente não pode esquecer, disso, mas de maneira geral, nossa mídia ainda engatinha nesse aspecto”. (BARBARA NETO, 2013)[66].

[65] Entrevista concedida a este autor, no dia 04.11.2013, conforme Anexo 5.
[66] Entrevista concedida a este autor, no dia 04.11.2013, conforme Anexo 5.

5.4 Da produção de notícias

A segunda amostragem de postagens de notícias, no período entre 12 e 18 de janeiro de 2014 foi realizada nos seis cibermeios que apresentaram maior quantitativo de publicação de matérias na primeira coleta, e aplicada entre 24 de fevereiro e dois de março de 2013. A segunda coleta registrou 2004 postagens dos cibermeios pesquisados, conforme o Quadro 5.

Quadro 5: Quantitativo de notícias postadas no período de 12 a 18.01.2014

NOTÍCIAS	DOURADOS AGORA	DOURADOS NEWS	FOLHA DO MS	FOLHA DE DOURADOS	AGORA MS	DOURANEWS	TOTAL
LOCAIS	99	123	44	73	48	76	463
REGIONAIS	69	93	39	83	57	48	389
NACIONAIS	234	110	206	99	112	90	851
INTERNACIONAIS	16	21	44	1	50	49	181
FRONTEIRA	1	2	1	40	4	2	50
OUTRAS	17	15	21	8	3	6	70
TOTAL	**436**	**364**	**355**	**304**	**274**	**271**	**2004**

Esta verificação observou, além da quantidade de postagens, em números absolutos e percentuais, a procedência das matérias postadas: da redação, de assessoria de imprensa, de portais/jornais, de sítios oficiais ou sem identificação da procedência. Verificou, ainda, a presença ou não das potencialidades da internet. Os números da segunda coleta confirmaram a tendência observada na primeira amostra analisada, de que os cibermeios de Dourados configuram-se em uma mídia local/regional. Por exemplo, em números absolutos, o item “notícias nacionais” aparece como o maior, 851 postagens. As “notícias locais” ficaram com 463 postagens, enquanto as “notícias regionais” receberam 389 postagens. Somados, os quantitativos “locais” e “regionais” resultam em um total de 852 notícias regionais, superando as nacionais, em números absolutos.

O **Dourados Agora** foi o veículo que mais postou notícias, 436; em segundo veio o **Dourados News**, com 364. Esses números, praticamente, foram repetidos em relação à primeira amostra, quando o **Dourados Agora** postou 422 e **Dourados News**, 350. Embora, à primeira vista, possa parecer que a grande produção de

notícias do **Dourados Agora** esteja relacionada com a estrutura do jornal **O Progresso**, por pertencer à mesma família, isso não acontece. Na coleta, foram verificadas apenas duas matérias postadas da redação de **O Progresso**, mesmo assim, foi dado o crédito, como pode ser visto na Figura 1. Os dois sítios foram os que postaram mais notícias locais, 123, o **Dourados News;** e 99, o **Dourados Agora**.

Figura 1: Matéria de O Progresso **publicada no** Dourados Agora**.**

Fonte: Dourados Agora (http://www.douradosagora.com.br/).

A matéria mais postada no quarto dia da coleta está na categoria “locais”, pois aborda a preparação de um time de futebol tradicional de Dourados, o Ubiratan Esporte Clube, que estava afastado das competições oficiais, mas, em 2014, voltou a disputar a série A do campeonato estadual. A notícia, em diferentes versões, foi publicada por quase todos os cibermeios, nesse dia, o que identifica a preocupação desta mídia com as questões locais. Não é apenas o maior quantitativo de postagens que identifica a vocação da mídia local. Outros aspectos, também, são considerados nessa composição. A capa do cibemeio, primeira página vista quando é aberto o endereço do sítio na web, onde ficam as manchetes, conforme as Figuras 2, 3 e 4. É um exemplo típico da configuração de mídia que prioriza a notícia local.

Na primeira página da **Folha de Dourados,** é possível perceber uma manchete principal, que trata da sucessão estadual, na qual o prefeito de Dourados,

numa foto que remete a uma leitura da dificuldade por que passa para optar por um a seguir. Há uma manchete nacional que aborda a intimidade de um casal de atores de telenovelas; enquanto as outras são destinadas à violência. Aliás, a maioria das notícias locais postadas está relacionada à violência. Uma passada de olhos nas primeiras páginas dos cibermeios de Dourados é possível constatar a forte tendência para o maior percentual de notícias locais voltadas para assaltos, acidentes de trânsito, prisões por estupros e porte de drogas. As notícias destacadas nas primeiras páginas ganham aspecto de amostras em vitrines para chamar a atenção do leitor/internauta.

Figura 2: Capa da Folha de Dourados do dia 17.01.2014

Fonte: Folha de Dourados (www.folhadedourados.com.br).

Na Figura 2, é possível identificar, ainda, uma submanchete, ligada à questão política, com o título embora embaixo dos outros, mas em destaque por uma barra azul e uma cercadura. A segunda submanchete se relaciona à violência. Ao lado esquerdo, está a lista das notícias mais lidas, um recurso possibilitado por banco de dados, a exemplo das matérias armazenadas na memória. Identifica-se, também, na parte superior da primeira página, o *menu* com as editorias do cibermeio; enquanto, do lado direito, há um anuncio. Esse formato é a configuração do tridente, modelo de design gráfico que predomina nos sítios de webnotícias, de uma forma geral.

Figura 3: Capa do Douranews do dia 17.01.2014.

Fonte: Douranews (www.douranews.com.br).

A capa do **Douranews** abre uma foto da manchete principal, que aborda o vestibular da Universidade Federal da Grande Dourados, na parte superior, logo abaixo do *menu* de editorias. Do lado direito, em cima, a logomarca, e, descendo, percebe-se outro *menu* mais detalhado das editorias, expediente. Do lado esquerdo, um anúncio em cima, e, descendo, outras manchetes menores, todas locais. No centro, estão as últimas notícias.

Figura 4: Capa do Dourados News do dia 17.01.2014.

Fonte: Dourados News (www.douradosnews.com.br).

A manchete principal do **Dourados News** trata de um assunto que retrata bem a relação local-global, de forma precisa, pois se trata de um caso que aconteceu na Espanha e afeta diretamente a população de Dourados, transpondo as barreiras territoriais geográficas e espaciais. Por isso, o acontecimento foi destaque no noticiário de todos os cibermeios de Dourados, em maior ou menor intensidade. O **Dourados News** foi o cibermeio que mais atenção deu ao caso, descobrindo, inclusive, que a jovem tinha família na cidade. A notícia aborda o assassinato de uma jovem douradense, que morava na Espanha. Na manchete da quarta-feira (17.01), o cibermeio repercutiu a dificuldade enfrentada pela família para fazer o traslado do corpo, da Espanha, para Dourados. No restante da página, outras manchetes, todas voltadas para o noticiário local e abordando a temática violência.

5.5 Sobre a origem da produção das notícias

Para verificar a procedência das matérias, um dos objetivos propostos pela pesquisa foi estabelecer uma categorização de fontes de origem das notícias. Assim, foram definidas as seguintes categorias: a) redação, b) assessoria de imprensa, c) portais/jornais, d) sítios oficiais, e) sem identificação, quando não é possível identificar a procedência da matéria. Portais/jornais são os locais, nacionais ou internacionais; enquanto os sítios oficiais são agências de notícias de órgãos públicos estaduais e nacionais dos três níveis de poderes, além de entidades de classes, ou ONGs e OSCIPs. As agências mais utilizadas foram a Agencia Brasil[67], da Câmara e do Senado.

Do total de 2004 notícias postadas pelos cibermeios, no período entre 12 e 18 de janeiro de 2014, 619 matérias foram originadas da redação dos veículos, conforme descrição no início da matéria. Isso representa 30,93% do universo das postagens. É, também, o maior quantitativo das cinco categorias estabelecidas pela pesquisa, sobre a origem das matérias, para avaliar este aspecto da produção noticiosa, conforme Quadro 6.

[67] Agência Brasil é um dos canais de notícias da Empresa Brasileira de Comunicação – EBC - http://www.ebc.com.br/. Criada em 2007, pelo decreto presidencial 6.247, a EBC é uma instituição pública de informação e gestora dos canais TV Brasil, TV Brasil Internacional, Agência Brasil, Radioagência Nacional e do sistema público de Rádio – composto por oito emissoras.

Quadro 6: Amostragem da procedência das notícias

ORIGEM	DOURADOS AGORA	DOURADOS NEWS	FOLHA DO MS	FOLHA DE DOURADOS	AGORA MS	DOURANEWS	TOTAL
Redação	112	102	2	175	3	225	619
Assessoria de Imprensa	40	83	44	0	2	9	178
Portal/jornal	18	106	200	94	97	18	533
Sítios oficiais	235	54	97	24	29	19	458
S/Identificação	30	19	12	11	143	0	215
TOTAL	**436**	**364**	**355**	**304**	**274**	**271**	**2004**

A segunda maior fonte de informação das postagens foram os portais/jornais, com 533 notícias, ou seja, 26,58% do universo das matérias publicadas. **A Folha do MS** foi o sítio que mais usou matérias de outros cibermeios, 200 postagens originadas deles. O **Dourados Agora** foi o veículo que mais utilizou os sítios oficiais nas suas postagens, com 235 notícias, ou seja, mais da metade de sua produção, no período da coleta, fator que pesou, decisivamente para que o sítio fosse também, o que mais postou notícias nacionais, 234 postagens dessa categoria.

O veículo cuja redação indica ter produzido mais notícias foi o **Douranews**, com 225 postagens, o dobro do segundo colocado, o **Dourados Agora**, cuja redação originou 112 postagens, no período da coleta. O terceiro colocado foi o **Dourados News**, com 102 postagens creditadas à redação. Aqui, pode ser observada uma discrepância de proporcionalidade numérica, pois o **Douranews** postou apenas 271 notícias em todo o período, enquanto o **Dourados Agora**, quase o dobro, 436 notícias, e o **Dourados News**, 364.

Outro indicativo da existência de incompatibilidade numérica: os dois sítios que postaram mais matérias, no geral, apresentaram maior regularidade das postagens; em intervalos de tempo, menores que o **Douranews**, ou mesmo no período diário, quando o **Dourados News**, por exemplo, estendia seu horário de postagens até às 20h, enquanto o **Douranews** terminava suas postagens às 18h. Tanto é assim, que o **Dourados Agora** e o **Dourados News** apresentaram publicação média diária de 62 e 52 matérias, respectivamente, contra 38 notícias diárias publicadas pelo **Douranews**.

A explicação para essas discrepâncias numéricas, certamente, reside no fato de que o **Douranews** considera grande parte de suas postagens oriundas da

redação, mesmo quando se percebe que elas foram postadas em outros cibermeios, tendo como procedência assessoria de imprensa, ou mesmo de outros portais/jornais. Esse mesmo procedimento é observado, também, pela **Folha de Dourados**, quando se apropria de conteúdo de terceiros. Por isso, a **Folha de Dourados** aparece sem qualquer postagem com crédito de assessoria de imprensa, enquanto o **Douranews** aponta apenas nove postagens. O **Agora MS** que postou apenas duas notícias dando como procedência assessoria de imprensa, também, segue procedimento semelhante aos dois cibermeios citados, de acordo com a Figura 5[68].

A editora do **Dourados Agora** Maria Lucia Tollouei[69] explica que precisa noticiar, também, os assuntos nacionais, e que, normalmente, recorre mais aos sítios oficiais, porque já teve problemas, inclusive jurídicos, com publicação de notícias de outros veículos, mesmo dando o crédito. Para evitar esses percalços, passou a utilizar mais material dos sítios oficiais, principalmente das Agências de Notícias Brasil, Câmara Federal, Senado, além dos ministérios. Segundo ela, todas as matérias são do interesse público "porque o leitor que entra no **Dourados Agora** para saber de Dourados e região, ao ver uma notícia nacional, não vai precisar procurar outro sítio para ver aquela notícia; é uma forma de mantê-lo no nosso sítio".

Essa tendência é explicada, também, pela pesquisadora Cicília Peruzzo (2005, p. 9), por entender que a mídia local tenta reproduzir o modelo da grande imprensa "ao imitar o estilo de tratamento da informação, ou dedicar amplos espaços para notícias nacionais e internacionais", sem, no entanto, deixar de guardar as características de mídia local, ou regional. Ela acrescenta:

> Parece que há, no país, um tipo de jornalismo que se torna quase como um padrão, passando a ser produzido por jornais das capitais dos estados e de cidades do interior. Referimo-nos aos assuntos típicos das editorias de política, economia, cidades, polícia etc., que são amplamente tratados por jornais de circulação nacional, como também por aqueles de cidades do interior. Ou seja, a imprensa do interior tende a cobrir os mesmos tipos de assuntos, como pleitos eleitorais, atos dos poderes públicos, desfalques, assaltos, assassinatos, acidentes, intempéries etc. A diferença é que sua ocorrência é regional ou local (PERUZZO, 2005, p. 9).

[68] Ver Anexo 10.
[69] Entrevista concedida a este autor, em 04.11.2013. Ver Anexo 5.

Embora a autora se refira, mais especificamente à mídia impressa, a lógica se estende perfeitamente à mídia online e, no caso da de Dourados, é perceptível essa tendência de imitação aos grandes portais de notícias, seja nos *menus* de editorias, na distribuição de notícias, no tamanho das matérias. Até porque, muitas notícias são reproduzidas do mesmo modo que são publicadas no sítio de origem. Por exemplo, uma grande reportagem dos principais portais, como G1, UOL, Terra etc., é publicada muitas vezes, na íntegra, embora sem o uso sequer da hipertextualidade, que arejaria a narrativa, possibilitando a navegação em outros links.

Aliás, sobre a narrativa, o que se percebe é que não há uma preocupação nem estética, nem editorial. O tamanho de textos e parágrafos é bastante variável em praticamente todos os cibermeios pesquisados. Isso pode ser dito em relação ao universo da pesquisa, pois o acompanhamento por meio de observações livres foi feito ao longo do período de todo o estudo.

Ainda assim, essa hegemonia não é uma situação dominante, já que cada cibermeio se destaca editorialmente, por características próprias que os identificam e os distinguem, além das cores e dos formatos. A **Folha de Dourados**, por exemplo, procura identificar, tratar pelo nome verdadeiro, inclusive nos títulos, a pessoa que protagoniza a matéria, mesmo as que se relacionam à violência. Outra característica do sítio é a cobertura política local, sempre merece destaque. Segundo o editor, José Henrique Marques (2013), não precisa a pessoa ser famosa para ser identificada pelo nome na matéria; para ele, é uma questão de cidadania, de respeito.

O **Dourados Agora** dedica bastante espaço às notícias sobre projetos de leis que tramitam no Congresso; para tal, usa as matérias das agências de notícias oficiais da Câmara e do Senado, além de oferecer, também, muitas dicas de saúde, ao replicar matérias sobre o assunto do portal Minha saúde.com[70]. **Dourados Agora** com o **Dourados News** apresentam uma característica em comum: publicam muitas matérias assinadas por seus repórteres, enquanto o **Douranews** e a **Folha de Dourados** se apropriam de matérias de terceiros, inclusive de assessoria de imprensa, e postam como produzidas pela redação.

[70] http://minhasaude.org/. Acesso em: 13.01.2014.

No dia 15 de janeiro, por exemplo, uma notícia publicada no Portal da Prefeitura de Dourados intitulada “Ações para desenvolvimento de Dourados atingem 47 mil pessoas” foi replicada em três cibermeios **Dourados News, Folha de Dourados** e **Douranews**, praticamente, do mesmo modo como foi postada originariamente. Mas, apenas o **Dourados News** deu a procedência: assessoria de imprensa. A **Folha de Dourados** e o **Douranews** se apropriaram como se fosse produção deles mesmos. O **Douranews** fez uma pequena alteração no título e ficou assim: “Ações de desenvolvimento foram levadas a mais de 47 mil pessoas”, conforme as Figuras 16, 17, 18 e 19. Mas, o restante do texto continuou igual.

O procedimento adotado pelo **Agora MS** em relação à origem de suas postagens é de indiferença, pois, no período pesquisado, em 143 publicações, não consta a procedência das matérias. Isso representa mais da metade do total desta categoria, 215 publicadas pelos seis cibermeios pesquisados. A **Folha do MS** caracteriza-se pela pequena produção própria, apenas duas postagens foram registradas como da redação, enquanto a maioria das suas notícias tinha como procedência outros portais/jornais, 200 matérias.

5.6 Das potencialidades do ciberjornalismo

Os sítios de web notícias de Dourados, apesar de, tecnologicamente, estarem inseridos no terceiro estágio do jornalismo, produzido com a ajuda e para a internet, ainda não apresentam o uso de todas as potencialidades, ou seja, as características do ciberjornalismo, que são hipertextualidade, multimiadialidade, interatividade, personalização, memória e instantaneidade (PALACIOS, 2003; BARDOEL E DEUZE, 2001; SCHWINGEL, 2012).

Isso pode ser visto, claramente, no resultado da segunda coleta de notícias, quando foi sistematizado o acompanhamento dessa categoria de análise, de acordo com o Quadro 7. Vale ressaltar, porém, que, durante todo o processo de acompanhamento do funcionamento dos sítios, em observações livres, esse item, também, foi verificado. A diferença é que, agora, é possível mensurar em números a ocorrência delas nas matérias, mas, também, será descrito o acompanhamento de

algumas delas que não aparecem nas matérias, mas estão presentes na arquitetura do cibermeio. Este aspecto atende a outro objetivo proposto pela Metodologia da Pesquisa.

Quadro 7: Presença das características do ciberjornalismo nas matérias

POTENCIALIDADES	FOLHA DO MS	AGORA MS	DOURANEWS	DOURADOS AGORA	DOURADOS NEWS	FOLHA DE DOURADOS	TOTAL
Hipertextualidade	64	34	13	7	6	0	124
Multimidialidade	2	2	0	3	2	0	9
Interatividade	0	0	0	2	0	0	2
Instantaneidade	0	0	0	0	0	0	0
Memória	0	0	0	0	0	0	0
Personalização	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**66**	**36**	**13**	**12**	**8**	**0**	**135**

A amostra do período entre 12 e 18 de janeiro de 2014 indica que, dos seis cibermeios pesquisados, cinco deles utilizaram, em suas matérias, a característica hipertextualidade. Juntos, eles postaram 124 matérias com esta potencialidade. A **Folha do MS** foi o que mais utilizou o recurso, 64 vezes, seguido do **Agora MS**, com 34 postagens e **Douranews**, com 13. A **Folha de Dourados** deixou de usar esta e outras características. A multimidialidade foi utilizada por quatro dos seis cibermeios, de forma esporádica, totalizando 9 vezes; enquanto a interatividade foi observada apenas pelo **Dourados Agora**, uma única vez, quando o sítio liberou o comentário postado por um leitor, em uma matéria.

Somadas as matérias que utilizaram as três características do ciberjornalismo citadas, temos um total de 135 postagens, ou seja, 6, 73%, de um total de 2004 notícias. Isso representa um quantitativo reduzido em relação ao universo das publicações efetivadas. Preocupante até. É importante destacar que, em entrevista, os editores dos cibermeios dizem que os sítios são equipados com todas as ferramentas de que precisam para usar as potencialidades, mas, na prática, isso acontece de forma esporádica.

Sobre o assunto, o editor do **Dourados News**, que postou apenas 13 matérias, cuja única potencialidade explorada foi a hipertextualidade, disse que o

cibermeio procura usar os recursos de acordo com o assunto abordado em pauta e com as condições da feitura da matéria:

> A gente procura, por exemplo, em algumas pautas de rua, gravar um vídeo com o entrevistado, buscar imagens fora da fotografia, para fazer essa interação, procurando informações de arquivos para arejar, informar o contexto, oferecer mais possibilidades para o leitor (OLIVEIRA, 2013)[71].

Em relação à interatividade, a empresa adotou uma posição de não liberar os comentários no final da matéria, porque "optamos em usar a rede social, o Facebook, para que o leitor possa se manifestar sobre determinada matéria". Segundo o editor, o processo de avaliação e liberação dos comentários utilizava muito tempo de um profissional que poderia estar, por exemplo, produzindo notícias.

O editor da **Folha de Dourados** vai direto ao ponto, ao reconhecer que o sítio tem as condições técnicas necessárias para explorar as potencialidades da internet, mas, dificilmente, elas usadas.

> Olha, o meu sítio tem todas estas ferramentas, mas, sinceramente, tem que ser uma matéria muito especial que leve a gente a usar esse tipo de ferramenta, porque, se em toda matéria que fizer, for inserir estas ferramentas, vai levar muito tempo, essa é que é a verdade. Quem utiliza mais esses recursos são os grandes portais nacionais, O Globo, a Folha... aqui, em Dourados, tem pouca utilização (MARQUES, 2013).[72]

A editora do **Dourados Agora**, que usou três características, embora de forma reduzida, em apenas 13 vezes notícias, argumenta que a pressa e as demandas dificultam o processo de utilização das ferramentas.

> O que nos preocupa quando colocamos uma notícia no ar é prender o leitor, pois, quanto mais tempo ele ficar no sítio, melhor. Mas a gente não está fazendo isso, ainda não, nenhum sítio do estado faz. Nós aprendemos na faculdade, mas ainda não fazemos como deveria ser feito, porque a pressa é tanta para colocar a notícia no ar e tem tanta demanda e pouca gente para fazer, que a gente procura pôr a notícia e mais alguma informação, a gente até posta um vídeo, mas não é em todas, e tem, também, as notícias que são de fora, que dificulta também (TOLLOUEI, 2013) [73].

Ela toca num ponto nevrálgico do ciberjornalismo de interior, que, até pela falta, ou reduzida estrutura, como já foi discutido, surge como mais um elemento

[71] Entrevista concedida a este autor, no dia 06.11.2013. Ver Anexo 3.
[72] Entrevista concedida a este autor, no dia 06.11.2013. Ver Anexo 6.
[73] Entrevista concedida a este autor, no dia 04.11.2013. Ver Anexo 4.

para se juntar a este cenário de dificuldades. As matérias procedentes de outros sítios sejam oficiais, de outros portais, ou mesmo das agências de notícias, nem sempre, têm essa preocupação, de usar as potencialidades oferecidas pela internet, aqui explicitada pela editora do **Dourados Agora**.

O responsável pelo **Agora MS**, que postou 34 notícias contendo hipertextualidade, e duas, usando vídeos, resumiu a situação: “não trabalhamos com comentários de internautas; vídeos, alguns são postados; e links, temos de vez em quando, utilizados alguns” (MUNARIM, 2014) [74], enquanto o responsável pela publicação de conteúdo da **Folha do MS**, jornal que, em números absolutos, foi o que postou mais notícias com as características, 64 hipertextualidade e duas multimidialidade, 64 ao todo, disse, em relação às outras características que deixaram de ser utilizadas, porque “estamos trabalhando com sistema que atende o nosso mercado” (MATTOS E SOUZA, 2014) [75].

Embora o jornalismo feito, com e para a internet, tenha começado em 1995, no país e, em Dourados, em 2.000, o que se percebe é que há uma tendência a não utilização de forma plena das especificidades que caracterizam o ciberjornalismo. Os motivos são os mais variados, mas, no interior, a mais visível é a estrutura reduzida da redação, com poucos profissionais. As facilidades são muitas, um bom celular, hoje em dia, funciona como máquina fotográfica, gravador de áudio e vídeo, e os modelos desenvolvidos de sítios, também, reúnem as ferramentas necessárias para explorar as características do jornalismo produzido e difundido no ciberespaço. A realidade que se descortina, porém, é bem diferente.

Nesse sentido, Palacios (2003, p. 16) alerta que as potencialidades da internet não são exploradas de forma efetiva pelos cibermeios “quer por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor”. De certa forma, o entendimento do teórico vai ao encontro das alegações observadas pelos responsáveis pela publicação dos cibermeios de Dourados. Por outro lado, essa tendência longe de ser uma questão de Dourados, ou da mídia online do interior, além de passar por parte da mídia nacional, ultrapassa as fronteiras do oceano atlântico. Zamith (2007)

[74] Entrevista concedida a este autor, no dia 15.01.2014. Ver Anexo 7.
[75] Entrevista concedida a este autor, no dia 15.01.2014. Ver Anexo 8

testemunha que países como Estados Unidos, Reino Unido e Espanha praticam um ciberjornalismo avançado, com a utilização das especificidades que o suporte web permite; mas que, em Portugal, a evolução apresenta lentidão. Cenário semelhante ao brasileiro.

5.7 Da apresentação gráfica

Os sítios de webnotícias de Dourados seguem a mesma apresentação gráfica de outros sítios similares no país, e em sua maioria, procuram manter a semelhança aos grandes portais de notícias. Normalmente, na parte superior da tela, fica a logomarca, no canto esquerdo, com o slogan à esquerda, ou logo abaixo. Nesta mesma faixa, também, está o *menu* principal de forma horizontalizada, onde aparecem as principais editorias, como política, economia, cidades, esportes, nacionais, especiais, saúde, educação, além de sequências de slides, com anúncios. Há uma preocupação em tornar o sítio atraente, do ponto de vista gráfico, em função da maneira como as matérias são distribuídas na capa e sua própria apresentação e, normalmente, os desenhos gráficos tendem a ser leves, *clean,* com uma boa apresentação, na qual há bastante espaço em branco, com a finalidade de oferecer essa leveza gráfica, como pode ser visto, no Anexo 10.

A homogeneização dos desenhos gráficos observados nos cibermeios de Dourados pode ser explicada e justificada pelo processo de globalização, no qual estão inseridos e do qual são partes integrantes. Assim como a relação local-global é resultante dos fluxos proporcionados pela globalização, o que, por si só, bastaria para justificar a presença do design gráfico, porque, assim como nos supermercados, nos shoppings, as vitrines atraem o consumidor com seus visuais agradáveis, com a arrumação dos produtos, a notícia, também, precisa ser bem distribuída nas “prateleiras” do veículo em que estão expostas, para atrair a atenção do seu consumidor. Essa é mais uma característica que se verifica da relação local-global, conforme outro aspecto proposto pela pesquisa.

Sobre o tema, Würman (1991, p. 66), considerado o pai da arquitetura da informação, afirma que a informação pode até ser infinita, mas as formas de

estruturá-la, de desenhá-la, não; seja na página do impresso, ou na internet, “e se você tiver onde “pendurar” a informação, ela se tornará muito mais útil”, pois esta escolha será determinada pela história que for contar. Assim, cada formato, cada maneira, cada desenho, vai permitir uma compreensão diferente, pois, “dentro de cada uma existem muitas variações, mas reconhecer que as escolhas são finitas e limitadas torna o processo bem menos intimidativo” (WÜRMAN, 1991, p. 66).

A arquitetura da informação leva em conta a figura do tridente, ou seja, três eixos de leitura que distribuem os textos de notícias no centro; à direita, a publicidade, e, à esquerda, os menus, verticalmente, que hierarquizam a informação, já que o mais importante fica na parte superior e decresce, em nível de importância, à medida que se afasta do topo. Nesse aspecto, percebe-se, também, a presença da pirâmide invertida, uma das teorias do jornalismo. Este desenho é usado tanto para a capa, quanto para as páginas internas, quase sempre.

O que difere a capa das páginas internas é que, na capa, normalmente, além da manchete principal, são distribuídas as manchetes menores, com pequenos textos que remetem a links das páginas internas. A manchete principal e as chamadas menores são apoiadas normalmente por fotos mais abertas para “equilibrar” a página, gráfica e visualmente.

Embora apresentem certa homogeneidade em suas propostas, que quase sempre usam fundo branco, texto na cor preta, ou azul, links em azul, com uns acentuando mais ou menos esses detalhes; há outros detalhes que os identificam, no uso desses mesmos elementos. O **Agora MS**, por exemplo, utiliza cercaduras com sombreamento das linhas horizontais na capa e nas matérias internas. Há, também, as tabelas com as notícias mais visitadas, as mais lidas e comentadas, as enquetes, bem como as últimas notícias. Esses recursos são possibilitados pelos softwares utilizados por desenvolvedores de desenho dos sítios, quando dão formato ao design gráfico, criando as tabelas apropriadas aos destaques das notícias, por meio dos sistemas de recomendação de notícias, a partir de base dados.

Os sítios de Dourados procuram se diferenciar, exatamente, nas cores que caracterizam a logomarca, tornando-as mais presentes, e, mais, ou menos, fortes na sua composição gráfica. Assim, o **Dourados News**, por exemplo, explora a cor

laranja, bem como o preto, de forma suave, em sua tipologia; o **Dourados Agora, O Progresso, Folha de Dourados e o Agora MS**, mais o azul, embora, também, usem o preto na tipologia; enquanto o **Dourados Informa** utiliza em alguns detalhes, a cor verde. De forma geral, a cor azul é a mais utilizada por eles.

A partir das observações livres, ao longo da pesquisa, e com base nas informações teóricas (PALACIOS, 2003; BARDOEL & DEUZE, 2001 e SCHWINGEL, 2012) e outros estudos sobre as potencialidades do ciberjornalismo, traçou-se um painel do uso dessas ferramentas e como elas se apresentam nos cibermeios de Dourados, ainda que de maneira precária.

Hipertextualidade

Neste aspecto, há certa uniformidade entre os cibermeios de Dourados, pois eles utilizam os elementos mais comuns, como texto e fotos, o que os limita às hiperligações internas, na organização dos títulos e das chamadas que remetem para as matérias internas; ou seja, ligam os conteúdos internos, dentro do suporte, estando, portanto, relacionados à própria organização da plataforma. Não apresentam hiperligações para links externos, com exceção dos anúncios, em alguns deles. O Dourados News, embora apresente palavras grafadas, dando a impressão de indicação de hiperligações com links externos, acaba remetendo a anúncios do Google, com quem o cibermeio tem contrato publicitário. As hiperligações internas como forma de intertextualidade, entre assuntos coordenados, e editorias diferentes, bastante comum em jornais impressos e, previstas por Bardoel e Deuze (2001), inexistem também.

Multimidialidade

Percebemos que o texto e a foto ainda são os recursos mais utilizados pela maioria dos cibermeios; entretanto, em alguns deles, como na **Folha do MS, Cidade Dourados, Gazeta MS, Patrulha da Cidade, Douranews e Folha de Dourados,** foram registrados recursos de vídeos e áudio, embora de autoria de terceiros. Não fazem parte da produção da redação dos sítios douradenses. Até mesmo a **Gazeta MS**, que apresenta vários vídeos de compactos de melhores momentos de jogos do campeonato estadual de futebol, utiliza material de outros veículos. Os vídeos dos outros cibermeios são relacionados a assuntos, como trailers de filmes, lances de

jogo de futebol e matéria jornalística, quase sempre, de outras praças. Importante ressaltar que os recursos multimídias estão diretamente ligados à convergência de formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som), na narrativa ciberjornalística, possibilitada pela plataforma web, como forma atrativa de contar uma história.

Personalização

A personalização de conteúdo é possibilitada por meios de opções de ferramentas disponibilizadas no sítio, para propiciar ao leitor que visita o cibermeio personalizar a maneira de receber conteúdos noticiosos de um determinado veículo. Os mais usados são e-mails, newsletter e o RSS. Vários cibermeios de Dourados como **Dourados News, Dourados Agora, Agora MS, Gazeta MS, Exportiva do MS, Cidade Dourados, BBc News, Dourados Informa, Jornal Preliminar, Folha de Dourados** indicam em seus designs a existência da ferramenta RSS; porém, não há uma efetividade de funcionamento. A **Folha do MS** orienta para cadastrar o e-mail para recebimento de newsletter, mas, também, não existe funcionalidade.

Memória

Este recurso está intimamente ligado ao arquivo de notícias, uma espécie de biblioteca virtual do cibermeio. Normalmente, as edições anteriores ficam disponíveis em um banco de dados, acessíveis pela data em que foram publicadas. No caso dos cibermeios de Dourados, esta ferramenta fica disponível numa lista denominada "mais notícias", mesmo recurso tecnológico de "últimas notícias". Em alguns sítios, a memória, ou arquivo, fica limitada ao dia anterior. Funcionavam assim, por exemplo, o **Diário MS e o Douranews**. Em entrevista ao autor desta pesquisa, o editor do **Diário MS**[76] demonstrou desconhecer o fato de as matérias do sítio não estarem disponíveis. Ele prometeu adequar o novo sítio que está em desenvolvimento; da mesma forma, aconteceu com **Douranews**, que corrigiu a situação. O **Agora MS** é o único a apresentar em seus designs, um calendário com as edições além da lista "últimas notícias". A maioria oferece, ainda, um recurso de busca do Google, que permite acessar, também, as matérias antigas.

[76]Entrevista concedida a este autor, no dia 04.11.2013, conforme Anexo 6.

Interatividade

Este recurso não é utilizado pelos cibermeios. Embora alguns até disponibilizem e-mail aos finais das matérias, como é o caso dos sítios **Dourados Agora, Folha de Dourados, Estado Notícias e Exportiva do MS**. Mas, não postam os comentários, e a justificativa é a estrutura enxuta para checar e liberar os comentários. De um total de 20 cibermeios, só quatro disponibilizam e-mails, mesmo assim, não postam os comentários dos leitores. Em função da estrutura, também, não existem salas de bate-papo com os leitores, outra forma de interatividade, muito menos, realização de fóruns com leitores. A enquete, outro recurso, está presente em oito deles, menos da metade. Os que usam este recurso são **Dourados News, Dourados Agora, Dourados Informa, Patrulha da Cidade, Folha do MS, Folha de Dourados, Estado Notícias, Jornal Preliminar**. Chat ou sala de bate-papo e os fóruns são usados mais pelos portais maiores, como Terra, UOL etc.

Instantaneidade

Este recurso é observado por quase todos os cibermeios de Dourados, no que concerne à atualização de seus conteúdos. A maioria deles atualiza suas produções noticiosas e, em consequência, suas capas, com manchete e títulos, diariamente, em menor ou maior quantidade, já que eles não mantêm regularidade de funcionamento, como já foi dito. Há, porém, algumas exceções, já que o **MS Total**, por exemplo, não tem apresentado uma produção regular; enquanto o **MS JÁ** e **Diário MS** estão em processo de reformulação de seus design e, portanto, em manutenção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se em toda a trajetória deste estudo desenvolver um percurso que possibilitasse a compreensão de questões que norteiam o ciberjornalismo praticado em Dourados, Mato Grosso do Sul. E, assim, poder analisar os principais cibermeios sediados na cidade, a partir do uso das potencialidades proporcionadas pela internet e da lógica do local-global, questão central que orientou a pesquisa.

Traçada a linha condutora, viriam as vertentes transversais compreendidas nas categorias de análises e nos objetivos propostos como esteio para a convergência dos referenciais de teorias que conduziram as experiências empíricas, até chegar aos indicativos finais do estudo.

O trabalho apresenta um panorama da mídia online douradense, por meio de uma pesquisa empírica, de forma sistematizada, que mostra como essa mídia se insere nesse cenário do ciberespaço, como guarda suas origens e como se situa em um mundo globalizado, ou glocalizado.

Os cibermeios douradenses que compõem a mídia online têm apenas 13 anos. Tão recente quanto a de outros lugares, pode-se dizer que, por isso mesmo, ainda buscam sua própria identidade, sua melhor forma de atuação, modelos que lhe deem sustentação, tanto do ponto de vista financeiro, quanto profissional e tecnológico, para se firmarem, estabilizarem-se como modelo de mídia de sucesso. O estudo revela, ainda, uma mídia online, cujo aproveitamento das potencialidades tecnológicas fornecidas pelo ciberespaço acontece, apenas parcialmente, com o uso de algumas características do ciberjornalismo.

A pesquisa procurou lançar olhares neste cenário que, ainda se encontra em fase de construção, para entender melhor o que acontece com esta mídia e que papel desenvolve nesta sociedade. Em que pese seu crescimento acelerado como polo de desenvolvimento regional, Dourados continua tão tradicional e provinciana quanto a sua mídia, responsável pela reelaboração do caráter simbólico da vida social, onde se pratica um jornalismo que, por suas características tecnológicas, associadas ao contexto glocal, transcende as fronteiras territoriais, sem deixar de ser local.

O panorama traçado demonstra sintonia com a mundialização (ORTIZ, 2000) informacional, por pertencer à teia de significados (THOMPSON, 2004) criada pelo homem, que desloca as formas simbólicas, por meio de redes que promovem a descentralização da informação (BARBOSA, 2002) em fluxos mundiais (APPADURAI, 1998; CASTELS, 1999) pela internet, onde o local se (com) funde com o global, se transforma no glocal e chega ao hiperlocal, ou supra-local (LÓPEZ GARCÍA, 2008), aproximando mais o cidadão desterritorializado na estranheza do mundo (SANTOS, 2006).

O caminho desenhado pelo estudo envolveu a delimitação e a estruturação do trabalho em quatro etapas, com a finalidade de se chegar aos objetivos estipulados, como a análise do tratamento da lógica local-global percebida pelos cibermeios na sua produção noticiosa; percepção da presença do ciberjornalismo hiperlocal; a verificação da presença das potencialidades do ciberjornalismo na narrativa das notícias e da conexão do passado com o futuro, por meio do resgate histórico da imprensa douradense e a origem da produção das notícias veiculadas.

No que concerne ao cenário econômico, constata-se que a mídia douradense, sempre, dependeu, ao longo de sua história, e continua a depender da verba publicitária oriunda dos cofres públicos. Nem por isso, todavia, ela deixou de desempenhar seu papel, ou seja, fazer circular a informação dos segmentos desta sociedade a que está ligada por laços e tradições históricas, sociais, econômicas, políticas e culturais.

Por outro lado, constata-se que, sempre, houve *insights* de insubordinação contra o *status quo*. Em 1968, por exemplo, surgiu pelas mãos do jornalista Theodorico Luiz Viegas, uma espécie de dissidência de O Progresso, mais tradicional e mais antigo jornal em circulação no estado, a Folha de Dourados, o primeiro jornal diário do município.

Em 2000, também, pelas mesmas motivações, quando um cidadão não conseguiu publicar denúncia contra a administração municipal na mídia local, conseguiu, apenas, na mídia da capital, Campo Grande, surge a maior inovação da história da mídia douradense, o primeiro sítio de web notícias da cidade. A fundação do **Dourados News** marca a chegada da mídia online a Dourados e revoluciona o jeito de fazer notícia na imprensa local.

O **Douranews**, também, segue esta tendência, pois resultou de uma dissidência dos sócios, após a morte do mentor e fundador do **Dourados News**. Insatisfeito com os rumos que a publicação tomou, Clóvis de Oliveira sai da sociedade e funda o **Douranews**, em 2010.

Esse desenho histórico ajuda a compor parte do mosaico de representação da mídia de Dourados, ressalta sua importância histórica, por meio das transformações tecnológicas e consequente evolução como mídia digital. Pois, como diz Peruzzo (2005) “há razões históricas e culturais que ajudam a configurar a existência e o grau de importância da mídia local em cada contexto”, onde ela está inserida.

A principal linha de orientação da pesquisa foi centrada na hipótese de que essa mídia é voltada para as questões locais, mas sem a estrutura necessária para empregar as potencialidades que a nova plataforma oferece, em termos de tecnologia, onde o jornalismo hiperlocal pode se tornar um dos elementos utilizados na construção das representações sociais nos contextos econômico, político, histórico, sociocultural. E, a partir daí, definiu-se como objetivo principal construir uma análise dos principais cibermeios de Dourados, com base no uso das potencialidades oferecidas pela internet, no contexto da relação local-global.

Após a exposição, foi possível indicar alguns pontos encontrados no sentido de contribuir para o estudo do ciberjornalismo de proximidade, na mídia digital douradense.

As categorias de análise utilizadas desde o referencial teórico, os elementos estabelecidos para nortear as amostras de notícias - como o quantitativo das notícias locais, regionais e nacionais, as mais importantes, a procedência das notícias, a exposição dos formatos dos desenhos gráficos e a verificação das potencialidades nas notícias e nos cibermeios -, permitem comprovar a hipótese estabelecida inicialmente.

A mídia online de Dourados guarda todas as características de mídia local, está inserida no cenário globalizado e, por isso, trabalha a relação global-local nos seus noticiários. Os assuntos locais e regionais predominam em sua grade noticiosa, conforme ficou demonstrado nas duas coletas de postagens realizadas, nas

entrevistas com os responsáveis pela publicação de conteúdo e nos destaques da primeira página. Observa-se, ainda, um dos principais critérios de noticiabilidade, a proximidade. Conforme a verificação, ficou constatado que o uso das potencialidades pelos cibermeios está diretamente relacionado ao tamanho da estrutura dos veículos.

Nesse sentido, o responsável pela publicação de conteúdo da **Folha de Dourados**, reclama do comportamento do empresariado douradense, que investe muito pouco na mídia online "porque ainda não percebeu a força da internet, ainda mais, aqui, em Dourados" (MARQUES, 2013)[77]. Segundo ele, o empresariado da cidade é, em grande parte, procedente de municípios próximos a Dourados e não tem visão empresarial dos grandes centros urbanos, comportando-se de maneira provinciana.

O editor do **Diário MS** Online acrescenta elementos ao debate, quando pondera que a mídia digital ainda se encontra na fase de transição, o que, talvez, explique, também, em parte, o receio dos empresários em anunciar nos cibermeios locais. O fato de ser uma mídia nova é, também, o motivo alegado por Barbara Neto para que o veículo ainda não tenha uma narrativa definida, quando as potencialidades oferecidas pela internet são, em parte, desperdiçadas. "Em termos de linguagem, de narrativa, ainda está modulando. Se fala tanto em texto curto na internet, mas o que se vê nos grandes portais, por exemplo, são matérias longas, aprofundadas" (BARBARA NETO, 2013)[78].

Foi identificada, também, a presença de características da mídia hiperlocal, quando se detém em assuntos ligados aos bairros; e, ainda, o uso de forma colaborativa de informações dos leitores na sua produção, embora de maneira reduzida e indireta em atendimento a algumas demandas apresentadas pelos cidadãos.

Pode-se dizer, ainda, que a mídia online douradense, no aspecto funcional, guarda aspectos generalistas da grande mídia, principalmente, dos grandes portais, cujo modelo indica ter-lhe servido de inspiração. Não caracteriza portal de mídia, pois além de não utilizar as ferramentas e os suportes de portais, como canais de

[77] Entrevista concedida a este autor, no dia 04.11.2013 ver Anexo 5.
[78] Entrevista concedida a este autor, no dia 06.11.2013 ver Anexo 6

serviços, salas de bate-papo, fóruns com leitores e outros serviços oferecidos pelos grandes portais, utiliza, de forma muito limitada, as potencialidades da internet.

Por isso, a melhor definição encontrada para os veículos é o conceito de cibermeio, quando o meio de comunicação social utiliza o ciberespaço como âmbito de difusão pública de informações jornalísticas (SALAVERRÍA, 2005a). Configura-se, também, pelas razões expostas, uma subcategoria do jornalismo de portal regional, por apresentar segmentação na sua atuação, e uma relação direta entre comunidade e conteúdo (BARBOSA, 2002), sem dúvida, inseridos na lógica glocalizada.

Nessa perspectiva, consideramos importante deixar algumas indicações de contribuição para o desenvolvimento desse segmento de portal, pela sua importância para a cidade, comunidade em que está inserido, já que, pela tendência da internet, é uma mídia que tende a seguir em frente, uma via sem retorno.

- Além de segmentado, o ciberjornalismo de proximidade é um jornalismo especializado e deve desenvolver modelos comerciais que tornem os cibermeios sustentáveis, bem como qualificar o profissional que trabalha com ele, o profissional que consiga, em tempo hábil, operar as ferramentas necessárias de forma adequada às potencialidades tecnológicas do ciberjornalismo;
- Ativar as potencialidades, como interatividade, além explorar mais a hipertextualidade e mutimidialidade, que permitam maior integração e interação com as comunidades, a fim de atender melhor suas demandas, como prevê o cibejornaslismo hiperlocal;
- Estruturar melhor os cibermeios; e, uma maneira para isso pode ser tentar convencer o empresariado a investir em anúncios. É preciso por em prática meios e ações que comprovem a efetividade da mídia, além de sua atualidade e importância para a sociedade contemporânea, inclusive, onde se localizam seus nichos de negócios, que podem estar em qualquer local do mundo globalizado;
- No campo da pesquisa, é preciso ampliar os estudos desse segmento de mídia, abordar os vários aspectos que possibilitem conhecê-la e entendê-la melhor.

Por fim, pode-se dizer que a mídia online douradense trabalha em sintonia com os princípios observados pela lógica do local-global. Não só por usar as ferramentas que a incluem no suporte web, na internet, que, como afirma Castells (1999), é o coração do paradigma sociotécnico da sociedade contemporânea, pois transforma a virtualidade em realidade e constitui a sociedade em rede. Mas, também, por integrar o ciberespaço, onde o mundo sofre uma compressão na relação tempo-espaço, em que particular se aproxima e se distancia do universal (ROBERTSON, 1999), na interação promovida pela relação local-global.

Nesse cenário, Maciá Mercadé (1997) observa a globalização como consequência da instantaneidade informativa dos meios de comunicação de massa e das telecomunicações, que se manifesta, em um primeiro momento, com efeitos uniformizadores, homogeneizadores, mas, que, à medida que os veículos se multiplicam, equilibram o sistema. Pois os públicos receptores se segmentam e individualizam suas audiências. Esse processo é favorecido pelas transformações tecnológicas da cibercultura, nas quais surgem os sítios de webnotícias. Por isso, também, uma das mais importantes características da sociedade da informação é a incorporação das audiências como parte ativa do ciberjornalismo cidadão, ainda não muito bem explorada pelos cibermeios de Dourados.

É oportuno lembrar, ainda, que a dimensão local está presente de forma acentuada nos cibermeios de Dourados, porque, como frisa López García (2008), adotam estratégias multilocais, usando a informação de proximidade. Ele ressalta que a sociedade da Informação e do conhecimento coexiste, no local e no global tanto como entidades separadas, como entidades integradas, cujo resultado é uma nova entidade, o Glocal.

O autor destaca, ainda, que a análise do panorama atual sobre os temas locais, regionais ou nacionais, que se apresentam interligados por conexões globais, prevê o uso correto das escalas correspondentes e interconectadas desses mecanismos sob pena, de se prestar um desserviço à sociedade: a desinformação. Outro aspecto a ser considerado da mídia local é a sua força, que se amplia a cada inovação tecnológica, haja vista o efeito provocado pela internet, multidimensionado pelas suas possibilidades nas redes telemáticas.

Por outro lado é importante destacar que a renovação dos meios de comunicação, a fusão das velhas e novas fórmulas de produzir jornalismo não devem fazer perder a essência da profissão, como lembra Izquierdo Labella (2011). Além de o setor estar sofrendo várias ameaças, como observa o autor, que vão desde a desorientação provocada pelas transformações tecnológicas, às precárias condições de trabalho, falta de estrutura e reduzido número de jornalistas nas redações, ainda há as questões que norteiam a produção do discurso jornalístico: apuração, produção e circulação.

Além de concordarmos com as ponderações do autor, entendemos ainda que não dá para fazer “bom jornalismo”, aquele voltado para a verdade dos fatos, na defesa dos direitos do cidadão, usando somente tecnologia. Ela deve servir como aliada no processo; aliás, como já acontece, ao longo da história, um elemento sempre presente no processo da produção e circulação da notícia. Não se pode, todavia, prescindir da presença, participação e sensibilidade humana, nesse processo. Assim, é fundamental que o jornalista possa ir à rua, ao encontro da notícia, do acontecimento, colher as informações ‘in loco’, observar com os próprios olhos cenários, contextos e personagens, cuja realidade social será retratada por ele, com base no discurso jornalístico.

Assim, podemos ainda ressaltar que há faculdades intrínsecas do jornalista que não devem ser desprezadas: o faro pela notícia, a intuição pelo desenrolar dos fatos de um acontecimento; e, este faro só é aguçado com o contato mantido com o mundo real, quando o repórter sai da tecnicidade da redação para o campo, o mundo, onde acontecem os fenômenos de um mundo real que precisam ser noticiados. A tecnologia é muito importante, mas não a ponto de substituir faculdades inerentes ao ser humano, que deve sempre ter o controle da técnica e das tecnologias, principalmente na reconfiguração do seu mundo.

REFERÊNCIAS BIBIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

APPADURAI, Arjun. **Disjunção e diferença na economia global**. In: FEATHERSTONE, Mike (coord.). Cultura Global: Nacionalismo, globalização e modernidade 2ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

ARAKAKI, Suzana. **Dourados: memórias e representações de 1964**. Dourados, MS: Editora UEMS, 2008.

ASSIS, Francisco. **Imprensa do Interior: conceitos a entender, contextos a desvendar**. In: ASSIS, Francisco (Org.) Imprensa do interior: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, na UFBA, Salvador (BA), Novembro de 2002. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.pdf. Acesso em: 31.01.2012.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese de doutorado apresentada à Faculdade de Comunicação da UFBA, em 2007. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf. Acesso em: 20.05.2012.

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism.** Australian Journalism Review, v. 23, n. 2, p. 91-103, 2001. Disponível em <http//jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf >. Acesso em 30.01.2012.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha; CARVALHO, Luciana Menezes. **Webjornalismo participativo e auto-referencialidade: estratégias de legitimação do campo do jornalismo na sociedade mediatizada**. Artigo publicado na revista ALCEU, v. 9, n. 17 – p. 90 a 101, 2008. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=311&sid=29. Acesso em: 15.10.2013.

BARRETO, Bruno Augusto Amador. **Geografia da Comunicação no Centro do Brasil**. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, em 2011. Disponível em: http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3044 Acesso em: 20.07.2012.

BASTOS, Helder. **Jornalismo Eletrônico – Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redações**. Coimbra: Minerva, 2000.

BASTOS, Helder. **Ciberjornalismo e narrativa hipermídia**. Artigo publicado na Revista Prisma.com, em outubro de 2005. Disponível em: http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/583 Acesso em: 10.06.2013.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005a.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005b.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar**. USF Tampa Biblioteca Open Access Livros didáticos coleção. Book 2, 2007. http://scholarcommons.usf.edu/oa_textbooks/2. Acesso: 10.10.2011.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornal do interior: conceitos e preconceitos**. In: ASSIS, Francisco (Org.) Imprensa do interior: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.
CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional**. Lisboa: Edições Minerva Coimbra, 2002.

CANAVILHAS, J. M. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web**. Comunicação apresentada no I Congresso Ibérico de Comunicação, em Málaga, Espanha, em 2001. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=canavilhas-joao-webjornal.html. Acesso em 20.05.2013.

CANAVILHAS, J. M. **Hipertexto e recepção de notícias online**. BOCC, 2008. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-hipertexto-e-recepcao-noticias-online.pdf. Acesso em: 20.10.2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Internet e sociedade em rede**. In: MORAES, Dênis (Org.) Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder, 6ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2012.

CASTILHO, Carlos. **Jornalismo hiperlocal ganha adeptos na grande mídia**. Artigo publicado no Observatório da Imprensa, 2011. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/jornalismo-hiperlocal-ganha-adeptos-na-grande-imprensa. Acesso em: 10.12.2013.

CAZELOTO, Edilson. **A inclusão digital e a reprodução do capitalismo contemporâneo**. Tese de Doutorado apresentada na PUC-SP, em 2007. Disponível em: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/1/TDE-2007-12-27T07:03:47Z-4637/Publico/Edilson%20Cazeloto.pdf. Acesso em 28.04.2013.

CORREIA, João Carlos. **Jornalismo e Espaço Público**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 1988.

COUTO, Patrícia Fonseca. Ciberjornalismo regional: **Aproveitamento das potencialidades da web dos nove jornais regionais com maior audiência do distrito do Porto**. Dissertação apresentada na Universidade do Porto, em 2010. Disponível em: http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/55917/2/tesemestpatriciacouto000127507.pdf. Acesso em: 30.10.2012.

DE FLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**, 5 ª edição norte-americana. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

DÍAZ NOCI, J., & SALAVERRÍA, R (Coords.). ***Manual de Redacción Ciberperiodística***. Barcelona: Ariel Comunicación, 2003.

DORNELLES, Beatriz. **O Localismo nos jornais do interior**. Revista Famecos • Porto Alegre • v. 17 • n. 3 • p. 237-243 • setembro/dezembro • 2010. Acesso no dia 03.12.2012, em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8191/5880.

DORNELLES, Beatriz. **O futuro do jornalismo em cidades do interior**. In: ASSIS, Francisco (Org.) Imprensa do interior: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.) Métodos e Técnicas de Pesquisa n em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2011.

EDO, Concha. ***El lenguaje y los géneros periodisticos em la narrativa digital***. In: BARBOSA, Suzana (Org.) Jornalismo Digital de terceira Geração. Covilhã: Livros Labcom, 2007.

FERNANDES, Mario. **A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade**. In: IX Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2004, Araçatuba. IX Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional – Anais 2004. São Paulo: Cátedra Unesco/Umesp, 2004. v. 01. P, 01-17.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

FONTCUBERTA, Mar de. **La Noticia – Pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós, 1993.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1995.

GLASER, Mark. ***Your Guide to Hyper-local News. Mediashif, Your Guide to de Digital Media Revolution***, 2007. Disponível em: http://www.pbs.org/mediashift/2007/12/your-guide-to-hyper-local-news347. Acesso em: 10.12.2013.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 11ª edição, 2006.

HALL, Stuart. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.) Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

HOBSBAWM, Eric. **O Novo Século: Entrevista a Antonio Polito**. São Paulo: Companhias Das Letras, 2000.

HOLANDA et al. **Metodologias de pesquisa em jornalismo participativo no Brasil**. In: DIAZ NOCI; Javier; PALACIOS, Marcos (Org.) Metodologia para o estudo dos cibermeios: Estado da arte & perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2008.

IANNI, Octávio. **A era do globalismo**, 5ª edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

IZQUIERDO LABELLA, Luis. ***El nuovo periodismo de proximidade, uma ventana aberta al mundo.*** In: CORREA, João Carlos (Org.) Ágora Jornalismo de proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades. Covilhã: LabCom Books, 2012.

KAWAMOTO, Kevin. ***Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism***. Lanham, Md: Rowman & Littlefield, 2003.

KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. **Os Elementos do Jornalismo – O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KUSCHIK, Murilo. **Weber e sua relação com a comunicação**. In: MAROCCO, Beatriz e BERGER, Christa (org.) A Era Glacial do Jornalismo – Teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**, 5ª edição. Campinas, São Paulo: Editora da Unesp, 2003.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão**. Artigo apresentado na Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf. Acesso em: 10.06.2013.

LEMOS, André. **"Nova esfera Conversacional"**. In: KÜNSCH, D.; SILVEIRA, S.A. et al. Esfera pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009. Disponível em: https://www.academia.edu/1771453/Nova_esfera_conversacional. Acesso em: 10.12.2013.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**, 6ª edição, Porto Alegre: Sulinas, 2013.

LEMOS, Celina Borges; PEREIRA, Reinado Maximiano. **Jornalismo hiperlocal no contexto multimídia: um relato da experiência do jornal-laboratório Contramão Online**. Artigo apresentado no Congresso Região Sudeste da Intercom, em São Paulo, 2011. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0588-1.pdf. Acesso em: 12.12.2013.

LÉVY, Pierre. **Cibertultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé. ***Ciberperiodismo em la proximidade***. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2008.

LÓPEZ GARCÍA et al. **A Convergência como instrumento de renovação/conservação do jornalismo em Galícia: estratégias e indefinições**. Artigo publicado na Revista Brazilian Journalism Research – v. 8, n. 1, em 2012. Disponível em: http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/400/369. Acesso em 21.12.2013.

LUCIANO, Luís Carlos. **O Fenômeno Diário MS: Dez anos de um sonho que está dando cada vez mais certo**. Dourados, MS: L. C. Luciano, 2003.

MACIÁ MERCADÉ, Juan. ***La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica***. In: RAMOS FERNÁNDEZ, Fernando. Estudios de periodística V, Número Especial dedicado al Periodismo Local. Pontevedra: Facultad de Ciencias Sociales, Universidade de Vigo, p. 45-67, 1997.

MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: O labirinto como metáfora**. In: DOMINGUES, Diana. A arte no século XXI – A humanização das tecnologias. São Paulo: UNESP, 1997.
MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada do GJOL**. In: LAGO, Cláudia, BENETTI, Márcia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2010.

MANOVICH, Lev. ***Software Takes Command***. Massachussetts: The MIT Press, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Globalização comunicacional e transformação cultural**. In: MORAES, Dênis (Org.) Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder, 6ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2012.

MARTINS, Gerson Luiz. **Notícias do Crtl C e Crtl V**. Disponível em: http://www.gersonmartins.jor.br/artigo-jornal/noticias-do-crtl-c-e-crtl-v-731. Acesso em: 20.07.2013.

MARTINS, Gerson Luiz. **As potencialidades do ciberjornalismo na capacitação para a produção jornalística na formação profissional**. AGE, 2010. Disponível em <http://www.gersonmartins.jor.br/dados/artigo/Midia_e_Tecnologias_da_Comunicacao%5B672%5D.pdf >. Acesso em 22/04/2011.

MC LUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**. São Paulo: EDUSP, 1972.

MAZINI, André. **A história da imprensa no contexto da historiografia brasileira**. Revista Comunicação & Mercado/Unigran, Dourados, MS, vol. 01, n. 02 – edição especial, p. 297-304, nov 2012. Disponível em: http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/1N2/25.pdf. Acesso em 10.07.2013.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

MAYER, William. YouTube: **O software e a caixa preta**. Artigo apresentado no VIII POSCOM Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio 23 24 e 25 de novembro de 2011. Disponível: http://pucposcom-rj.com.br/wp-content/uploads/2011/11/YouTube-O-Software-e-a-Caixa-Preta-William-Mayer2.pdf. Acesso: 30.04.2013.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

MITCHELL, Bill. ***Clues in the Rubble: A user-first framework fo Sustaining Local News***. Discussion Paper Series. Fevereiro, 2010. Disponível em: http://www.hks.harvard.edu/presspol/publications/papers/discussion_papers/d56_mitchell.pdf. Acesso em: 23.12.2013.

MOHERDAUI, Luciana. **A composição da página noticiosa nos jornais digitais: o estado da questão**. Artigo publicado na Revista Famecos/PUCRS, Porto Alegre, 2009. Disponível em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/5912/4279. Acesso em: 20.04.2013.

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: Investigações em psicologia social**, 7ª. edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

NEGROPONTE, Nicholas. A vida Digital. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

O´BRIEN, James A. **Sistemas de Informação e as decisões gerenciais na era da internet**. São Paulo: Saraiva, 2004.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2000.

PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, em 21.09.1999.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória**. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Trabalho apresentado no VII Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, da Associação Latinoamericana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIC), realizado na Faculdad de periodismo y Comunicación da Universidad Nacional La Plata, Argentina, de 11 a 16 de outubro de 2004. Disponível em http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm. Acesso em 20.01.2012.

PALACIOS, Marcos; RIBAS, Beatriz. **Manual de laboratório de jornalismo na internet**. Salvador: EDUFBA, 2007.

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

PERUZZO, Cicilia M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferenças**. Artigo apresentado II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação, em abril de 2009. Disponível em: http://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S1/cecilia%20krohling%20e%20marcelo%20volpato.pdf. Acesso em 15.06.2013.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Mídia Local, uma mídia de proximidade**. Comunicação: Veredas, Ano 2 – nº 02 – novembro 2003. Disponível em: http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/5105/4723. Acesso em: 21.04.2012.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Mídia Local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil**. Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação para a Cidadania, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003. Acesso no dia 03.12.2012, em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99061099541813324499037281994858501101.pdf.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Publicado na Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p.67-84, 1o. sem. 2005. Disponível em: http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/artigos/midia_regional_e_local_aspectos_conceituais_e_tendencias.pdf. Acesso em 10.01.2013.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Prefácio**. In: ASSIS, Francisco (Org.) Imprensa do interior: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.

ROBERTSON, Roland. **Globalização: teoria social e cultura global**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

ROCHA, Jorge. **Participatory Journalism: conceitos e práticas informacionais na Internet**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em <http://www.pontoeletronico.fumec.br/artigos/pdf/04%20-%20artigo-periodistaseninternet.pdf>. Acesso em 01/04/2011.

RODRIGUES, Catarina. **Jornalismo participativo: um conceito, diferentes práticas. Análise de casos de Portugal e Espanha**. Artigo apresentado no 6º Congresso da SOPCOM, realizado em Lisboa, em 2009. Disponível em: http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/412/409. Acesso em: 15.10.2013.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SALAVERRÍA, Ramón (Coord.). **Cibemedios: El impacto de internet em los médios de comunicación em Espanã**. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2005a.

SALAVERRÍA, Ramón. ***Redacción periodística en Internet***. Pamplona: EUNSA, 2005b.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**, 22ª edição. Rio de janeiro: Record, 2012.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo – razão e emoção**, 4 edição, 2 reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SCHMITZ, Aldo A. **Classificação das fontes de notícias**. BOCC. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, v. 1, p. 1-22, 2011. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf. Acesso em: 10.11.2013.

SCHWINGEL, Carla. **A arquitetura da informação e o sistema de publicação do Independent Media Center**. In: Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo en Internet. Salvador, 2004b.

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

SHAW, Donna. Really Local: ***Gannett and other media companies are embracing "hyperlocal" Web sites as a new way of engaging fleeing readers***. American Journalism Review, 2007. Disponível em: http://ajrarchive.org/Article.asp?id=4308. Acesso em: 12.12.2013.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença: uma introdução teórica conceitual**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.) Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

SILVA JR., José Afonso. **A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: Agências de notícias como estudo de caso**. Trabalho apresentado no XI Encontro Anual da Compós. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf. Acesso em: 20.02.2012.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo, Loyola, 2005.

SODRÉ, Muniz. **O globalismo como barbárie**. In: MORAES, Dênis (Org.) Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder, 6ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**, 2ª edição. Rio de Janeiro: Edições do Graal, 1977.

SOUSA, Jorge Pedro de. **Comunicação regional e local na Europa Ocidental: Situação geral e os casos português e galego,** 2003. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf. Acesso em: 14.12.2013.

SOUZA, Marcelo Freire Pereira de. **Narrativa hipertextual multimídia: um modelo de análise**. Santa Maria: FACOS, 2010. Disponível em: http://narrativahipertextualmultimidia.wordpress.com/. Acesso: 01.05.2013.

TELLERÍA, Ana Serrano. **Design ciberjornalístico: evolução, critérios e desafios**. Revista Matrizes, Ano 5, Nº 2 jan-jun., São Paulo, 2012. Disponível em: http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZes/search/authors/view?firstName=Ana&middleName=Serrano&lastName=Teller%C3%ADa&affiliation=&country=ES. Acesso em: 10.07.2012.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**, 6ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

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

TRIVINHO, E. **Glocal: Para a renovação da crítica da civilização mediática**. In: FRAGA, Dinorá; FRAGOSO, Suely (Org.). Comunicação na cibercultura. São Leopoldo: Unisinos, 2001a.

TRIVINHO, E. **Origens, mutações e horizontes epistemológicos do fenômeno glocal - dos interesses normativo-celebrantes do campo corporativo às ressignificações tensionais nas ciências humanas e sociais**. Revista FAMECOS mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 19, n. 3, pp. 644-665, setembro/dezembro 2012. Disponível em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12890/8599. Acesso em 10.08.2013.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VAN DIJK, Teun. A. ***La noticia como Discurso: comprensión, estrutura y producción de la información***. Barcelona: Paidós, 1990.

VICENTE, Maximiliano Martin. História e Comunicação na nova ordem internacional. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

VIEIRA, João. **O Jornalismo De Proximidade na era digital: análise funcional da edição online do Jornal da Mealhada**. Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade Fernando Pessoa, em 2009. Disponível em: http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1080/2/JOAOVIEIRA.pdf. Acesso em: 10.06.2013.

WEBER, Marx. **Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa**. In: MAROCCO, Beatriz e BERGER, Christa (org.) A Era Glacial do Jornalismo – Teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo, WMF Martins Fontes, 2009.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica conceitual**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.) Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação**. São Paulo, SP: Cultura Editores Associados, 1991.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Informações Hiperlocais no Twitter: Produção Colaborativa e Mobilidade**. Artigo apresentado no Congresso da Intercom realizado em Curitiba, em 2009. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2122-1.pdf. Acesso: 13.12.2013.

ZAMITH, Fernando. **O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses**. Artigo publicado na Revista Prisma.com, edição nº 4, 2007. Disponível em:http://academia.edu/2402962/O_subaproveitamento_das_potencialidades_da_Internet_pelos_ciberjornais_portugueses. Acesso em: 10.06.2013.

ZAMITH, Fernando. **A Contextualização no ciberjornalismo**. Tese de Doutorado apresentado à Universidade do Porto, em 2011. Disponível em: http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf. Acesso em 15.10.2013.

ANEXOS

ANEXO 1 - Entrevistas com editores de sítios de webnotícias de Dourados (por e-mail) – 10.12.2012

Perguntas:

1) Qual a audiência do sítio?
2) Qual a importância da informação local no sítio?
3) Qual percentual da notícia local e da notícia nacional/internacional?
4) Como vê a relação global X local?

Respostas:

Douranews – Editor de Conteúdo: Clóvis de Oliveira

1 - Considerando o fato de existir há pouco mais de dois anos, e a pulverização de veículos online na cidade e região, nossa meta está dentro do previsto: em média 360 mil páginas visitadas/mês.

2 - Nesse período, o Douranews já se tornou referência local em termos de notícias, especialmente sobre assuntos de Dourados, Política, Educação, etc.

3 - Em média, 30% de conteúdo são produzidos com assuntos locais.

4 - A prioridade é enfocar assuntos de interesse do público que já encontra-se fidelizado com o Douranews. Assim, o global acaba atraindo parcela considerável dos nossos leitores, da mesma forma que o local tem feito o diferencial do jornal.

Dourados News – Editor: Nicanor Coelho

1 – A média mensal está em 2 milhões de páginas visitadas por mês, em abril atingimos três milhões, o que representou 100 mil páginas visitadas por dia.

2 – A informação local é o carro-chefe do nosso jornal, sem ela, o Brasil não existiria.

3 – A notícia local/regional responde por cerca de 20% das nossas notícias. Com um detalhe, embora o percentual possa parecer pequeno nós priorizamos a informação local com maior destaque no sítio, pois as manchetes são sempre os assuntos locais, ou regionais de Mato Grosso do Sul.

4 – As notícias nacionais/internacionais não tem prioridade, porque para isso já tem os sítios nacionais como Terra, UOL. No caso das nacionais, noticiamos algumas, sobre política.

Dourados agora – Editora: Maria Lúcia Tollouei

1- Em torno de meio milhão de acessos mês

2- Para a identificação do leitor.

3- Local (60%), nacional (35%) internacional (5%).

4- Quanto mais local, mas valor notícia.

Dourados informa– Editor de Conteúdo: Nelso Gabiatti

1 – Temos uma média de 500 mil páginas visitadas por mês.
2 – As informações locais são as mais procuradas e mais visualizadas.
3 – Não foi realizada estatística, mas, com certeza, menos da metade de todo o nosso conteúdo produzido é voltado para as notícias locais.
4 – As notícias locais são as mais procuradas, visualizadas e estão sempre em destaque no sítio. Dificilmente uma notícia nacional ou de outra região, que não seja a região da Grande Dourados, fica em destaque no Dourados Informa.

MS JÁ – Editora: Ariadne Bianchi

1 – A média mensal de acessos: 47 mil (visitantes únicos). A média geral não foi contabilizada e acredito que não é importante quando se trata de jornalismo. Importante, sim, para os negócios.

2 - A linha editorial do jornal tem mais força com um conteúdo mais voltado a política, economia e, utilidade pública, locais. O nosso diferencial é que você, raríssimas vezes, pode encontrar em nossa página, principalmente na capa,

matérias policiais, que é o que tem mais acesso nos sítios, geralmente. Eu adotei também um modelo novo de redação, terceirizado a uma produtora de notícias, a “Mais Mídia” - Assessoria e Jornalismo, que tem em seu quadro apenas jornalistas diplomados e credenciados a desenvolver um material diferenciado dos demais sítios da cidade, com esse meu aval. Livres para escrever. Para mim, apesar de não alcançar médias dos jornais mais antigos de Dourados, o “MS Já” se tornou uma referência no jornalismo on-line, pelas produções diferenciadas a esse nível e de credibilidade. Sempre a capa, parte de cima, apenas com produções próprias, ou seja, seis matérias diárias a nível local e regional. Sem essa de colocar um exemplo. Quando fizemos um especial impresso, por exemplo, a exigência era que todas as matérias fossem produzidas pela nossa redação, nada copiado. E foi... Adotamos ganchos diferentes também, o que fazia nosso conteúdo talvez mais interessante. Não é noticiar o fato somente, tem que aprofundar. Pelo conteúdo, notamos que o público também se diferencia. Percebemos isso também pela ferramenta de comentários, além de outros níveis estatísticos. Mas um fator essencial para que haja conteúdo é o estrutural. Uma equipe que consiga suprir isso seja bem remunerada e que não sofra pressões dentro das redações. Não sei a fundo a realidade de outras redações, mas sei que a informação local deveria ser priorizada e quanto maior o sítio em nível de acesso e publicidade, maior sua estrutura. Pena que nem todos pensam assim. Eu que penso, não tive uma boa visão desse outro lado do jornalismo, que é ser responsável por um jornal.

3 - Sempre dei preferência para o local. Como aqui as redações ainda são pequenas existe o tradicional copia e cola de matérias que preenchem os conteúdos dos sítios. A dica era sempre, se for para postar algo assim, que seja interessante para quem é daqui. Mas, sim, reproduzíamos notícias nacionais e internacionais, sem destaques de página.

4 - Acredito que os jornais on-line ainda não chegaram a seu ápice em Dourados e região. Na internet somos, praticamente, obrigados a acompanhar as mudanças ou convergências tecnológicas. Não existe um sítio, no entanto, por mais moderno que seja, que tenha acompanhado os níveis atuais, por exemplo, como a boa adaptação para os móveis. Com relação ao conteúdo, a mídia local teria tudo para fazer um jornalismo mais comprometido com o da utilidade pública, como o público, mas isso ainda não acontece devido a dependerem de verba pública para sobreviverem.

Acredito que isso também seja resultado da cabeça, cultura, de empresários locais, com receio de aplicar suas verbas na internet e, no mais, eles também sempre têm um lado dentro da política, que interfere, e muito, nas redações. O detalhe é que a nível estadual vejo que está explicito os lados de dois grandes sítios, mas a nível local isso ainda varia em função da aplicação ou dependência de publicidades oficiais. Não podemos deixar de divulgar os resultados nacionais de campeonatos de futebol, mas também temos que dizer como está o futebol aqui em nosso estado. Pois a notícia nacional, o leitor pode encontrar em outros meios, a questão é só a vontade de procurar.

ANEXO 2 - Entrevista semiaberta, com um dos fundadores do primeiro cibermeio de Dourados, jornalista Clóvis de Oliveira - 26.03.2013.

1 - Como surgiu a ideia de criar o primeiro sítio de webnotícias em Dourados, em 2000?

R – A ideia foi de um sócio que eu tinha, o Primo Fioravante (Vicente). É uma história interessante. Ele era criador de cabras, produzia muito leite e queria vender a produção para a Prefeitura de Dourados usar na merenda escolar, mas a Prefeitura não tinha interesse em adquirir o produto. Depois disso a Prefeitura realizou licitação para comprar leite de cabra e comprou de Campo Grande. Ele foi pesquisar porque esse leite estava vindo de Campo Grande e descobriu que o leite era comprado de um político lá de Campo Grande, membro do Tribunal de Contas do Estado (TCE-MS), que hoje, por acaso é senador da República, o Ruben Figueiró (PSDB-MS). E o Primo fez um artigo, uma denúncia, contando que a Prefeitura de Dourados estava comprando leite de um conselheiro do TCE, por razões outras, coisa de político, e queria publicar a matéria. Só que ele não achou quem publicasse o material aqui. Veio falar comigo, pedindo para publicar o artigo e eu falei, olha Primo, a gente publica no Campo Grande News, que é de um amigo meu. E mandamos para lá. Imediatamente, a matéria foi publicada e ele ficou admirado: mas que coisa fantástica, então jornal na internet é assim, sai imediatamente, então, vamos criar um aqui. Aí, surgiu a ideia e montamos o primeiro jornal da internet em Dourados. Eu queria Doura News, mas ele, por uma questão de bairrismo disse não, vamos pôr o nome da cidade, se lá tem o Campo Grande News, aqui tem que ser Dourados News. E o Primo ficou extasiado, com a rapidez do veículo, escreve e sai logo, não precisa chegar outro dia, para ver a notícia publicada. Ele tinha 72 anos na época, mas com uma visão muito grande de mundo, captou essa ideia da rapidez da internet também muito rapidamente. Havia cinco, seis anos, que os sítios tinham chegado ao Brasil, mas ele entendeu a necessidade de ter um aqui, e a ideia foi para frente. Então, começa ai a história do jornalismo online de Dourados. O primeiro sítio que foi criado no estado de Mato Grosso do Sul foi o Campo Grande News, em seguida veio o Dourados News.

2 - Como a população de Dourados recebeu esse novo veículo de comunicação?

R - A população demorou a absorver, porque primeiro, Dourados tem umas particularidades de cidade interiorana, de cultura mais conservadora, o pessoal é mais acostumado a comprar o jornal na banca. Vai a padaria comprar o pão, já compra o jornal, pela manhã. Tem os assinantes que recebem o jornal em casa, então, para convencer que tinha uma notícia que chegava 24 horas antes daquele jornal, a notícia de amanhã já está hoje no meu jornal, foi preciso desenvolver uma estratégia de divulgação e convencimento. A gente fazia o jornal, imprimia umas notícias e distribuía um folhetinho com o endereço eletrônico da internet, em alguns lugares de grande movimento da cidade.

3 - Já havia esse público universitário que a cidade tem hoje?

R – Não, não havia. Há cerca de dez anos atrás, devia ter uns sete mil estudantes universitários, bem menos da metade do que tem hoje, mais de 20 mil.

4 – Como foi a reação dos jornais impressos à novidade?

R – Os impressos ficaram meio incomodados. Porque eles não tinham o que fazer. O que eles tinham que fazer era estender mais a nossa notícia para o dia seguinte. A gente brincava dizendo que a gente levantava a bola para eles chutarem no dia seguinte.

5 - Eles souberam aproveitar isso?

R – Alguns outros não, porque levaram para o lado da concorrência e acabaram se prejudicando. Eu entendo que, hoje em dia, não existe mais a concorrência na comunicação, não existe o furo. Duas coisas que não existem: a concorrência e a exclusividade, então você é bom ou não é, não tem como competir. Eu tenho visto grandes jornais saírem diariamente impressos com a mesma manchete. O conteúdo é que é o diferencial. Então o que eles tinham que fazer era usar o nosso material e explorar mais como fez, por exemplo, a TV Globo aqui.

6 – O sítio passou a ser usado como fonte, rádio escuta da cidade?

R – Passamos a ser usados como fonte, exatamente. E a gente gostava. Desenvolvemos parcerias também com os jornais da capital o Campo Grande News, o Mídia Max, que passaram a usar nosso material e a gente também usava o material deles, eles pegavam a gente como fonte e nós pegávamos o material deles da Capital, a internet permite isso.

7 - **O conteúdo era todo próprio?**

R – Todo próprio, começou com todo próprio, porque começou com pouca coisa, pois só tínhamos dois jornalistas. Nós publicávamos 10, 12, 20 notícias no máximo por dia, não tinha essa preocupação de atualização permanente, que tem hoje, de postar notícias com intervalos de três, cinco, sete, 10 minutos.

8 – Como analisa esse processo de ter que postar notícias nesses pequenos intervalos?

R – Não é necessário, tenho certeza, convicção, inclusive, que não precisa esse intervalo tão curto, porque a notícia tem que ser publicada na hora em que ela acontece, ponto. Se ela acontece às 17 horas e um minuto e logo em seguida as 17 horas e três minutos, acontece outra, temos duas notícias. Agora, pode acontecer de a próxima notícia ser às 18 horas, não tem problema, vou divulgar as 18 horas e um minuto. Eu acho que a notícia, o fato, tem de ser informado, em tempo real. O tempo real não determina essa sequência de cinco, sete, 10 minutos para publicar.

9 - Com o surgimento do Dourados News em 2000, vieram outros sítios de web notícias no seu rastro?

R – Vieram. Veio o Dourados Agora, o Dourados Informa, o Agora MS, mais ou menos nessa sequência. Depois pulverizou, veio um monte, inclusive, há cerca de três anos, aconteceu um verdadeiro *boom*, com a explosão de sítios aqui na cidade de Dourados.

10 - A que creditaria esse fenômeno?

R – Eu costumo dizer que em parte, isso acontece, porque as pessoas acham que é fácil fazer jornal na internet, e não é. As pessoas acham que basta ter um

computador, uma linha de internet, um veículo que nem precisa ser um carro, mas que consiga se deslocar rapidamente, um gravador não precisa mais, o celular faz tudo, grava, tira foto, grava vídeo, então você tem essa facilidade toda. Aí, as pessoas tem um amigo na Câmara de Vereadores, na Prefeitura, consegue uma mídia mínima aqui, outra ali, já tem uma base financeira. E mais um agravante que costumo dizer, o pessoal que sai hoje da faculdade de jornalismo que não está com vontade de escrever jornal, está com vontade de transcrever, isso é que é o pior, uma facilidade do CTRL C e CTRL V, hoje. Você pega uma notícia de grande destaque no interior de São Paulo, um policial que morreu com 15 facadas, você põe aqui e o douradense gosta, quer ver. Então, começou a fazer isso, reproduzir notícia dos outros e a criação ficou muito pequena, pulverizou o número de veículos, mas empobreceu a qualidade da informação. Ai, vem o Dournews com essa vontade de resgatar isso, a qualidade da informação. Por isso que eu sou um inconformado da internet, estou sempre querendo buscar alguma coisa, entendendo que temos que dar uma chacoalhada nisso.

11 - Você considera que houve uma queda da qualidade do jornalismo digital em Dourados?

R – Houve sim, sem dúvida, que houve; à medida que pulveriza o número de sítios, essa explosão fez cair a qualidade, ela empobreceu o conteúdo porque ficou muito fácil fazer notícia, pegar notícia dos outros, e esqueceu-se do que acontece aqui. Eu costumo dizer aos estudantes das faculdades, em palestras: olha, a notícia está na sua frente é só você saber enxergar, e a forma de enxergar, é lógico! Esse campo está aberto para isso, para se construir um jornalismo mais maduro, mais capaz, com uma visão mais global, porém com uma preocupação mais local, com o conteúdo da informação.

12 - Essa questão do local e do global seria a saída dos jornais de cidades de médio porte, do interior?

R – Sim, se você souber fazer esse trabalho, sintonizar essa realidade, terá um público fidelizado, porque o dono de uma empresa dá o carro para o funcionário fazer um serviço numa fazenda, mas ele quer saber se o funcionário foi, se chegou bem, se não teve um acidente na estrada. O rádio faz isso, a TV com mais lentidão,

mas a internet é muito rápida, logo você fica sabendo o que acontece na localidade pelos sítios regionais, porque eles devem noticiar principalmente isso.

13 – Você acredita que as potencialidades da plataforma estão sendo utilizadas de forma adequada?

R – Não, não estão sendo bem explorados ainda, não, esses recursos novos. Alguns usam exageradamente o vídeo em detrimento do texto, o áudio muito pouco, aqui no Douranews eu procuro dosar, procuro segmentar, os vídeos que merecem destaque terão o destaque devido, para não ficar aquela coisa pesada só do vídeo. Aqui a gente trabalha bastante os links, hiperlinks, hipertexto, com o intuito de deixar o espaço para o internauta pesquisar, não dar a informação de uma vez, oferecer a oportunidade para ele também navegar literalmente, brincar dentro da página, o jornal oferece as opções de comentários, de opiniões de navegação à vontade.

ANEXO 3 - Entrevista semiaberta, com o responsável pela publicação de conteúdo do Dourados News, jornalista Adriano Moretto de Oliveira - 06.11.2013.

1 – **Como avalia o panorama dos cibermeios de Dourados?**

R – Em relação à quantidade, a gente ver agora um número menor, porque há algum tempo atrás, se multiplicaram. Não deu uma enxugada, mas deu uma estabilizada. Hás três, quatro anos, a gente via aparecer vários sítios por mês, não sei dizer o quantitativo certo, mas era um exagero, muitos, sem produção. A pessoa lançava o sítio e colhia informações locais até de outros sítios, nacionais, internacionais, mas a produção local não existia.

2 – A produção de notícias locais pode ser considerada um dos pontos fortes do Dourados News?

R – A gente tenta focar o máximo, dentro das limitações de equipe que nós temos. Procuramos estar atentos ao que acontece na cidade, principalmente no meio policial, que é o tema mais frequente, que o pessoal mais procura, mas também abordamos outros temas variados, como a questão política, a cidade mesmo. Procuramos não ficar estagnado só num assunto, mas em temas variados, principalmente em temas locais.

3 – Que tratamento, o sítio dá às notícias de fronteira? Há uma preocupação com este tipo de assunto, ou não?

R – Aqui no Dourados News é pouco trabalhada essa parte de fronteira, a não ser assuntos que contenham informações relevantes, especiais, que tenham a ver também com Dourados. Porque até pela questão da preocupação do público de Ponta Porã isso não influencia tanto.

4 - A estrutura do veículo é suficiente para atender toda a demanda de pautas?

R – O maior problema é cobrir alguma coisa fora da cidade. Isso fica meio complicado para a gente, por questões logísticas, e de equipe. Mas em relação a Dourados não tem problema nenhum, a gente tem equipamento fotográfico, computadores, telefone, tudo. Funciona bem.

5 – Com relação às potencialidades do ciberjornalismo, a hipertextualidade, multimidialidade, interatividade memória, etc., como são usadas?

R – Tentamos explorar de acordo com o tema tratado e com o que tem no momento. A gente procura, por exemplo, em algumas pautas de rua, gravar um vídeo com o entrevistado, buscar imagens fora da fotografia para fazer essa interação, procurando informações de arquivos para arejar, informar o contexto, oferecer mais possibilidades ao leitor. Com relação à interatividade, hoje, a gente não trabalha essa parte de forma direta. Por questões políticas da empresa, os comentários não são liberados no final da matéria, optamos em usar a rede social, o facebook para que o leitor possa se manifestar sobre determinada matéria. A própria questão da moderação dos comentários tomava muito tempo da redação, já que não tinha uma pessoa específica, então a gente se reuniu, discutiu e achou melhor focar na produção do que na moderação. No começo muita gente reclamou, por que não tinha mais espaço para comentários, só que em contrapartida, tinha assuntos mais variados do que os comentários, que são importantes, só que as vezes, usados de forma indevida, acabam deixando a gente preso aquilo ali, e gerando outros transtornos.

6 – O Dourados News tem o facebook dele para que o leitor possa se manifestar com relação às matérias publicadas?

R – Tem uma página específica para o leitor se manifestar.

7 – E o leitor (internauta) usa?

R – Alguns usam, sim.

8 – Como funciona a questão do jornalismo colaborativo com o facebook, o sítio usa informações do leitor para atualizar determinada matéria, ou para fazer outra, com novas informações, por exemplo?

R – A gente procura estar sempre atento a isso, porque o sítio é feito para os leitores, precisa deles para tudo. É até interessante essa forma de participação, de interação, porque a gente coloca o leitor como quem está fazendo o sítio para a gente também. Ele está trabalhando com a gente, entre aspas, é quem está ajudando, acontece muito de as pessoas reclamarem do asfalto, de um entulho que

alguém coloca no terreno baldio, mas ele traz coisas, também, interessantes para que a gente possa esclarecer dúvidas que, não são só dele, mas de outras pessoas também.

9 - Como o Dourados News trabalha a questão da origem do conteúdo, a produção própria?

R – Depende muito do dia, mas nos destaques, a gente procura priorizar a notícia local. A gente tem contratos com agências de notícias, procura usar também material de assessoria de imprensa, de Prefeituras, Câmaras de Vereadores, Governo do Estado. Notícias nacionais e internacionais, usamos material dos portais nacionais como UOL e G1, por exemplo, mas dando o crédito, citando a fonte, sempre. Em relação aos veículos da região, como a gente não consegue estar acompanhando tudo, sempre usa matérias deles, mas sempre citando a fonte.

10 – A mídia local online está consolidada em Dourados, ajuda a fortalecer a identidade do douradense?

R – Acredito que ajuda, sim. Porque a partir do momento em que você começa a produzir, a procurar outras formas de mostrar os fatos que acontecem onde você mora, automaticamente, se percebe, as pessoas mais interessadas naquilo que você notícia. Porque são vários os aspectos que você pode estar mostrando, abordando, que não seja a mesma coisa, o tempo todo. A gente ver assim, bastante diferença, pelo menos em relação aos acessos, de assuntos relacionados ao tema local. Procuramos mostrar outros pontos de vista que não eram abordados e é nisso que o público tem demonstrado mais interesse, gostado.

ANEXO 4 - Entrevista semiaberta, com a responsável pela publicação de conteúdo do Dourados Agora, jornalista Maria Lúcia Tollouei - 04.11.2013.

01 – Como o Dourados Agora trata esta questão local-global, no seu noticiário?

R – Quanto mais local for um trabalho, mais a notícia ganha interesse e, dependendo de sua natureza, pode acabar se transformando de interesse nacional, ou mesmo internacional. O próprio nome do sítio já mostra a nossa preocupação com a notícia local, uma prioridade nossa, muito embora a gente tenha notícias nacionais e internacionais e outros tipos também, porque o que a gente quer é um sítio tipicamente que faça com que os leitores locais se identifiquem com ele. Então, a questão local é bem trabalhada por que quanto mais local, mais valor agregado a notícia vai ter, dentro dessa globalidade toda.

02 – Você considera que o sítio se enquadra também num tipo de mídia regional?

R – Eu acho que sim, porque, por exemplo, nós trabalhamos com repórter na redação e na rua, muitas vezes, esse nosso repórter de rua, o *hunter* chega nos locais antes da polícia, dos bombeiros, nos locais do acontecimento, e já vai anunciando em tempo real, e aí, todos os sítios da região repercutem a notícia. Então isso caracteriza uma mídia regional.

03 – Você falou no repórter *hunter*, isso significa que sua estrutura supera o jornalista sentado aquele que não sai da redação?

R – A nossa estrutura compreende cinco jornalistas, três na redação e dois na rua, procurando notícias na cidade. Nós trabalhamos assim há 12 anos e os outros sítios têm a confiança de repercutir o nosso trabalho. Se a gente comete um erro, o que pode acontecer também, eles replicam também, depois para corrigir fica até difícil. Então é isso, os que estão na redação também produzem, porque às vezes, saem da redação para ir caçar notícias, entrevistar, e trazer o material para redigir, complementar a informação na redação.

04 – Em termos de prioridade, a notícia local teria mais espaço, no noticiário?

R – Embora a nossa redação seja bastante enxuta, com cinco, seis pessoas, nós temos muitas notícias estaduais, nacionais e até internacionais, não vou dizer que seja muito menos que as locais, mas as locais são as mais acessadas. A gente tem nosso monitoramento que mostra que, as mais acessadas, em geral são as de polícia, acidentes, escândalos, porque eu acho que o povo se identifica com esse tipo de notícia, porque está vivendo isso, o tempo todo.

05 – Dourados tem essa questão peculiar de proximidade com a fronteira, o Dourados Agora prioriza esse tipo de notícia?

R – Antigamente, até que havia essa preocupação, tudo era na fronteira, o contrabando, o tráfico de pessoas, drogas, as matanças; mas só que o problema é que Dourados é uma cidade que tem como característica ser mais violenta do que a própria fronteira. Eu me lembro que há cerca de 30 anos atrás, existiam grupos de extermínio e, teve um abril que houve umas 30 mortes em Dourados, queima de arquivos. Agora, a coisa diminuiu um pouco, mas existe de outras maneiras, porque Dourados é uma cidade violenta, é um corredor, as pessoas saem da fronteira passam por Dourados para ir para outro lugar. É difícil a gente falar que prioriza a fronteira, porque Dourados é mais violenta que a fronteira. Na realidade, acaba sendo Dourados mais priorizada que qualquer fronteira, por ser uma cidade rica, que atrai todo mundo, inclusive, os golpistas; o que tem de golpe aqui é muito sério; então, por Dourados ser uma cidade rica, a região está convergindo para cá. O Paraná está vindo, outros estados estão vindo para Dourados, que é uma cidade universitária, referência em saúde e educação, e a gente paga o preço pelo progresso.

06 – Em relação à produção de conteúdo, que percentual mensuraria a produção própria?

R - Eu acho que fica, mais ou menos, entre um a dois terços. Por exemplo, na época em que a Polícia Federal deflagrou as operações Uragano, Brothers, e outras, em 2010, quando foram presos o então prefeito Ari Artuzi e o vice-prefeito Carlinhos Cantor, secretários, vereadores, nós demos às 6h30, em primeira mão. Durante um ano, a gente dava tudo em primeira mão, a gente pegava os processos, esmiunçava

o processo inteiro, então, dava vários blocos de notícias, tanto no impresso (jornal O Progresso), como no Dourados Agora, então, eram novidades de minuto a minuto. Mas tem um detalhe que precisa ser observado, as notícias que são destaques no sítio são, todas, produção própria, nós procuramos priorizar a nossa produção própria e as notícias locais, na primeira página.

07 – Na primeira amostra coletada pela pesquisa, em outubro de 2012, foi observado que mais de 50% das matérias publicadas pelo sítio eram nacionais, como explica essa tendência?

R – A gente procura noticiar em termos nacionais, apenas de sítios oficiais como Agência Brasil, Câmara Federal, Senado, e as do interesse público mesmo, porque o leitor que entra no Dourados Agora para saber de Dourados e região, ao ver uma notícia nacional, não vai precisar procurar outro sítio para ver aquela notícia, é uma forma de mantê-lo no nosso sítio, navegando aqui mesmo.

08 – E sobre o uso de material de outros sítios, a questão autoral, como é trabalhada pelo sítio?

R - No princípio, nós usávamos muitas coisas de outros sítios não oficiais, mas isso começou a causar problemas, por exemplo, direitos autorais, embora nós déssemos o crédito; tanto é que algumas questões que surgiram acabaram em nada, mas em função disso, passamos a usar só notícias de sítios oficiais como agência Câmara, agência Senado, Agência Brasil. É claro que tem sítios daqui e da capital que a gente tem parceria, que possibilitam a troca de material porque, por exemplo, tem uma coisa acontecendo no norte do estado e a gente não pode ir lá, mas precisa de uma foto, de confirmar uma informação, então a gente usa o material deles. Nós temos parceria com a TV Morena, com a TV Record, então a gente tem critérios para usar material que não seja o nosso. Hoje, tem as redes sociais, então, se você posta uma notícia que não é segura, uma inverdade, uma notícia errada, na hora, eles põem na rede, te incriminam, acabam com a tua reputação, porque tudo que você fez no ano todo, por uma coisinha que se descuidou, você dança. Por isso a gente sempre toma muito cuidado.

09 – Como avalia o panorama do ciberjornalismo de Dourados?

R – Dourados já teve mais sítios, toda hora aparecia um novo, agora tem menos, porque muitos não tinham como se sustentar e desapareceram. Em termos de produção, por exemplo, tem dois sítios em Dourados que disputam a audiência, nós e o Dourados News, mas ou outros vivem à sombra. A mídia de Dourados é muito dependente do poder público que é seu maior anunciante, mas hoje em dia, o poder público está mais criterioso, não fornece verba para qualquer um, por isso que diminuiu o número de sítios, mas ano que vem, ano de eleição eles devem aumentar de novo. Então o que acontece é isso, os sítios maiores tem mais capacidade de aguentar, por exemplo, um tempo maior sem recursos do poder público, porque vai atrás da iniciativa privada, mas os menores não têm como resistir, por isso acabam fechando. Há também o processo de seletividade natural do mercado, aqueles que trabalham que cumprem seu papel, conseguem sobreviver, outros não.

10 – As características do ciberjornalismo, possibilitadas pela internet, como a hipertextualidade, multimiadialidade, interatividade são usadas pelo Dourados Agora?

R – O que nos preocupa quando colocamos uma notícia no ar é prender o leitor, quanto mais tempo ele ficar no sítio melhor, mas a gente não está fazendo isso ainda não, nenhum sitio do estado faz. Nós aprendemos na faculdade, que deve ser feito, mas infelizmente, ainda não fazemos como deveria ser feito, porque a pressa é tanta para colocar a notícia no ar e tem tanta demanda e pouca gente para fazer, que a gente procura, primeiro, colocar a notícia no ar, oferecer mais alguma informação. A gente até posta um vídeo, mas não é em todas, e tem também as notícias que são de fora, que dificulta também.

11 – E, em termos de futuro, como avalia o ciberjornalismo?

R – A internet é o futuro mesmo, porque muitos já estão até migrando mesmo, os impressos, as revistas, tudo para o ambiente web. Por causa da internet tem muito mais pessoas lendo, não quer dizer que essa leitura seja de qualidade, mas as pessoas estão lendo mais, seja no twitter, no facebook, entretanto, a internet ainda vai ter muito mais a oferecer, eu vejo assim. Daqui a alguns anos, esse novos aplicativos que estão sendo lançados como os smartphone, relógios, isso vai

transformar a maneira como a pessoa consome informação. Eu não sei como, mas eu vejo que a internet ainda vai propiciar bastante coisa. Alguns anos atrás, por exemplo, o leitor lia o jornal e não tinha a menor ideia sobre a origem da notícia, hoje, ele já sabe quando se trata de um CTRL C CTRL V, porque, hoje, as pessoas de 60, 70 anos, tem um Facebook, o que há pouco tempo era inimaginável. Por isso, acho que a internet ainda vai ser o grande trunfo do jornalismo por muito tempo. Você assiste um programa de televisão, está ali, comentando, através do Twitter, ou do Facebook.

12 – Como percebe a questão da relação tempo espaço na internet?

R - A internet também veio promover uma ruptura na relação tempo espaço, eu considero que ela é a quarta dimensão do espaço público, porque no impresso, você tem a preocupação com o espaço e a internet não tem esse fator complicador, no online, tem lugar para tudo. As pessoas falam: olha, eu tenho um artigo de 10 mil caracteres, no impresso, eu só tinha espaço para 4.500. Embora no texto da internet, a gente use aqui, ainda, a pirâmide invertida, mas sem preocupação de cortar, porque, na verdade, a gente vai oferecer mais informações para o leitor, isso é possível pela facilidade que a internet oferece.

13 – Como o sítio trata a questão do jornalismo colaborativo, o leitor tem vez nesse processo de elaboração da notícia?

R – É mais uma possibilidade oferecida pela internet, a colaboração do leitor com informações novas sobre um determinado assunto, quando ele se torna coparticipe do processo de produção, ajuda a escrever a história, a notícia, e a pessoa quando se ver no sitio, percebe que o comentário dele foi utilizado, se sente importante, procura pesquisar mais, para oferecer mais contribuição. Isso fideliza também o leitor, acrescenta, isso é importante nesse jornalismo colaborativo, o jornalista é apenas um facilitador. Os comentários são postados, com exceção dos ofensivos. Ele é representado, se aborrecem quando o comentário não sai.

ANEXO 5 - Entrevista semiaberta, com o responsável pela publicação de conteúdo do Diário MS Online, jornalista Alfredo Barbara Neto - 04.11.2013.

01 – Como avalia o panorama do ciberjornalismo em Dourados?

R – Aqui em Dourados, a gente tem algumas peculiaridades, por exemplo, a grande quantidade de sítios, tanto de notícias quanto de festas, todo mundo acha que pode criar um sítio de notícia, esse é um ponto, que chama atenção. O outro ponto é o curso de jornalismo da UNIGRAN, que eu acho que está diretamente ligado com a mídia impressa e a televisão, acho que houve ai, uma ruptura, até a formação da primeira turma e depois da formação da primeira turma, porque o mercado absorveu muita gente, aqui mesmo na redação do Diário MS, tenho sete profissionais, que se formaram no curso de jornalismo da UNIGRAN, então, isso significa uma mudança muito grande com quem exercia o jornalismo até então. A mesma coisa a gente percebe que acontece nas emissoras de televisão e nos sítios de notícias. Então, isso posto, a gente percebe que as pessoas que estão fazendo jornalismo em Dourados agora e, mais especificamente o de internet, vem com uma formação acadêmica, e dentro da formação de cada um, da competência e da capacidade de cada um, vão exercendo seu trabalho, evidentemente, uns melhores e outros piores do que os outros. Mas a maioria procura fazer um trabalho bem feito, seguindo muito do que aprendeu na academia, buscando fazer textos mais enxutos, mas objetivos, tem um mercado e tem pessoas interessantes trabalhando, eu só acho que tem um exagero de sítios.

02 – Como o Diário MS trabalha as notícias locais, que espaço é destinado a este tipo de informação?

R – Se pudesse seria 100%. Ainda que o sítio esteja numa rede mundial que qualquer pessoa pode acessar, em qualquer canto, mas o online do Diário MS existe com o mesmo propósito da versão impressa, de valorizar e de dar espaço para um noticiário local, para o que acontece na rua, no bairro, na cidade, na região, no estado, este é o primeiro propósito. Evidentemente, a gente precisa dá espaço para outras informações como o noticiário esportivo, por exemplo, além do Brasileirão, nós procuramos informar sobre o campeonato do bairro também de Dourados que mobiliza aquela população que quer se ver no jornal, claro que o espaço não será o mesmo, mas terá a mesma visibilidade, então a nossa prioridade é essa. Mas você

tem que abrir espaço para outras coisas, por exemplo, num mundo que se vive hoje, tão *big brother*, todo mundo fiscalizando, sabendo da vida de todo mundo, você tem que dá notícia das tais personalidades, as instantâneas e as constantes, mas a prioridade é o noticiário local.

03 – Dentro desse mundo globalizado, interconectado, como o sítio trataria a questão do local-global?

R – O nosso sitio é feito para quem está no nosso entorno e, imagino também que a grande maioria das pessoas que acessa está nesse entorno, inclusive, para gente daqui de Dourados, de Mato Grosso do Sul, que mora no exterior e quer saber notícia da sua terra. Me parece que isso seria um exemplo dessa relação local-global, essa pessoa que acessa o sitio para ter estas notícias, e também não vejo necessidade de abrir espaço para a bisbilhotice que os Estados Unidos estão fazendo em outros países. Essa questão, já está em todo noticiário, em todo canto, mas um douradense que mora em Madrid, por exemplo, certamente quer saber como foi à festa junina este ano, quem participou dela, se tinha muita gente, quer informações a respeito do evento que conhece bem, já viveu esse momento, que agora está longe, mas está ligada ao seu local de origem.

04 – Que prioridade tem a notícia de fronteira no Diário MS?

R – É a chamada notícia local, estadual e até internacional, porque transpõe a fronteira geográfica, então, interessa para o leitor daqui de Dourados ficar sabendo, mas também o leitor de Ponta Porã, o leitor de Campo Grande, o leitor lá de Mundo Novo, de Porto Murtinho. Mas é tratada com uma notícia local.

05 – O sitio utiliza, ou vai utilizar as potencialidades oferecidas pela internet?

R – Esse novo sítio do Diário MS online que a gente vai colocar no ar até o final de novembro, está sendo trabalhado pelo menos no projeto, não sei se vai acontecer na prática, terá como forte a interatividade. Hoje, em dia todo mundo tem um celular que filma, que grava, que fotografa que faz e acontece. Uma pessoa que está lá em Aral Moreira vai presenciar um acidente, um fato, enfim, que possa virar notícia e quer mandar uma foto, ou um vídeo, vai poder mandar com algumas informações sobre o corrido, que o repórter na redação vai transformar o texto jornalístico, ou apurar mais informações, se for o caso, e postar. Eu não vou colocar no ar direto o

material enviado, vai ter que passar pela redação, até pela qualidade de texto, português, essa coisa toda, não ter ataques, porque a pessoa que usa a internet parece que fica dona do mundo. Então a gente vai fazer dessa forma, mas com a interatividade, o objetivo é ter objetividade, em receber e em passar a informação, a notícia, o fato e, isso, evidentemente, amplia o leque de acessos e a gente acaba noticiando tudo que está acontecendo no estado. É o jornalismo colaborativo que nós queremos implantar para agregar valor ao sitio, fidelizar o leitor e atrair mais leitores internautas.

06 – A questão da memória, você pretende também explorar, o antigo sítio não tinha muito?

R – Eu não tenho isso?

07 – Tem, mas não é tanta. Eu procurava uma matéria naquela lista de notícias do mesmo dia e, muitas vezes, não encontrava, no fim do dia, por exemplo.

R – É mesmo (pausa, pensando...)? Olha, eu não me atentei, por que eu vejo as matérias todas ai, mas se não estiver funcionando direito, nós vamos providenciar para a nova versão ter tudo direitinho.

08 – Na entrevista com o Clóvis de Oliveira sobre o Douranews, ele também não tinha memória e não percebia, corrigiu o problema a partir da nossa entrevista.

R – Eu não me atentei para isso por um motivo muito simples, no meu entendimento, as matérias estão todas lá. Mas é uma coisa que vou me informar e corrigir também, se for o caso, porque as matérias têm que estar lá, sim, à disposição do leitor.

09 – Com relação à estrutura da nova versão online como vai funcionar, terá uma cobertura mais abrangente?

R - Inicialmente quero trabalhar com três jornalistas formados e dois estagiários do curso de jornalismo da UNIGRAN. Todos terão computadores, telefone, e outros equipamentos necessários para o bom funcionamento de uma redação. Estamos adequando uma sala grande para comportar uma estrutura capaz de atender as demandas noticiosas da cidade, com todo conformo necessário para os profissionais

trabalharem. Nós teremos condições oferecer uma produção própria, principalmente as notícias locais, que sempre foi e será nosso ponto forte, pois vamos explorar muito a interatividade, a colaboração do leitor internauta.

10 - Como vê o ciberjornalismo em termos de futuro, já que também é proprietário de um jornal impresso, como avalia o horizonte para o jornalismo?

R – Sempre que possível eu participo de eventos nacionais e até internacionais envolvendo principalmente a mídia impressa, justamente, olhando para esse futuro, o que vai acontecer, e não ouvi, em nenhum desses encontros, num horizonte de 30, 40 anos, sobre o fim do impresso. Nesse momento atual, o meu propósito é fazer bem o jornal impresso e, paralelamente, acompanhar a evolução das mídias e isso envolve a internet. Por isso, estamos investindo nesse projeto do online para torná-lo um jornal tão forte como o impresso, porque essa garotada que está ai e as outras gerações que estão vindo não estão acostumados com o impresso, estão plugados só nos seus aparelhinhos, no seu celular, no seu tablete, na sua conectividade, então, a gente tem que olhar para esse mercado, que também é um mercado consumidor.

11 - Como avalia a qualidade do ciberjornalismo produzido em Dourados?

R – Eu considero de média qualidade, porque primeiro, todo mundo que monta seu sitio acha que é o mais importante da face da terra, não é da cidade, isso é um primeiro ponto que você precisa considerar, porque tem como medir os acessos e não se pode se deixar levar pelas falácias. O segundo ponto, eu acho que tem muita cópia. A notícia que está num sítio, normalmente será encontrada nos outros, e com um agravante, se a postagem original tiver um erro no título, por exemplo, ele será replicado, por se tratar de um autêntico CTRL C/ CTRL V. Por isso, falo que a qualidade é média. Mas tem uma coisa que considero muito positiva que é a produção local apresentada por alguns deles. São poucos, mas há essa preocupação, e isso é percebido naqueles que tem uma estrutura capaz de produzir este noticiário voltado para as questões locais, regionais de interesse da população. Mas tem muitos sítios de uma pessoa só. Esse não tem condições de ter uma produção própria de qualidade. Há uma tendência da mídia do nosso estado ser voltada para essa questão local, isso, claro, configura nitidamente uma mídia regional, sim, ela tem essa característica muito forte.

12 - Mas a internet é uma coisa sem volta?

R - Eu acho que com o tempo, o que vai acontecer em relação ao online é que, se as empresas que tem online precisam acompanhar o desenvolvimento, o crescimento tecnológico, e principalmente investir na qualidade do ser humano, para ter profissional gabaritado. Essa mídia eletrônica não tem mais volta, não sei se ela é forte o suficiente para ser o divisor, mas, fundamentalmente tem que fazer investimento no material humano, ampliar o raio de ação para agregar leitores, internautas. Nós estamos vivendo aquele momento de transição, de quando surgiu o rádio, a televisão, então, é prematuro se antever, a gente tem que se preparar para o que vem. Em termos de linguagem, de narrativa, ainda está modulando. Se fala tanto em texto curto na internet, mas o que se vê nos grandes portais, por exemplo são matérias longas, aprofundadas. Agora, no interior, eu acho que tem que ter texto curto sim, com pequenos parágrafos, porque o acidente na esquina ainda é notícia, mas essa matéria não precisa ser grande, porque é informação rápida. Na academia, a gente vê uma coisa, mas na prática, acaba vendo outra, ou seja, a coisa ainda está se definindo. Entretanto, essa mídia online tem um papel fundamental na localidade, porque o morador da Cachoeirinha, por exemplo, acessa o sitio para saber se o buraco da rua dele vai ser tapado e quando isso vai ocorrer, porque ele quer a solução para aquele problema e o papel dessa mídia é informar isso, ela tem esse compromisso com o cidadão. O cidadão vive na cidade, não é no estado, no país, mas na cidade, no bairro, na rua, então ele quer saber do seu entorno e a gente precisa oferecer o que ele quer saber até para ele tomar uma decisão, para programar a vida dele, precisa saber o que acontece no seu cotidiano. Quanto mais tiver informação, melhor será o papel dessa mídia de proximidade, ajudar a construir o futuro daquela pessoa. O espaço para esse noticiário sempre vai existir, porque sempre vai ter receptor para ela.

13 – O fato de a verba pública ter um percentual maior que a verba publicitária oriunda do setor privado pode causar alguma dependência da mídia local?

R - Depende do empresário proprietário do veículo, mas eu posso afirmar com segurança que o poder público, em Mato Grosso do Sul é o maior cliente de todos os veículos de comunicação, desde o jornal, o rádio, a televisão até os sítios, que nem precisa ser de notícias, até os de eventos. Quando falo todos, quero dizer

exatamente isso, desde um sitio de festas ali na esquina, até as emissoras de televisão. Há uma dependência sim, com relação à verba pública. Mas isso vai interferir na informação só se o empresário deixar, porque isso precisa ficar muito claro na hora da negociação do contrato. O empresário precisa definir a situação claramente, noticia é uma coisa e a verba publicitária é outra. Eu não posso deixar de fazer uma matéria sobre buracos na rua, só porque a prefeitura é minha cliente. Quando eu mostro o buraco na rua, estou prestando dois serviços, um ao cidadão que usa o meio para reivindicar uma solução para o problema, e o outro, de estar informando à própria prefeitura para tomar medidas a fim de solucionar aquele problema que afeta a população usuária daquele espaço público. Então, quando mostro, estou contribuindo com ela para enxergar o problema da cidade, que pode ser também uma falta de médico no posto de saúde, etc. A mídia tem um papel social e a gente não pode esquecer, disso, mas, de uma forma geral, a nossa mídia ainda engatinha no estado, nessa relação, ainda precisa avançar.

ANEXO 6 - Entrevista semiaberta, com o responsável pela publicação de conteúdo da Folha de Dourados, jornalista José Henrique Marques - 06.11.2013.

1 – Que lugar a Folha de Dourados ocupa na história da mídia de Dourados?

R – A Folha de Dourados foi criada em 8 de março de 1968, pelo jornalista já falecido, Teodorico Luiz Viegas. Ele era editor do jornal O Progresso. Era um jornalista contestador, com ideias e pensamento próprios, não era uma pessoa "Maria vai com as outras", então, ele entendeu que em O Progresso não poderia publicar, dar vazão aquilo que sentia, como ser humano, como jornalista, então, ele criou a Folha de Dourados, que na verdade, veio ser uma dissidência de O Progresso. Com a Folha, ele implantou na cidade, um contraponto no jornalismo de Dourados. Porque se O Progresso tem uma história, uma trajetória de um jornal mais ligado às elites, as classes mais abastadas, a Folha de Dourados atendeu o grande público, o povão. Ai, cresceu, ganhou força política. A Folha foi o primeiro jornal diário de Dourados, depois, que o Progresso, que era semanal, virou jornal diário também. Então, na história da imprensa de Dourados, criou-se esse contraponto, enquanto um jornal se preocupava mais em dar vazão ao noticiário de empresas, do Exército, do Judiciário, a Folha passou a fazer um jornalismo mais popular. E ganhou mercado por causa disso aí.

2 - Em termos de tiragem chegou a ameaçar O Progresso?

R – Não, competia, pau a pau, era tudo um "clichezão", mas competia. Embora o Teodorico fosse um cara avançado, nas ideias, para a época dele, não acompanhou a tendência do mercado e a família dona do jornal O Progresso, a família Amaral Torres é muito abastada, muita rica e, nessa competição, num primeiro momento a Folha passou O Progresso porque ficou diário, mas depois O Progresso empatou o jogo e foi embora, porque tinha mais cacife financeiro. Ai, a Folha de Dourados decaiu, o Teodorico envelheceu, os contatos, amigos que o ajudavam nessa tarefa também envelheceram, desapareceram, e o jornal foi ao declínio. E no começo da década de 2.000, em 2001, parou de circular.

3 – Foi quando você adquiriu a Folha de Dourados?

R – Em 2004, eu era o secretário de comunicação da Prefeitura de Dourados, tinha amizade com o Teodorico e, numa conversa, ele me ofereceu em venda o jornal. E eu me interessei, porque esse negócio de cargo político é coisa passageira, e pensando mais na frente, comprei o nome, os arquivos, uma impressora jurássica. Em 2007, saio da prefeitura e passo a tocar a Folha de Dourados como semanário com uma tiragem em torno de 3 mil exemplares. Eu levei esse projeto impresso adiante, até o final de 2012, quando tive que me render à realidade. Porque a imprensa de papel tende a desaparecer, um exemplo, dessa tendência é que na última década nos Estados Unidos desapareceram 1.500 jornais impressos, desses, algumas dezenas viraram virtual, o resto desapareceu mesmo. Tem a Newsweek, aquela revista grande, também virou virtual, JB desapareceu no Rio de Janeiro, virou virtual, Jornal da Tarde de São Paulo. Então, conversando com alguns companheiros da imprensa nacional que a gente conhece pela FENAJ, vi que ia perder o bonde da história, e como não tenho muitas posses financeiras, se não migrasse para o virtual poderia complicar, então, eu tinha que fazer a opção. Acho que isso é uma tendência, os jornais medianos, tipo O Progresso, Diário MS não devem durar mais de dez anos. Devem ficar só os grandes jornais como a Folha de São Paulo, O Globo, Estadão. Mas depois de 20 anos devem desparecer também.

4 – Então a tendência é mesmo a internet, a mídia online?

R – Não tem jeito, você tem que se render a esta realidade.

5 – Como avalia o panorama da mídia online de Dourados?

R – A mídia online por ser uma mídia nova, ainda não há muita certeza, o que vejo é que tem muito lixo na internet. A internet é uma boa fonte de pauta, porque na verdade a internet é uma rádio transcrita, então tem muito lixo, mas é uma puta de uma fonte de notícia, tanta matéria você faz, redige, você começa a pauta pela internet. Mas ninguém ainda conseguiu achar um jeito foi ganhar dinheiro com esse jornal feito na internet. Não tem nenhum sítio, o cara vive no limite

6 – Por que?

R – Porque o empresariado ainda não percebeu a força da internet, ainda mais aqui em Dourados. Já falei muitas vezes para eles aqui na Associação Comercial que não adianta só capacitar o trabalhador, tem que capacitar também o próprio empresariado, porque a grande maioria dos empresários de Dourados é composta por pessoas que vieram de municípios pequenos próximos daqui como Caarapó, Itaporã, Amambaí, o cara ficou rico lá, não tinha como expandir o negócio e veio para cá, a cidade maior com mais oportunidades de negócio. Isso é natural, só que veio com aquela cabeça provinciana, o empresário aqui em Dourados valoriza o puxa saco, é verdade; não valoriza a qualidade, a dimensão, a função social do veículo. Então o jornalismo virtual aqui em Dourados não é ainda tão reconhecido pelo empresariado.

7 – E como se explica essa grande quantidade de sítios na cidade?

R – Olha, quando surgiram os sítios na Europa, nos Estados Unidos, foi aquele monte, mas aí, o mercado foi selecionando. Hoje, eu vejo o seguinte, na democracia, o censor, entre aspas, da imprensa é o mercado, isso pode ser bom, ou ruim. Aqui em Dourados tem muitos sítios, mas tem sítios, que tenho conhecimento, que é de vereador. Vereador tem oito cargos na Câmara para ocupar, ele tem 20 cargos para empregar, ele é vereador e fala, eu vou criar o sítio, e emprega os caras lá. Mas eu acho que isso aí, a tendência à medida que vai qualificando o empresariado, que os quadros vão se renovando, vão sobreviver quem for melhor, é o mercado. E acho que o ministério público tem que ficar atento a esse negócio de sítios que são na verdade cabide de emprego de vereadores, de políticos. Eu não quero nominar aqui, porque depois vai dar problema, mas eu conheço uns seis que fazem parte deste esquema. Não tem nenhuma importância para a imprensa, nada que faz repercute, mas é a custa do dinheiro público e atrapalha quem trabalha.

8 – Como a Folha de Dourados trabalha a lógica do local-global, há uma priorização da notícia local?

R – Aqui na Folha de Dourados, como a gente ainda está numa fase de transição, e tive que demitir toda a redação do impresso, eu procuro fazer do meu jornal uma revista. Tem o nosso material próprio, os nossos colaboradores, dois repórteres que

trabalham comigo, mas a gente entra nos sítios nacionais, G1, UOL, R7 e faz um apanhado daquilo que é interessante para o internauta, então, fica uma revista. É uma maneira de driblar as dificuldades financeiras, o momento que se vive de pequena estrutura, mas eu, por exemplo, gosto de esportes, as pessoas gostam de esporte, polícia, fofoca de celebridades, bizarro, então, é este tipo de noticiário que a gente procura colocar no sítio. Mas temos também uma editoria de política, tanto local quanto nacional, porque tenho que atrair o leitor, então, no dia a dia, eu publico o que ele quer ver.

9 - Que tratamento tem a notícia de fronteira no sítio?

R – Normal, na verdade, eu até evito colocar notícias de promoção da Casa China, tem uma universidade de medicina em Pedro Juan Caballero, os caras mandam relise, mas eu evito colocar, então eu não vou atrapalhar meu negócio aqui em Dourados.

10 – Como é a produção própria, em termos de percentuais do conteúdo publicado?

R – A gente pega matéria dos outros sítios e, quando isso acontece, tem que dá crédito, não pode deixar de fazer isso. Mas a questão da internet ainda está sendo discutida, tem o marco civil que está tramitando na Câmara Federal, essa questão autoral, mas o que se observa é que todo mundo pega de todo mundo, até os grandes pegam uns dos outros, é uma coisa ainda generalizada, que nós estamos usando. É uma coisa nova, que ainda não tem uma identidade definida, nem uma legislação específica. Mas eu acho que, pelo menos aqui, o que for capturado de outro veículo, temos que dá o crédito, até porque, tem a questão da informação errada, que possa dá um problema jurídico, eu preciso ter como me defender. Agora, quanto à produção nossa, tem dia, por exemplo, que quando tenho mais tempo, a gente explora mais pautas próprias, tem os relises, que a gente dá uma mexida, mas, sendo bem sincero, a maioria, a gente acaba utilizando de outras fontes.

11 – Como a Folha de Dourados trabalha as potencialidades, as características que a internet permite?

R – Olha, o meu sítio tem todas estas ferramentas, mas sinceramente tem que ser uma matéria muito especial para a gente usar esse tipo de ferramenta, porque se toda matéria que fizer, for inserir estas ferramentas, vai levar muito tempo, essa é que é a verdade. Quem utiliza mais esses recursos são os grandes portais nacionais, O Globo, a Folha, aqui em Dourados, tem pouca utilização.

12 – Este fato estaria ligado à estrutura enxuta dos sítios de Dourados?

R – Com certeza, sim. Tem que ter investimento, material humano, uma matéria que você vai postar, para usar todas essas ferramentas tem que ter estrutura. Aqui, em Dourados, ninguém faz isso. Agora o que a gente usa muito aqui na Folha é a fotografia.

13 – Por ser ainda um veículo novo, a questão da narrativa ainda não estaria também definida, seria isso também?

R – Eu acho que a linguagem da internet é a linguagem do jornal. Quando surgiu o Dourados News, em 2.000, o primeiro de Dourados, naquela época a gente conversava, qual que era a linguagem, o texto curto; no começo chegou-se à conclusão, que tinha de ser curto, telegráfico, mas depois, ficou provado que não. O jornal virtual é igual ao impresso, você tem editoria de cultura, de política, uma matéria que você faz mais bonitinha, matéria com texto interpretativo. Agora o blog é mais definido, tem o texto mais trabalhado, tem estilo próprio.

14 – E a participação do leitor, no chamado jornalismo colaborativo, é possível na internet?

R – O leitor participa para corrigir a gente, para acrescentar informação, muitas vezes, o cara traz tanta informação nova, que não compensa acrescentar ao texto original. O melhor é fazer outra matéria, suitar aquela matéria originária com a gama de informações que ele te possibilitou. É interessante e rica essa interação que a internet possibilita com o leitor, muito mais forte que com o jornal.

15 - Esta questão da verba publicitária ter origem mais no setor público pode tornar a mídia sem independência?

R - Na Europa, no Japão, nos Estados Unidos, a imprensa é mantida pela iniciativa privada, o que dá mais liberdade de uma opção mais crítica, cobrar mais do setor público. No Brasil, com raríssimas exceções, se é que há exceções, a imprensa depende muito do setor público, se não, ela não sobrevive. E essa dependência com o poder público é muito nocivo para todo mundo, para a sociedade, para o poder público também, que não recebe crítica para corrigir as distorções naturais e para os veículos. Então, nós temos que qualificar nosso empresariado, esse cara tem que abrir a cabeça, tem que parar de olhar para o mundinho deles, e perceber que o jornalismo, antes de tudo é uma função social, não é de bajulador, de promotor de venda deles, isso é o que falta. Se você for olhar aí nos grandes centros, a coisa é complicada, imagine aqui no fim do mundo.

ANEXO 7 - Entrevista realizada, por e-mail com o responsável pela publicação de conteúdo do Agora MS, José Carlos Munarim - 15.01.2014.

1 – Como avalia o panorama da mídia de Dourados?

R - Boa, existem bons profissionais atuando em nossa cidade.

2 – Qual a explicação para a grande quantidade de sítios na cidade?

R - É uma tendência normal que está ocorrendo em todo lugar – internet hoje é uma necessidade em todo segmento, ainda mais na parte jornalística.

3 – Como o jornal Agora MS trabalha a lógica do local-global, há uma priorização da notícia local?

R - Não propriamente uma priorização, mas há uma tendência de se dar destaque às notícias em âmbito local e estadual.

4 - Que tratamento tem a notícia de fronteira no sítio?

R - Não há um tratamento diferenciado, como disse antes, não há priorização de notícias.

5 – Como é a produção própria, em termos de percentuais do conteúdo publicado?

R - No momento, a produção própria não atinge grande porcentagem na nossa grade noticiosa, início de ano é assim mesmo.

6 – Como o Agora MS trabalha as potencialidades, as características que a internet permite, a utilização de links, de comentários dos internautas, vídeos?

R - Não trabalhamos com comentários de internautas, vídeos só alguns são postados, e links temos de vez em quando, utilizado alguns.

7 – Este fato estaria ligado à estrutura enxuta dos sítios de Dourados?

R - Acredito que não.

8 – Por ser a internet, ainda, um veículo novo, a questão da narrativa não estaria definida?

R - Pode ser.

9 – E a participação do leitor, no chamado jornalismo colaborativo, é possível na internet?

R - Se filtrar sim, pois há muita tolice no sentido de interatividade.

10 – Percebi, que ao contrário do outros sítios, a origem das matérias do Agora MS não é da redação, por que?

R - Atualização do sítio independe, se as matérias são, ou não, da redação, trabalhamos com o que acontece e nos chega no momento.

ANEXO 8 – Entrevista realizada, por e-mail, com o responsável pela publicação do conteúdo da Folha de MS, José Roberto Matos e Souza - 15.01.2014.

1 – Como avalia o panorama da mídia online de Dourados?

R - Bom

2 – Qual a explicação para a grande quantidade de sítios na cidade?

R - O grande crescimento da cidade nos últimos anos.

3 – Como a Folha do MS trabalha as notícias locais, há alguma prioridade?

R - Procuramos divulgar os acontecimentos atuais da cidade, priorizando sempre, a história de Dourados.

4 - Que tratamento tem a notícia de fronteira no sítio?

R - Tem preferência na divulgação.

5 – Como é a produção própria, em termos de percentuais do conteúdo publicado?

R - Em torno de 20% (vinte por cento).

6 – Observei que a Folha do MS trabalha as potencialidades, as características que a internet como hiperlinks e até vídeos, mas não identifiquei o uso de outras como memoria, interatividade e instantaneidade. Há alguma explicação?

R - Estamos trabalhando com sistema que atende o nosso mercado.

7 – Este fato estaria ligado à estrutura enxuta dos sítios de Dourados?

R - Sim

8 – Por ser a internet um veículo novo, a questão da narrativa ainda não estaria definida?

R - Sim

9 – E a participação do leitor, no chamado jornalismo colaborativo, é possível na internet?

R - Sim

10 – Percebi que o sítio usa mais produção de origem que não é a redação. Aliás, material de redação quase não existe. Por que isso ocorre?

R - Divulgamos matérias produzidas por agências, e entendemos que produzimos material próprio suficiente para o mercado.

ANEXO 9 – Perfil dos sítios de Dourados

SÍTIO 01

Nome:		**Agora MS**
Razão Social:		Editora Agora MS LTDA. ME.
Proprietários:		Danilo Cordeiro Munarin
Grupo de Mídia:		Editora Agora MS
Jornalistas:	Formados	2
	Não formados	0
Endereço:		Rua Oliveira Marques, 3.582, fundos, Jardim Paulista, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3428-2527; E-mail: agorams@agorams.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Vanderlei Aguiar
Ano da fundação:		2002
Fundador:		Marcos Munarin
Origem da verba publicitária (%):		Não informou
Média mensal de acessos:		300 mil/mês

SÍTIO 02

Nome:		**BBc News**
Razão Social:		Complexo Metrópole de Comunicação
Proprietários:		Karlos Bernardo
Grupo de Mídia:		BBc News
Jornalistas:	Formados	1
	Não formados	1
Endereço:		Rua Ipiranga, 1.700, Dourados.
Contato:		E-mail: redacaobbc@gmail.com
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Karlos Berbardo
Ano da fundação:		2003
Fundador:		Karlos Bernardo
Origem da verba publicitária (%):		Não informou
Média mensal de acessos:		150 mil/mês

SÍTIO 03

Nome:		**Cidade Dourados**
Razão Social:		Marcelo Moreira Lima ME
Proprietários:		Marcelo Moreira Lima
Grupo de Mídia:		Marcelo Moreira Lima ME
Jornalistas:	Formados	0
	Não formados	3
Endereço:		Rua Uirapuru, 1.025, BNH 4º Plano, Dourados.
Contato:		Telefone: (67) 3428-1668/9697-5237; E-mail: redação@cidadedourados.com
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Marcelo Moreira Lima (não é jornalista)
Ano da fundação:		2013
Fundador:		Marcelo Moreira de Lima
Origem da verba publicitária (%):		100% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		900 mil a 1.200/mês

SÍTIO 04

Nome:		**Diário MS**
Razão Social:		Editora Jornalística Fátima LTDA.
Proprietários:		Alfredo Barbara Neto e Renata Helena Elias Barbara
Grupo de Mídia:		Diário MS
Jornalistas:	Formados	1
	Não formados	1
Endereço:		Avenida Joaquim Teixeira Alves, 2.446, Centro, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3416-6333; E-mail: online@diarioms.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Alfredo Barbara Neto
Ano da fundação:		2005
Fundador:		Vitoriano Carbonera Cales
Origem da verba publicitária (%):		70% do setor público e 30% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		170 mil/mês

SÍTIO 05

Nome:		**Dourados Agora**
Razão Social:		Blanche Maria Torres ME.
Proprietários:		Blanche Maria Torres
Grupo de Mídia:		Jornal O Progresso
Jornalistas:	Formados	4
	Não formados	0
Endereço:		Avenida Presidente Vargas, 447, Centro, Dourados.
Contato:		Telefone: (67) 3032-0555: E-mail: redação@douradosagora.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Maria Lúcia Tollouei
Ano da fundação:		2002
Fundador:		Blanche Maria Torres
Origem da verba publicitária (%):		70% do setor público e 30% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		500 mil/mês

SÍTIO 06

Nome:		**Dourados Informa**
Razão Social:		Empresa Jornalística Gabiatti LTDA. ME.
Proprietários:		Nelso Gabiatti e Cristhien Rick Gabiatti
Grupo de Mídia:		Empresa Jornalística Gabiatti LTDA. ME.
Jornalistas:	Formados	1
	Não formados	3
Endereço:		Avenida Marcelino Pires, 5.295, S-1, Centro, Dourados.
Contato:		Telefone (67) 3424-6565; E-mail: cristhien.gabiatti@gmail.com
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Nelso Gabiatti
Ano da fundação:		2006
Fundador:		Nelso Gabiatti
Origem da verba publicitária (%):		50% do setor público e 50% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		26 mil/mês

SÍTIO 06

SÍTIO 07

Nome:		**Dourados News**
Razão Social:		Editora Jornalística Fátima LTDA.
Proprietários:		Andreia Medeiros Rodrigues
Grupo de Mídia:		Dourados News
Jornalistas:	Formados	4
	Não formados	1
Endereço:		Rua Hilda Bergo Duarte, 462, 2º andar, S-1, Centro, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3423-5060; E-mail: jornaldouradosnews@hotmail.com
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Adriano Moretto de Oliveira
Ano da fundação:		2000
Fundador:		Primo Fioravante Vicente e Clóvis de Oliveira
Origem da verba publicitária (%):		Não informou
Média mensal de acessos:		2,4 milhões/mês

SÍTIO 08

Nome:		**Douranews**
Razão Social:		Empresa Douradense de Comunicação
Proprietários:		Adriana Bertoleti
Grupo de Mídia:		Empresa Douradense de Comunicação
Jornalistas:	Formados	0
	Não formados	2
Endereço:		Avenida Floriano Peixoto, 343, Jardim América, Dourados.
Contato:		Telefone: (67) 3422-3014; E-mail: douranews@douranews.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Clóvis de Oliveira
Ano da fundação:		2010
Fundador:		Clóvis de Oliveira
Origem da verba publicitária (%):		40% do setor público e 60% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		320 mil/mês

SÍTIO 09

Nome:		**Estado Notícias**
Razão Social:		João Pires de Almeida Júnior – ME
Proprietários:		João Pires de Almeida Júnior
Grupo de Mídia:		Estado Notícias
Jornalistas:	Formados	1
	Não formados	0
Endereço:		Rua Floriano Peixoto, 800, Jardim América, Dourados
Contato:		Telefone (67) 8408-1777; E-mail: joaopires@hotmail.com
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		João Pires de Almeida
Ano da fundação:		2010
Fundador:		Clóvis de Oliveira
Origem da verba publicitária (%):		80% setor público e 20% iniciativa privada.
Média mensal de acessos:		Não informou

SÍTIO 10

Nome:		**Folha de Dourados**
Razão Social:		Jornal Folha de Dourados LTDA.
Proprietários:		José Henrique Marques
Grupo de Mídia:		Jornal Folha de Dourados
Jornalistas:	Formados	2
	Não formados	3
Endereço:		Rua Oliveira Marques, 2.640, Centro, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3032-6674 E-mail:
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		José Henrique
Ano da fundação:		1968, o impresso; em 2007 cria versão online
Fundador:		Theodorico Luiz Viegas
Origem da verba publicitária (%):		60% do setor privado e 40% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		30 mil/mês

SÍTIO 11

Nome:		**Folha do MS**
Razão Social:		Souza&Oliveira LTDA.
Proprietários:		José Roberto Mattos e Souza e Gislene Agda Machado de Oliveira
Grupo de Mídia:		Folha do MS
Jornalistas:	Formados	1
	Não formados	2
Endereço:		Rua Ciro Melo, 1.480, Centro, Dourados.
Contato:		Telefone: (67) 3423-5715; E-mail: folhadoms@gmail.com
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Cérgio Ferraz
Ano da fundação:		2007
Fundador:		José Roberto Mattos Souza
Origem da verba publicitária (%):		40% do setor público e 60% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		70 mil/mês

SÍTIO 12

Nome:		**Gazeta MS**
Razão Social:		Magnicat Edição de Jornal na Internet e Com. de Artigos Esportivos LTDA/ME.
Proprietários:		Júlio César dos Santos
Grupo de Mídia:		**Gazeta MS**
Jornalistas:	Formados	2
	Não formados	2
Endereço:		Rua Dr. Camilo Hermelindo. da Silva, 441. Jardim Caramuru, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3021-0035
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Rogério Vidmantas
Ano da fundação:		2008
Fundador:		Mauro Cruz
Origem verba publicitária em (%):		70% do setor público e 30% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		120 mil/mês

SÍTIO 13

Nome:		**Midiaflex**
Razão Social:		N. S. Coelho – ME
Proprietários:		Nicanor Coelho
Grupo de Mídia:		Midiaflex
Jornalistas:	Formados	3
	Não formados	0
Endereço:		Rua Hilda Bergo Duarte, 442, S-1, Centro, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3021-1010; E-mail: nicanorcoelho@gmail.com
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Nicanor Coelho
Ano da fundação:		2010
Fundador:		Nicanor Coelho
Origem da verba publicitária (%):		70% do setor público e 30% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		3 mil/mês

SÍTIO 14

Nome:		**MS JÁ**
Razão Social:		Antonio Albres Viegas – Eireli
Proprietários:		Antônio Albres Viegas
Grupo de Mídia:		MS JÁ
Jornalistas:		4
	Não formados	2
Endereço:		Rua Ponta Porã, 2.900, Vila Planalto, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3421-8797; E-mail: viegas2012@yahoo.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Antônio Alves Viegas
Ano da fundação:		2011
Fundador:		Marco Antônio dos Santos Barros
Origem da verba publicitária (%):		Não informou
Média mensal de acessos:		21 mil/mês

SÍTIO 15

Nome:		**MS TOTAL**
Razão Social:		Não informou
Proprietários:		Thiago do Lago Prieto Gonçalves Resende
Grupo de Mídia:		MS Total
Jornalistas:	Formados	Não informado
	Não formados	Não informado
Endereço:		Rua João Rosa Goes, 1.100, Vila Progresso, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3421-0704: E-mail: editorchefe@mstotal.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Kauhê do Lago Prieto Correia
Ano da fundação:		2009
Fundador:		Kauhê do Lago Prieto Correia
Origem da verba publicitária (%):		70% do setor público e 30% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		47 mil/mês

SÍTIO 16

Nome:		**O Progresso**
Razão Social:		Editora Jornal O Progresso
Proprietários:		Adiles do Amaral Torres, Blanche Maria Torres e June Torres
Grupo de Mídia:		Jornal O Progresso
Jornalistas:	Formados	6
	Não formados	7
Endereço:		Avenida Presidente Vargas, 447, Centro, Dourados
Contato:		Telefone: (67) 3416-2600; E-mail: progresso@oprogresso.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Blanche Maria Torres
Ano da fundação:		1951, online a partir de 2011
Fundador:		Weimar Torres Gonçalves
Origem da verba publicitária (%):		Não informou
Média mensal de acessos:		Não informou

SÍTIO 17

Nome:		**Patrulha da Cidade**
Razão Social:		Patrulha da Cidade Agência de Notícias Ltda – ME
Proprietários:		Caio Fábio Cardoso Ribeiro, Osvaldo Duarte Ramos Maria do Leite Moraes
Grupo de Mídia:		Patrulha da Cidade
Jornalistas:	Formados	2
	Não formados	0
Endereço:		Avenida Marcelino Pires, 3.763, S-4, Centro, Dourados.
Contato:		Telefone: (67) 3021-2299; E-mail: comercial@patrulhadacidade.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Osvaldo Duarte Ramos
Ano da fundação:		2011
Fundador:		Osvaldo Duarte Ramos, Maria do Leite Moraes
Origem da verba publicitária (%):		65% do setor público e 35% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		400 mil/mês

SÍTIO 18

Nome:		**REPORTER MS**
Razão Social:		Empresa Jornalística Repórter MS LTD. ME
Proprietários:		Fátima Lopes Ali Alves
Grupo de Mídia:		Repórter MS
Jornalistas:	Formados	0
	Não formados	2
Endereço:		Rua Joaquim Teixeira Alves, 1.985, Centro, Dourados
Contato:		Telefone (67) 3425-5347; E-mail: edilson@reporterms.com.br
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Edilson José Alves
Ano da fundação:		2003
Fundador:		Edilson José Alves e Fátima Lopes Ali Alves
Origem da verba publicitária (%):		35% do setor público e 65% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		45 mil/mês

SÍTIO 19

Nome:		**EXPORTIVA DO MS**
Razão Social:		Não informou
Proprietários:		Não informou
Grupo de Mídia:		Não informou
Jornalistas:	Formados	0
	Não formados	2
Endereço:		Rua Pedro Rigotti, 1.202, Jardim Santo André, Dourados
Contato:		Telefone (67) 3422-5498
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Waldemar Gonçalves
Ano da fundação:		Não informou
Fundador:		Não informou
Origem da verba publicitária (%):		Não informou
Média mensal de acessos:		Não informou

SÍTIO 20

Nome:		**JORNAL PRELIMINAR**
Razão Social:		J. A. da Silva Comunicação – ME
Proprietários:		Jonas Alves da Silva
Grupo de Mídia:		
Jornalistas:	Formados	1
	Não formados	2
Endereço:		Rua Antônio Emilio de Figueiredo, 2881, Centro.
Contato:		Telefone (67) 3427-5259
Editorias:		Não tem
Jornalista responsável:		Jonas Alves da Silva
Ano da fundação:		2009
Fundador:		Jonas Alves da Silva
Origem da verba publicitária (%):		70% do setor público e 30% da iniciativa privada
Média mensal de acessos:		Oito mil acessos por mês

ANEXO 10 – Figuras – imagens de notícias dos sítios de Dourados

Figura 4: Primeira página do Dourados News, do dia 10.07.2012.

Fonte: www.douradosnews.com.br

Figura 5: Notícia local publicada no Dourados News, no dia 27.02.2013.

Fonte: www.douradosnews.com.br

Figura 6: Notícia local publicada no Dourados Agora, no dia 27.02.2013.

Fonte: www.douradosagora.com.br

Figura 7: Notícia local publicada em O Progresso, no dia 28.02.2013.

Fonte: www.oprogresso.com.br

Figura 8: Notícia local publicada no Dourados Informa, no dia 27.02.2013.

Fonte: www.douradosinforma.com.br

Figura 9: Notícia nacional publicada no Dourados News, dia 28.2.2013.

Fonte: www.douradosnews.com.br

Figura 10: Notícia local publicada no Agora MS, no dia 28.02.2013.

Figura 11: Notícia nacional publicada no dia 28.02.2013 no Agora MS.

Fonte: www.agorams.com.br

Figura 12: Capa do Jornal Preliminar do dia 02.02.2014.

Fonte: www.jornalpreliminar.com.br

Figura 13: Notícia hiperlocal publicada no Dourados Agora, no dia 13.01.2014.

Fonte: www.douradosagora.com.br.

Figura 14: Notícia hiperlocal publicada no Dourados News, no dia 13.01.2014.

Fonte: www.douradosnews.com.br

Figura 15: Notícia do sítio da Prefeitura de Dourados, Janeiro de 2014.

Fonte: http://www.dourados.ms.gov.br/

Figura 16: Notícia de sítio oficial/assessoria de imprensa publicada na Folha de Dourados News, como fosse da redação, no dia 15.01.2014.

Fonte: www.folhadedourados.com.br

Figura 17: Notícia de sítio oficial/assessoria de imprensa publicada no Douranews, como fosse da redação, no dia 15.01.2014.

Fonte: douranews.com.br

Figura 18: Notícia de sítio oficial/assessoria de imprensa publicada no Dourados News, com crédito de assessoria de imprensa, no dia 15.01.2014.

Fonte: www.douradosnews.com.br