

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

MARIA LUISA BERGAMASCO

**ADEUS IMPRESSO: OS DETERMINANTES
TECNOLÓGICOS NAS MUDANÇAS DE PERFIL,
HÁBITOS E INTERESSES DE O LEITOR PARA O
INTERNAUTA**

**BAURU
2015**

MARIA LUISA BERGAMASCO

**ADEUS IMPRESSO: OS DETERMINANTES
TECNOLÓGICOS NAS MUDANÇAS DE PERFIL,
HÁBITOS E INTERESSES DE O LEITOR PARA O
INTERNAUTA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Me. Daniela Pereira Bochembuzo.

BAURU
2015

B4939a	<p data-bbox="517 1397 852 1435">Bergamasco, Maria Luisa</p> <p data-bbox="517 1473 1299 1574">Adeus Impresso: Os determinantes tecnológicos nas mudanças de perfil, hábitos e interesses de o leitor para o internauta / Maria Luisa Bergamasco. -- 2015.</p> <p data-bbox="552 1579 651 1615">48f. : il.</p> <p data-bbox="552 1644 1259 1680">Orientadora: Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.</p> <p data-bbox="517 1711 1299 1812">Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.</p> <p data-bbox="517 1843 1299 1944">1. Jornalismo. 2. Convergência. 3. Digital. 4. Impresso. 5. Tecnologia. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.</p>
--------	---

MARIA LUISA BERGAMASCO

**ADEUS IMPRESSO: OS DETERMINANTES TECNOLÓGICOS NAS
MUDANÇAS DE PERFIL, HÁBITOS E INTERESSES DE O LEITOR
PARA O INTERNAUTA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Me. Daniela Pereira Bochembuzo.

Banca examinadora:

Prof^a. Me. Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade do Sagrado Coração

Prof^a. Me. Giselle Castilho Hilário Bonomo
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Me. Vitor Pachioni Brumatti
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 24 de junho de 2015.

Dedico este trabalho para as mulheres da minha vida: minha mãe e irmã. Graças a vocês todos esses anos de estudo foram mais fáceis.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me oferecido a oportunidade de escolher a minha profissão e de estudar na universidade em que me encontro. A toda a minha família, mas, principalmente, à minha mãe, Maria Regina Bergamasco, por me mostrar que toda forma de amor entre nós é possível, e à minha irmã gêmea, Ana Carolina Bergamasco, por sempre ser o meu norte, braço direito, companheira para todas as horas e por me incentivar, cada dia mais, a ser alguém melhor. Ao meu tio e amigo, David César, que não pode estar fisicamente presente nessa jornada, mas que, sem dúvidas, ainda cuida de mim lá de cima, ao lado dos meus avós, Luiz e Maria Bergamasco.

Agradeço a todos os professores pelos ensinamentos no decorrer dos anos e às minhas amigas que conheci na universidade e também aquelas que estão comigo desde muito antes. Vocês sempre se fizeram presentes quando precisei.

A concretização deste trabalho de conclusão de curso foi possível graças à minha orientadora, Professora Me. Daniela Pereira Bochembuzo, que sempre acreditou em mim. Obrigada, o seu apoio e paciência fizeram toda a diferença.

RESUMO

Esse trabalho, desenvolvido através do Programa Voluntário de Iniciação Científica, junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Sagrado Coração (USC), tem como objetivo analisar os determinantes tecnológicos nas mudanças de perfil, hábitos e interesse de o leitor para o internauta, tomando como referencial os leitores do Jornal da Cidade de Bauru. O percurso metodológico envolve pesquisa bibliográfica, a partir das contribuições de vários autores. Porém, para tratar dos suportes impresso e digital, vertentes principais deste estudo, foram utilizados, especialmente, os conceitos de Castells (2004), Ferrari (2003), Lévy (1999), Machado (2003), Marcondes Filho (2001), McLuhan (1977), Melo (2003), Palácios (2003), Pinho (2003) e Squirra (1998). Também foi realizado estudo de caso do jornal em questão, a fim de identificar características que permitissem abordar o assunto de maneira aprofundada. Parte-se do princípio de que a evolução tecnológica dos meios de comunicação afetou a sociedade de diversos modos, desde a relação da mídia para com o seu público até entre as pessoas no cotidiano. Sob essa perspectiva de mudança social, busca-se saber quais fatores levam os leitores a convergir para a plataforma digital, mas também descobrir quais fatores mantêm os leitores no meio impresso, apesar de fazerem uso do digital.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornal. Meio digital. Tecnologia. Convergência.

ABSTRACT

This work, developed through the Volunteer Program for Scientific Initiation, by the Dean of Research and Graduate of Universidade Sagrado Coração (USC), it aims to analyze technological determinants in the profile changes, habits and interest of the reader for the internet users, taking as a reference the readers of the Jornal da Cidade de Bauru. The Methodological course involves search literature, from the contributions of several authors. However, to address the print and digital media, important component of this study, we used, especially the concepts of CASTELLS (2004), FERRARI (2003), LÉVY (1999), MACHADO (2003), MARCONDES FILHO (2001), MCLUHAN (1977), MELO (2003), PALÁCIOS (2003), PINHO (2003) E SQUIRRA (1998). It was also performed a newspaper case study in question, in order to identify characteristics that allow to approach the subject in depth. It starts from the principle that the technological evolution of the media affected the society in different ways, from the media's relationship to his audience even among people in everyday life. From this perspective of social change, try to find out what factors lead readers to converge on the digital platform, but also find out what factors keep readers in the print medium, despite being digital use.

Keywords: Journalism. Journal. Digital media. Technology. Convergence.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	QUESTÃO NORTEADORA	11
1.2	HIPÓTESES	11
1.3	OBJETIVOS	11
1.3.1	Objetivo Geral	12
1.3.2	Objetivos Específicos	12
1.4	JUSTIFICATIVA	12
1.5	METODOLOGIA	13
2	O DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO E O IMPACTO DAS TECNOLOGIAS	15
2.1	DO TELÉGRAFO AO RÁDIO	19
2.2	DO CINEMA À TELEVISÃO	21
3	INTERNET: A ATUAL MUDANÇA NA COMUNICAÇÃO	25
3.1	CARACTERÍSTICAS DA INTERNET E MIGRAÇÃO DO IMPRESSO	28
4	ESTUDO DE CASO: JORNAL DA CIDADE DE BAURU	31
4.1	DESCRIÇÃO DO JORNAL IMPRESSO.....	33
4.2	O JORNAL DA CIDADE NA INTERNET	39
4.3	DESCRIÇÃO DO SITE JCNET	40
5	ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE	42
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS	50
	APÊNDICE A	54
	APÊNDICE B	56
	APÊNDICE C	58
	APÊNDICE D	59
	APÊNDICE E	60
	APÊNDICE F	61
	APÊNDICE G	66
	ANEXO A	68
	ANEXO B	74

1 INTRODUÇÃO

Foi a capacidade do homem em descobrir novas maneiras de melhorar o ambiente em que vive, tornando-o mais confortável e acessível, que possibilitou grandes acontecimentos históricos, além da modificação da sua própria realidade. A invenção da escrita, que de acordo com Schudson (2010, p. 54) foi, seguramente, “[...] um divisor de águas no conhecimento humano”, ao se propagar, facilitou a perpetuação das ideias através do desenvolvimento do papel. Posteriormente, a prensa de papel criada por Johann Gutenberg melhorou a qualidade desses registros. O novo sistema substituiu o trabalho que antes era realizado manualmente, promovendo maior acesso às informações e fomentando a construção individual do pensamento crítico, base da sociedade moderna. (MELO, 2003).

Desde então, ao longo dos séculos, a evolução tecnológica tem impactado sobre o jornalismo, e também nas maneiras de transmissão das mensagens. No chamado Primeiro Jornalismo (1789-1830), por Marcondes Filho (2000, p. 48), “tem-se o exercício jornalístico marcado pelo texto político e literário, que com a existência da prensa, ganhava melhores aspectos”. O Segundo Jornalismo (1830-1900), da imprensa de massa, surge a partir da inovação tecnológica da metade do século XIX, período em que a Revolução Industrial impactou nos processos de produção jornalística, gerando maior número de leitores e evolução no formato gráfico do veículo impresso, bem como na apresentação das notícias. Já o Terceiro Jornalismo (1900-1960) é marcado por uma melhor distribuição do conteúdo nas páginas, sendo divididas em especialidades, ou seja, o leitor passava a ter vários assuntos em um só jornal, além da existência da fotografia, que auxiliava na compreensão das notícias, e chamava a atenção do leitor, mesmo antes de adquirir o jornal. Mais uma vez, o impacto tecnológico imprimiu mudanças no fazer e ler do produto impresso.

Entre esses acontecimentos, o jornalismo também viveu o impacto da tecnologia em outros meios de comunicação, criados para acrescentar na vida do homem, como o telégrafo, o rádio, o cinema e a televisão. Até que o jornalismo chega ao seu quarto período (1960 até os dias atuais), e carrega consigo os impactos visuais, a busca de conteúdos na internet e a alta velocidade das notícias,

que chegam a qualquer momento, de toda parte do mundo e mediadas não somente por jornalistas, uma vez que os leitores passam, também, a ter interfaces digitais.

Cada novo acontecimento, catalisado pela criação e desenvolvimento de tecnologias de comunicação, aprimorou as relações com o próximo. Atualmente, a internet é responsável pela convergência cada vez maior das pessoas e dos meios de comunicação para o seu espaço. Squirra (1998, p. 9) define internet como "[...] agrupamento global de sistemas de computadores e redes, todos conectados com o intuito de possibilitarem troca de informações."

Assim, o jornalismo de maneira geral, mas principalmente o meio impresso e a população, estão se adaptando a essa nova plataforma. Ferrari (2003) explica que a internet possibilita mais de uma opção na divulgação da informação, e utiliza não apenas o texto e a fotografia, mas também vídeos e hiperlinks, palavras em destaques que levam ao acesso de outras páginas. Em muitos casos, o leitor pode ainda comentar as notícias exibidas na plataforma digital, propiciando mais interação entre o conteúdo e o leitor.

Marcondes Filho (2009) complementa dizendo que a época de hoje é a das novas tecnologias de comunicação e não se pode mais falar de comunicação sem mencionar ao mesmo tempo esse novo quadro, influenciado por essas tecnologias.

Portanto, seria esse o momento de dizer "adeus" ao jornal ou de investigar sua adaptação ao momento digital e *mobile* para compreender como os tradicionais veículos impressos estão se adaptando às mudanças de perfil, hábitos e interesses de um leitor que agora também é internauta?

Um conteúdo veiculado na versão digital do jornal Folha de São Paulo, do primeiro dia do ano de 2014¹, informou que mesmo com o fraco desempenho da economia em 2013, as vendas de *tablets* e *smartphones* cresceram 142% e 122%, respectivamente, e, de acordo com o mesmo, tal registro inspira não um momento de recuo na forma de se fazer jornal e se relacionar com o leitor, mas um futuro sobre o qual devemos refletir.

O jornalismo reflete de certa forma a realidade, portanto, é de suma importância compreender as mudanças na relação jornal-leitor/internauta, para conhecer como a própria sociedade se relaciona com a tecnologia e o impacto do

¹ Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/01/1391973-vendas-de-smartphones-e-tablets-cresceram-mais-que-100-em-2013.shtml>. Acesso em: 23 de setembro de 2014.

seu uso, indicando novos caminhos tecnológicos a serem percorridos na realidade midiática em constante construção.

1.1 QUESTÃO NORTEADORA

Dentro desse contexto midiático, questiona-se: Quais motivos têm levado os leitores à procura cada vez maior do conteúdo *online*? E quais são os motivos que prendem a atenção para a informação do meio impresso?

1.2 HIPÓTESES

- a) O número de acesso a jornais digitais tendem a crescer devido a questões práticas. Com os aparelhos menores e de simples locomoção, há mais facilidade na leitura da notícia, que pode ser realizada em qualquer lugar;
- b) A presença de jornais em páginas de entretenimento na internet, como *Facebook* e *Instagram* (aplicativo de celular destinado para a publicação de fotografias), são fatores que levam o leitor a se informar pela plataforma digital;
- c) Os leitores que fazem uso do jornal impresso preferem a informação mais aprofundada e interpretativa, características desse meio;
- d) Muitos leitores ainda não adquiriram confiança no conteúdo das plataformas digitais, já que são incalculáveis os números de informações e fontes encontradas na internet.

1.3 OBJETIVOS

Por meio da busca às respostas de questões norteadoras, bem como das hipóteses delas derivadas, apresenta-se nos itens a seguir o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa.

1.3.1 Objetivo Geral

Identificar as mudanças de perfil, comportamento e interesses dos leitores que migram do jornal impresso para o meio digital por meio de estudo de caso envolvendo o Jornal da Cidade, de Bauru/SP.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Analisar dois grupos de leitores: aqueles que migraram da versão impressa para a versão digital do Jornal da Cidade digital e os que utilizam os dois suportes de texto;
- b) Compreender as formas de recepção dos conteúdos impresso e digital e as interferências nas relações entre o público e o veículo de comunicação;
- c) Propor soluções tecnológicas para cativar os leitores dos dois suportes e agregar características qualitativas ao produto jornalístico em questão.

1.4 JUSTIFICATIVA

Diferentemente do jornalismo impresso, o digital não é um meio de comunicação de massa, pois o internauta não é um leitor passivo, já que seleciona o que deseja ler e não precisa esperar a notícia ser veiculada no dia seguinte, podendo acessar o conteúdo disponível a qualquer minuto. Tal comportamento interfere diretamente na maneira de se produzir conteúdo, impactando sobre o consumo das mídias, sem possibilidade de retorno a modelos anteriores. “A internet chegou para ficar, não é moda passageira e não haverá retrocesso.” (FERRARI, 2003, p.22).

Se não há como retroceder, compreender os motivos da mudança do leitor da plataforma impressa para a digital ou de seu uso concomitante, o que implica em alterações de perfil, comportamento e interesses desse consumidor, se mostra fundamental para estabelecer inovações tecnológicas no fazer jornalístico digital, de forma a manter e/ou aprimorar a qualidade do texto e a relação entre jornal e leitor, necessário para a continuidade do exercício da imprensa de qualidade.

1.5 METODOLOGIA

Esse projeto envolve uma pesquisa social exploratória, cuja investigação foi amparada inicialmente em pesquisa bibliográfica para a compreensão da evolução da comunicação, dos suportes midiáticos e, dos meios impresso e digital e sua relação com a sociedade. Sendo assim, esse capítulo traz uma síntese dos impactos tecnológicos no jornalismo. No capítulo dois, são apresentados de forma sucinta: a evolução da comunicação humana, o surgimento da escrita e as invenções do homem nos meios de comunicação: telégrafo, rádio, cinema e televisão. Nesse mesmo capítulo, também está inserida a importância do jornal impresso em sociedade ao longo dos séculos. O capítulo três aborda a atual mudança na comunicação: a internet. Todos esses contextos foram fundamentais para a realização do capítulo quatro: desenvolvimento de Estudo de Caso sobre o Jornal da Cidade, a fim de tê-lo como experiência da adaptação do meio impresso ao meio digital. Nesta etapa, foi levantada a história do veículo, a criação de produtos correlatos atrelados ao impresso e a evolução do suporte digital (JC Digital). Tal estudo ampara a pesquisa de campo, fundamentada no método de entrevista em profundidade, que consistirá na seleção de leitores a fim de comporem dois grupos: leitores que abandonaram o suporte impresso e adotaram o suporte digital e leitores que realizam a leitura diária por meio de dois suportes.

Duarte (2010, p. 62) explica que a entrevista em profundidade é “uma técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca por informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada”. Tal método, utilizado largamente na área das ciências sociais, favorece abordagem e respostas flexíveis, uma vez que seu objetivo é a intensidade das respostas, não a quantificação, de maneira a ter acesso a relatos da interpretação e das experiências das pessoas, por exemplo, com processos jornalísticos.

Por meio da entrevista em profundidade, é possível, por exemplo, entender como produtos de comunicação estão sendo percebidos por funcionários, explicar a produção de uma notícia em um veículo de comunicação, identificar motivações para uso de determinado serviço [...]. Permitiria saber os motivos pelos quais determinadas fontes jornalísticas são as

mais (ou menos) utilizadas, como são acessadas, dificuldades, problemas, vantagens, desvantagens. Saber como e por que as coisas acontecem é, muitas vezes, mais útil do que obter precisão sobre o que está ocorrendo. (DUARTE, 2010, p. 63-64).

Por essas características, a entrevista em profundidade é considerada um método de pesquisa qualitativa. Creswell (2010) esclarece sobre as diferentes características da pesquisa qualitativa. Composta pela coleta de respostas, o pesquisador pode fazer uso de múltiplas fontes de dados, como, por exemplo, a utilização tanto de entrevistas quanto de observações e análise de documentos.

Os dados sobre o jornal escolhido e o perfil de seu público leitor, nesse sentido, favoreceram a construção do roteiro de perguntas aplicado junto a leitores e internautas do veículo. Os indivíduos, inicialmente, seriam escolhidos a partir do banco de leitores do Jornal da Cidade e a partir da longevidade de assinatura, considerando, ainda, representantes de faixas etárias e formações escolares diversas e de gêneros masculino e feminino. Tais premissas, de fato, foram buscadas, mas por meio de acesso a grupos de leitores no Facebook, uma vez que a política de assinaturas do Jornal da Cidade impede o acesso a dados pessoais dos assinantes. As entrevistas em profundidade foram executadas pela pesquisadora responsável e por sua orientadora por meio de pré-roteiro de perguntas, cujas respostas foram gravadas para posterior transcrição, autorizadas por seus participantes por meio de Termo de Livre Consentimento. Os procedimentos foram autorizados pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Sagrado Coração, após submissão da proposta e avaliação de pareceristas (vide anexos).

De acordo com a metodologia autorizada, os conteúdos foram agrupados pelos temas gerais: Perfil, Hábitos e Interesses e, se necessário, por subtemáticas pertinentes a análise, que é, portanto, qualitativa. A análise foi cruzada com os resultados da pesquisa bibliográfica e do estudo de caso, permitindo identificar estratégias editoriais, tecnológicas e de gestão para minimizar o impacto da migração de leitores.

2 O DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO E O IMPACTO DAS TECNOLOGIAS

Mídia é o conjunto de meios de comunicação existentes em uma determinada área, de acordo com Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa (2002, p. 490). São através de jornais, revistas, rádios, televisão e, atualmente da internet, que o homem tem acesso em tempo real ao que está ao seu redor e também a assuntos de grandes distâncias de si. Esses suportes midiáticos que nos conectam com os acontecimentos da sociedade são importantes meios na emissão de mensagens e, além de informarem, facilitam a relação. Porém, muito antes deles existirem, a comunicação humana era realizada de maneira diferente, baseada em desenhos e sons. De acordo com o autor Juan Bordenave:

[...] Alguns afirmam que os primeiros sons usados para criar uma linguagem eram imitações dos sons da natureza: o cantar do pássaro, o latido do cachorro. Outros afirmam que os sons humanos vinham das exclamações espontâneas como "ai", da pessoa ferida, o "ah" de admiração, o "grrr" da fúria. Nada impede que se pense também que o homem primitivo usasse sons produzidos pelas mãos e os pés, e não só pela boca. Poderia ainda ter produzido sons por meio de objetos, como pedras ou troncos ocos. (BORDENAVE, 1989, p.24).

Outros autores, como Defleur e Ball-Rokeach (1993), acreditam que a fala no início da humanidade era precoce, devido a questões biológicas. Eles avaliam que o homem não possuía estrutura para proferir o que via e pensava, mas no decorrer dos séculos a situação mudou, e houve um aumento da capacidade cerebral. Na sequência, veio o aperfeiçoamento da comunicação e as palavras ganharam vida, porém, ainda faltava alguma peça nessa engrenagem. Foi quando surgiu a necessidade de registrar todo aquele universo, que agora era transmitido através de uma linguagem.² O desenvolvimento das estruturas sociais provocou o surgimento de diversas questões, entre elas: como transmitir mensagens a longas distâncias? Segundo Bordenave (1989), para resolver o problema do alcance, o homem inicialmente apelou a signos sonoros e visuais, tais como o berrante, o gongo, e os

²O conceito de linguagem, de acordo com Brandão (2002), está relacionado à interação do discurso, em que os indivíduos desempenham um papel fundamental na construção do que é transmitido, e ambas as partes interagem, tornando a compreensão possível.

sinais de fumaça, mas a solução mais decisiva foi encontrada com a invenção da escrita. A partir dela, as mensagens poderiam ser encaminhadas para outras regiões além daquelas do próprio nicho, mesmo que dê início fossem acrescidas de desenhos:

A linguagem escrita evoluiu a partir dos pictogramas, signos que guardam correspondência direta entre a imagem gráfica (desenho) e o objeto representado. [...] A escrita inicialmente seguia a mesma sequência que a língua falada. Um grau ainda maior de liberdade foi alcançado quando os homens perceberam que as palavras ou os nomes de objetos compunham-se por unidades menores de som (fonemas), e que, por conseguinte, os signos podiam representar estas unidades de som e não mais objetos ou ideias. (BORDENAVE, 1989, p. 26).

O surgimento da escrita alfabética determinou mudanças na sociedade. A partir de sua descoberta, houve uma perpetuação dos pensamentos do homem. Mas onde, de fato, a escrita surgiu? Pesquisadores têm estudos que apontam em sentidos diferentes para essa questão. McLuhan (1972) acredita que a invenção do alfabeto e da escrita tenha se desenvolvido no Ocidente. Porém, Melo (2003), acredita que a escrita se originou e desenvolveu no Oriente.

Seguindo os conceitos de Melo (2003), no século XI havia muitos viajantes que seguiam de uma região para a outra, portanto a escrita e a imprensa tiveram suas origens nos fins da Idade Média, num período que havia o desenvolvimento do comércio interno, aparecimento de indústrias, criação de universidades e formação de uma nova elite intelectual.

Nos primórdios de sua criação, a escrita era fixada em argila e madeira. Souza (2006) conta que o papiro foi o primeiro suporte a substituir os antecessores. Posteriormente, o pergaminho substituiu o papiro e, com o crescimento dos manuscritos nos séculos XII e XIII, houve a substituição do pergaminho pelo papel, e a imprensa veio atender as necessidades da produção de livros:

Os primeiros livros foram, provavelmente, o resultado da justaposição ordenada de registros dispersos [...] Procuravam conversar-se os mitos fundadores, os textos religiosos, mas também as leis, os contratos e os registros de transações comerciais. (SOUZA, 2006, p. 549).

Além disso, a imprensa atendia aos interesses da Igreja, realizando orações e bulas papais, atuando na divulgação da imagem para os fiéis. Mas também havia a necessidade de obter informações e manter-se em dia com os acontecimentos da época, e, por conta deste fator, surgiram as *folhas volantes*, registros efêmeros vendidos em mercados e feiras, uma das primeiras características da imprensa periódica.

Foi no século XV que Johann Gutenberg trouxe, com a prensa móvel, outras características para a escrita, reduzindo o trabalho manual e criando novos hábitos entre os cidadãos. Souza (2006) explica que na região da Europa, por exemplo, o livro impresso iria se difundir devido ao aparecimento da tipografia com caracteres metálicos móveis agrupados. McLuhan (1977) destaca alguns novos aspectos que a prensa móvel trouxe, como, por exemplo, antes da invenção da tipografia, as pessoas não tinham o costume de assinar o que registravam, muito menos de por entre aspas o que era extraído dos livros. Os trechos eram apenas copiados de outros livros, onde eram acrescentadas as informações de autoria própria do escritor. Desta forma, os registros eram um tanto confusos, pois não se sabia ao certo o que era de cada autor, situação que mudou com o livro impresso. A partir da impressão do papel, surgiram também os pasquins e diversos folhetos de caráter opinativo.

Com a entrada do século XVI houve um aumento no número de leitores, devido às facilidades de impressão trazidas pela prensa tipográfica e, de acordo com Melo (2003), entraram em cena obras como ciência, medicina e literatura. Nesse período, já havia o aparecimento de jornais com assuntos culturais, passando posteriormente para assuntos sociais, que geravam debate na sociedade.

Por consequência, o final do século XVI e o século XVII passaram por uma fase de diminuição na circulação dos jornais periódicos, devido a regimes absolutistas que cerceavam os impressos, por medo de novas ideias que nasciam a respeito dos mais variados assuntos. Apenas algumas classes sociais passaram a ter mais acesso aos impressos e, de acordo com Souza (2006, p. 542), "[...] a ascensão da burguesia ao poder promoveu o debate político, o que ajudou a consolidar os mecanismos da oferta e procura de livros e jornais".

Mas a igreja, dotada de poder como a monarquia, também assumiu uma postura defensiva. Neste contexto da imprensa, estava inserido Martinho Lutero, um monge que criticava a forma como a igreja pregava suas ideologias, em que os fiéis

eram submetidos a pagamentos de altíssimo valor em troca de salvação. Assim, Lutero passou a fazer uso da prensa para propagar novas maneiras de pensamento, e os impressos passaram a ser vigiados constantemente.

O controle das atividades de impressão configurou-se sob duas modalidades principais: (a) sistema de privilégios concedendo o monopólio da imprensa, através de patentes, a determinadas pessoas selecionadas pelo governo e que lhe eram fiéis; (b) sistema de vigilância, permitindo a propriedade de tipografias a particulares, mas exercendo a verificação prévia das obras a serem impressas. (MELO, 2003, p. 56).

O século XVII trouxe também as revistas, meio de entretenimento para a elite. O veículo tratava basicamente de um resumo de livros. Entretanto, a revista ganhou outra face, passando a ser um veículo de defesa para as ideias do avanço científico, de escritores e filósofos e em favor do desenvolvimento da liberdade de expressão. (ALI, 2009).

Essas passagens históricas indicam que a palavra escrita e a circulação dos impressos passaram por vários períodos de restrições, mas sempre assumiram um papel fundamental para as modificações da sociedade:

Livros, jornais e revistas transformaram a civilização, pois moldaram a esfera pública moderna, contribuíram para as transformações sociais, políticas e econômicas, promoveram a educação e o interesse pelo mundo, fizeram circular ideias e informações. (SOUZA, 2006, p. 542).

Dessa forma, auxiliaram na configuração do século seguinte, que tem como um de seus marcos a Revolução Francesa (1789-1799). A revolução ocorreu em uma época em que os camponeses da zona rural pagavam altos valores de impostos pelas terras e estavam insatisfeitos com a precária situação em que viviam. Propagar informações sobre tal contexto era difícil, uma vez que a censura a todas as formas de expressão também compunha a crítica situação social daquele momento. Segundo Rudé (1991, p. 15): “Em 1789, portanto, mais uma vez a dificuldade econômica trouxe à superfície velhas reivindicações tradicionais e básicas de toda a população rural”.

A imprensa neste contexto contribuía a favor dos camponeses com diversas tentativas de promover a revolução. Deste modo, foram surgindo os panfletários

ideológicos efêmeros, que eram queimados pelos funcionários da monarquia e pela igreja.

Essa sequência de ações promovidas pela imprensa foi um dos pontos que contribuiu para que a população urbana também concordasse com a ideia de revolução, fomentada principalmente pela reivindicação a favor do abastecimento de alimentos baratos e de qualidade. O problema alimentar teve seu papel nos acontecimentos que levaram à queda da Bastilha. (RUDÉ, 1991). Quando a Bastilha, prisão para os adversários da monarquia, foi derrubada, representou uma ação concreta da classe trabalhadora, que depois desse ato passou a invadir os lares dos nobres, com o tema “liberdade, igualdade e fraternidade”.

A revolução, além de gerar a queda da monarquia na França, contribuiu para a elaboração de constituições e ofereceu à imprensa, liberdade. Os livros passaram a ser duradouros e os jornais diários, antes sem oportunidade, concretizaram-se: “A partir daí, a imprensa teria um desenvolvimento excepcional, tornando-se pouco a pouco uma imprensa de massas, condição que se avultaria no século XIX, com o crescente aumento das tiragens, principalmente dos jornais diários.” (MELO, 2003, p. 58).

Não há grandes avanços tecnológicos nesse período, até porque o mundo era menor geograficamente, e mesmo os homens mais instruídos conheciam apenas pedaços de algumas regiões (HOBBSAWM, 2010). Foram surgir invenções no final do século XVIII, época em que o desenvolvimento industrial começou a ganhar vida, e também no século XIX, com a melhoria das máquinas. Esse novo período carregaria inovações não apenas na indústria dos jornais, como também na descoberta de novas tecnologias.

2.1 DO TELÉGRAFO AO RÁDIO

A substituição das ferramentas pequenas pelas grandes máquinas foi de grande impacto, pois foi um processo de transformação nas indústrias e na vida dos cidadãos. “A Revolução Industrial não foi efetivamente um episódio com princípio e fim [...] O processo ainda está em curso.” (HOBBSAWM, 2009, p. 39).

De acordo com Hobsbawm (2009), nesta época, que compreende o fim do século XVIII e o século XIX havia várias pessoas, de diferentes regiões, preocupadas com o crescimento econômico e a expansão de ideias sobre novas

tecnologias. Porém, nestes aspectos, os franceses tinham uma vantagem maior pelo menos no campo da matemática e da física, pois com o fim da Revolução Francesa, foram incentivados os estudos nestes setores. Os alemães também entraram em cena, já que possuíam instituições de ensino técnico. A Inglaterra e a Grã-Bretanha eram outros países a colaborar para o crescimento industrial.

A princípio, as inovações se deram em equipamentos simples, como a máquina de fiar e a fiadeira automática, já que eram, principalmente, muito baratas. Em seguida, os avanços continuaram e ganharam maiores proporções, passando pela indústria de algodão até chegar a outras invenções que acarretariam mudanças na comunicação. (HOBBSAWM, 2009).

Nas revistas, por exemplo, o impacto se deu na qualidade do produto, pois os alemães desenvolveram máquinas rotativas e, com elas, a capacidade de imprimir grandes tiragens. (ALI, 2009).

A evolução da eletricidade e a invenção do telégrafo e do telégrafo sem fio, que futuramente resultariam no rádio, foram destaques neste aspecto. Segundo Defleur e Ball-Rokeach (1993), o telégrafo não era um veículo de comunicação de massa, pois era direcionado para os homens que passavam longos dias no mar, enquanto a população sabia de sua existência através da imprensa escrita.

McLuhan (1969) concorda e complementa dizendo que, em um primeiro momento, o telégrafo estava subordinado à ferrovia e ao jornal, extensões imediatas da produção e dos mercados industriais. Quando as ferrovias começaram a se propagar, a sua coordenação passou a depender em grande parte do telégrafo, tecnologia que cresceu muito rápido. “Toda inovação não apenas provoca rupturas comerciais, mas também corrosões sociais [...] Justamente porque as pessoas, no início, não se dão conta da natureza do novo meio.” (MCLUHAN, 1964, p. 26).

Assim, o telégrafo marcou uma nova etapa da comunicação, adaptando alguns indivíduos que tinham mais contato com o aparelho, para novos hábitos, como a conversação dos homens do mar. Apesar da incrível descoberta, a população em geral precisava de um meio de comunicação mais instantâneo.

Finalmente, em 1906, o rádio ganhou forma. Mais uma vez, as invenções do homem o levaram a novos horizontes e contribuíram para uma melhor conversação com o próximo. A Primeira Guerra Mundial (1914-1918) provocou um dos aperfeiçoamentos desse veículo, além da utilização em larga escala nos governos

totalitários, pois tornava a comunicação mais rápida. Defleur e Ball-Rokeach (1993, p. 115) contam que:

Em 1920, Frank Conrad, da companhia Westinghouse de equipamento elétrico, construiu um transmissor e passou a desenvolvê-lo em casa. Ele começou a emitir sinais durante a noite e constatou que os indivíduos das redondezas o escutavam. O número de ouvintes cresceu rapidamente, tornando-se, assim, um dos passos iniciais para a popularização do rádio. O interesse público pelo aparelho começava a se propagar, com narrativas a respeito de salvamentos no mar e, posteriormente, com a divulgação de canções. (DEFLEUR; BALL ROKEACH, 1993, p.115).

O rádio, que reunia música e entretenimento, aos poucos foi distribuindo informações também. Desta maneira, os analfabetos tinham a oportunidade de acompanhar os acontecimentos da sociedade através da escuta. Segundo Calabre (2002), o rádio criou modas, inventou uma nova maneira de se viver o cotidiano e promoveu a integração, principalmente entre esse grupo, que não conseguia acompanhar as informações pelo jornal impresso.

McLeish (1999) complementa explicando que, até hoje, o rádio se mostra importante na vida dos indivíduos, pois desvia a atenção dos problemas, ao mesmo tempo em que proporciona relaxamento e lazer, criando uma sensação de companhia.

Encantando cada vez mais pessoas, o rádio passou em diversos países por um período chamado de “Anos Dourados”, também conhecido como “Era do rádio”, época em que o veículo era o meio de comunicação mais popular e mais camadas da sociedade conseguiram ter acesso ao aparelho, devido à sua propagação.

Porém, com a vida da televisão, a partir de 1950, o rádio passou a atuar como prestação de serviço para a comunidade e a investir cada vez mais no setor musical. Atualmente, esse meio de comunicação cria promoções relacionadas às bandas da atualidade, e também propõem cada vez mais a participação do ouvinte no processo de seleção das canções.

2.2 DO CINEMA À TELEVISÃO

Para entender melhor a televisão e a sua transmissão em larga escala, é preciso compreender seu antecessor. Muito antes de a televisão invadir os lares, cabia ao cinema a função de reunir as pessoas em volta de uma tela. Foi o cinema

que despertou o lado sentimental de cada um, apresentando filmes que oferecem uma ilusão do verdadeiro, característica que os acompanha até os dias de hoje.

De acordo com Bernardet (1991), quando surgiu, no século XIX, o cinema misturava várias formas culturais no repertório, entre elas, o teatro popular. As informações transmitidas nas revistas ilustradas e cartões postais eram outras fontes de inspiração.

Os irmãos Lumière foram um dos primeiros que produziam conteúdos relacionados ao cinema. Quando houve a primeira exibição pública, o filme era curto, produzido com a câmera parada, preto e branco, sem cor e som. Porém, a transmissão já surpreendia. Um filme emocionou o público: a vista de um trem chegando numa estação, filmada de uma forma que a locomotiva vinha vindo de longe e enchia a tela, como se fosse entrar na plateia (BERNARDET, 1991).

A criação de novos filmes com imagens de melhor qualidade surgiu graças ao desenvolvimento de câmeras com maiores movimentos, o que foi possível através dos estudos científicos. Neste mesmo século, Bernardet (1991) explica que várias criações foram nascendo. Essas, que tinham como objetivo fixar movimentos rápidos que não poderiam ser vistos a olho nu, futuramente, contribuiriam para o desenvolvimento do cinema. A máquina cinematográfica, utilizada para a exibição, surgiu depois de pesquisas em produção de imagem em movimento, incentivadas pela burguesia.

Costa (2006) entende que para uma melhor compreensão do cinema é necessário dividi-lo em duas fases: A primeira, do “cinema de atração”, quando os empresários investiam nas exibições dos filmes, principalmente para seções particulares. Também havia apresentação em lugares públicos, como cafés e em grandes depósitos, porém, com menor conforto para os mais humildes. E a segunda fase, em que os filmes têm duração maior, devido ao crescimento no setor tecnológico.

Na primeira fase, o som ainda não era presente, portanto, enquanto os curtas eram apresentados, um pianista compunha a trilha sonora das imagens. Apesar de ser uma alternativa para identificar as cenas e até as emoções de cada personagem, os exibidores gastavam muito dinheiro com o pianista, além da dificuldade de encontrar um profissional disponível para as sessões. Mas assim se seguiu até o aparecimento da vitrola, do disco e do *Vitaphone*, uma enorme máquina de projeção

que sincronizava a exibição do filme a um disco. Esse equipamento foi utilizado até a invenção do sistema de gravação em película, que melhorava a qualidade do som.

De acordo com Klachquin (2010), da Associação Brasileira de Cinematografia, a tecnologia trouxe outros avanços e permitiu à empresa *Technicolor* introduzir cores nos filmes. A presença das cores causou um impacto ainda maior no público, que agora conseguia diferenciar, por exemplo, a cor dos olhos de uma artista para outra.

Devido aos avanços no cinema, a ideia de possuí-lo em casa incentivou vários estudiosos para a criação da televisão. Herdando tradições do rádio, como o formato dos programas, e seguindo a linhagem do cinema, a televisão foi criada, segundo François (2007, p. 39), “por várias pessoas, em diferentes lugares”.

Chamada de “aparelho do século XX”, a televisão começou aos poucos a invadir os lares, mas a sua transmissão ainda era precária. Defleur e Ball-Rokeach (1993) explicam que no final dos anos 40, quando se começou a comprar receptores domésticos, muitos não conseguiam receber uma imagem clara:

[...] As razões para a recepção ruim foram bem entendidas. Por um lado, os transmissores primitivos não eram bastante potentes. Se a pessoa morasse perto da estação, haveria poucas limitações, mas para os residentes a certa distância, a recepção podia ser ruim; a imagem era distorcida ou fraca. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 131).

Demoraria até televisão conseguir se instalar com uma imagem “limpa” para os telespectadores, questão que também dependeu do desenvolvimento tecnológico. A entrada das cores na TV, em 1970, foi outro fator que trouxe melhorias na qualidade das transmissões. Em regiões como Estados Unidos e Europa, as imagens perderam a característica preta e branca. Apesar das cores do cinema, as pessoas ainda se fascinaram, pois agora o colorido estava dentro da “caixa”, na própria casa.

A televisão conseguiu tanto destaque como meio de comunicação que ganhou um espaço único. Seguindo os conceitos históricos de Goulart, Sacramento e Roxo (2010), as pessoas destinavam um lugar especial para assistir os conteúdos transmitidos, a “sala de TV”, que com a sua modernização ocupou outros cômodos, como quartos e cozinhas, oferecendo informação e entretenimento, marcados pela velocidade da comunicação. Nos dias de hoje, a TV ainda ocupa os lares com a

programação voltada para diversos conteúdos. Segundo dados de 2013 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), divulgados no site de Telecomunicações (Teleco)³, os domicílios brasileiros que possuem televisão representam 97,2%.

Somente décadas depois, o mundo viria a sofrer grandes impactos com a internet, a partir dos anos de 1990. Desde então, a plataforma digital está integrando cada vez mais conteúdos e usuários para o seu espaço e, por consequência, os demais meios de comunicação estão atualmente inseridos nela, ao mesmo tempo em que se adaptam a essa nova realidade.

³ Disponível em <www.teleco.com.br/pnad.asp>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2015.

3 INTERNET: A ATUAL MUDANÇA NA COMUNICAÇÃO

Apesar de a tecnologia trazer novos meios de comunicação para a sociedade, os antigos suportes não foram substituídos e, sim, complementados. Nesse contexto, Castells (1999) esclarece:

Não que os outros meios de comunicação desaparecessem, mas foram reestruturados e reorganizados [...] O rádio perdeu a sua centralidade, mas ganhou em penetrabilidade e flexibilidade. Filmes foram adaptados para atender às audiências televisivas, com exceção da arte subsidiada pelo governo e espetáculos de efeitos especiais das grandes telas. Jornais e revistas especializaram-se no aprofundamento de conteúdos. (CASTELLS, 1999, p. 416).

Com a descoberta da internet e, posteriormente, do seu uso disseminado, os tradicionais meios de comunicação passaram a integrar as informações neste novo espaço. Porém, a partir dos esclarecimentos que envolvem a não substituição dos antigos veículos de comunicação, é possível descartar a ideia de que a mídia digital, fruto da internet, veio para superar os formatos anteriores, como o rádio, a televisão e o jornal impresso. Para elucidar o conceito de internet, Pinho (2003) traz uma definição:

O termo internet foi cunhado com base na expressão inglesa INTERaction ou INTERconnection between computer NETworks. Assim, a internet é a rede das redes, o conjunto de centenas de redes de computadores conectados em diversos países para compartilhar informação [...] As conexões entre elas empregam diversas tecnologias, como linhas telefônicas comuns, linhas de transmissão de dados, satélites e cabos de fibra óptica. (PINHO, 2003, p.41).

Nascida na Guerra Fria, período de conflito entre os Estados Unidos e a União Soviética, a internet iniciou-se com a Advanced Research Projects Agency, também conhecida como ARPA, agência que criou uma rede de computadores interconectados. Castells explica que:

O departamento de defesa dos Estados Unidos fundou esta agência de projetos de investigação em 1958 para mobilizar recursos provenientes fundamentalmente do mundo universitário, como fim de alcançar a superioridade tecnológica militar sobre a União Soviética

em 1957 [...] A construção da ARPA justificou-se como meio de repartir o campo de trabalho online dos computadores entre vários centros de informática interativa e grupos de investigação da agência. (CASTELLS, 2004, p.26).

Pinho (2003) também ressalta que havia pesquisas desenvolvidas pela ARPA com o objetivo de aperfeiçoar o uso da tecnologia por meio do computador, que serviria como um parceiro na resolução dos problemas enfrentados. Além disso, até a propagação da internet e dos computadores, o uso era realizado para cálculos científicos e folhas de pagamento.

Quando a tecnologia se livrou do uso exclusivo dos princípios militares, a National Science Foundation (NSF), órgão independente do governo norte-americano, passou a ser responsável pela ARPA, criando, assim, a ARPAnet, que se difundiu pelas universidades em laboratórios e centros de pesquisas, onde seu uso passou a ser expandido. Porém, a internet ganhou sua característica principal devido à invenção de Tim Berners-Lee, com o *www*, sigla para *World Wide Web*, fator que possibilitou abrangência mundial. O trabalho do físico se desenvolveu ao longo dos anos 1950. “O objetivo era ligar diversas fontes de informação através de um sistema interativo de computação.” (CASTELLS, 2004, p.31). Outra contribuição importante para a internet ocorreu em 1990, período em que Robert Cailliau e Tim Berners-Lee criaram o programa navegador browser⁴. Nessa época, segundo o documentário "A Verdadeira História da Internet - Guerra dos Navegadores", produzido por Jonhnn Helemann e exibido no ano de 2008 pelo Discovery Channel, a rede era muito diferente dessa que conhecemos. Era uma rede de pesquisa obscura, com poucas páginas na web onde não existiam nada além do que linhas de texto. O aprimoramento ocorreu, inclusive, com um estudante de ciência da computação, que deixou a web mais intuitiva colocando imagens e ferramentas de áudio e vídeo.

Porém, antes de o computador atingir diversos países e alcançar além dos muros universitários e de caminhar ao lado da internet, a propagação do aparelho se deu, de acordo com Levy (1999), na Califórnia, em um movimento de “contracultura”: “Um grupo de pessoas apossou-se das novas possibilidades técnicas e inventou o computador pessoal [...] A informática perdeu, pouco a pouco, seu status de técnica

⁴Browser é o programa em um computador que acessa por uma linha telefônica, um servidor, contendo informações de interesse amplo. (Pinho, 2003).

e de setor industrial particular para começar a fundir-se com as telecomunicações.” (LEVY, 1999, p. 32).

Autores como Briggs e Burke (2006, p.300), acreditam que o grande avanço da internet "aconteceu em setembro de 1993 e março de 1994, quando uma rede até então dedicada a pesquisa acadêmica se tornou a rede das redes, aberta a todos". Isso marca o surgimento da Era da Informação, graças às redes que passaram a conectar cada vez mais pessoas em um sistema digital. Pinho (2003) explica o mecanismo de transporte da internet que conduz os dados por um caminho de milhões de computadores interligados:

Os pacotes da informação viajam por meio das redes que compõem a internet, seguindo um caminho que passa por muitos níveis diferentes de redes em vários tipos de comunicação. Para entrar neste sistema, basta o usuário possuir um computador, um software⁵ e uma conexão por telefone com um provedor de acesso à internet. (PINHO, 2003, p. 42).

A expansão da internet surgiu, então, para encurtar distâncias e facilitar a vida dos indivíduos, o que promoveu, por consequência, a mudança na atividade jornalística e na prática de leitura. “As tecnologias de comunicação periodicamente resultam em significativas transformações na sociedade e causam grandes mudanças de hábitos e comportamentos.” (PINHO, 2003, p. 57).

A propagação da internet ocorreu de forma surpreendente e, segundo Ferrari (2003, p. 17), “[...] para dar dimensão do crescimento da internet, o número de computadores conectados ao redor do mundo pulou de 1,7 milhão em 1993 para 20 milhões em 1997.” (FERRARI, 2003, p. 17). Atualmente, segundo informações da Folha de São Paulo em 2014⁶, uma agência da Organização das Nações Unidas (ONU), divulgou que a internet já possui quase 3 bilhões de usuários no mundo.

Esse aumento exorbitante levou a transmissão das notícias para o *ciberespaço*⁷. “A migração digital alimenta-se de diversas concepções [...] Não se trata apenas das tecnologias da computação, mas desse novo espaço social da comunicação” (VILCHES, 2003, p.40).

⁵Conjunto de instruções responsáveis pelo funcionamento do computador. (PINHO, 2003, p. 42).

⁶Disponível em <www1.folha.uol.com.br/tec/2014/11/1553088-internet-ja-tem-quase-3-bilhoes-de-usuarios-no-mundo-diz-onu.shtml>. Acesso em: 03 de abril de 2015.

⁷A palavra é referente ao universo das redes digitais, e foi criada por Willian Gibs on em seu romance de ficção científica. (LEVY, 1999, p. 92).

Segundo Squirra (1998), muitos repórteres, editores, pesquisadores e produtores de notícia começaram a usar a internet para buscar informação e também para a construção de relatos jornalísticos. A tecnologia desencadeou um processo de adaptação nos jornalistas e nas informações, que passaram a ser produzidas de maneira mais rápida, tanto no conteúdo escrito quanto no tipográfico. O público leitor pode acompanhar a diferença nas notícias.

Por consequência dessa expansão, os outros meios de comunicação passaram a incluir os conteúdos transmitidos nos meios digitais, inclusive os jornais impressos. “Rádio, TV, jornais e revistas, mesmo que ainda vinculados a suas formas tradicionais, não só são produzidos de forma eletrônico-digital, como têm versões na internet.” (LEMOS, 2014, p. 417).

Mas assim como os outros veículos, a internet possui características próprias, que a distinguem dos demais, e são listadas no subitem a seguir a partir de duas perspectivas: a de Palácios (1999) e de Pinho (2003).

3.1 CARACTERÍSTICAS DA INTERNET E MIGRAÇÃO DO IMPRESSO

Para definir algumas peculiaridades da internet, Palácios (1999) explica cinco características desse universo digital: a) Multimídia, que faz referência à convergência dos formatos das mídias tradicionais, sendo a união de imagem, texto e som; b) Interatividade, que permite ao leitor se sentir parte da notícia, pois pode comentar o que foi divulgado; c) Hipertextualidade, aquilo que possibilita a interconexão de textos; d) Personalização, que consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses individuais; e) Memória, favorecida pelo fato de que a internet acumula informação, devido ao universo amplificado. Além disso, Palácios (1999) destaca que a internet possibilita um espaço ilimitado de conteúdos, diferente dos suportes anteriores, como, por exemplo, o jornal impresso, cujo limite se dá no papel.

Pinho (2003) acrescenta outras características, como a não linearidade das informações, que são lidas em qualquer sequência, diferente do jornal impresso, onde o fluxo de leitura ocorre da esquerda para a direita, e a instantaneidade, visto que a internet transmite notícias de imediato, no momento em que elas ocorrem.

Outras diferenças entre os meios de comunicação são apontadas pelo jornalista Costa (2014), da revista ESPN. Para ele, a mudança ocorreu, principalmente, na questão de distribuição da informação:

O jornal tradicional é sustentado por uma operação movida por quatro áreas bem definidas: A primeira é a produtora de conteúdo, onde os profissionais compõem o conteúdo conforme o público alvo do jornal. A segunda grande área é a formada pelo conjunto de departamentos que cuidam da administração, das financeiras. A terceira é aquela responsável por comercializar publicidade nas páginas dos produtos impressos [...] Quem precisasse procurar um emprego, comprar um carro, não tinha destino mais eficaz do que as páginas classificadas dos jornais. A quarta grande área dessa indústria é da circulação e se subdivide em três grandes operações: 1) distribuição nos pontos de venda, 2) captação de assinantes e 3) recuperação de assinantes. No ambiente digital, o jogo muda [...] Considera-se empresa de informação, e não de prestação de serviços. (COSTA, 2014, p.57).

Somada à questão da distribuição de conteúdo, ao entrar neste ambiente digital, a notícia passou a ganhar novos aspectos, tanto em relação ao suporte quanto ao formato do texto. Daí a constatação de que a migração do jornal impresso é um dos fatores que compõem o final do século XX e o século XXI, marcados, então, pelos computadores e o uso acelerado de tecnologias, incluindo *smartphones e tablets*. Seguindo o pensamento de Squirra (2008), o uso cada vez maior dos aparelhos e da internet serviu para uma nova maneira na disseminação da informação, além de tornar o leitor um produtor de conteúdos.

O Jornal da Cidade de Bauru é um, entre muitos, que com a chegada da internet ao Brasil passou a publicar notícias na internet, o que impactou posteriormente no jornal impresso. Machado (2003) explica que, os meios de comunicação, como rádio, o telejornal e o impresso, continuam a florescer e cada um possui seu lugar na sociedade, porém, nenhum deles é mais o mesmo, pois foram inseridos na plataforma digital.

Visto que o JC Bauru é o objeto de estudo no meio impresso e digital, os capítulos a seguir procuram apresentar um Estudo de Caso sobre esse veículo, contando a história e mostrando as características de ambos os suportes em que a empresa veicula o conteúdo por ela produzido. Além disso, o estudo permite à pesquisadora uma análise da evolução tecnológica no jornal, mostrando como essa

mudança impactou o público, a fim de entender o novo cenário em que o leitor está inserido, bem como suas mudanças de perfil e hábitos.

4 ESTUDO DE CASO: JORNAL DA CIDADE DE BAURU

O Estudo de Caso tem sido apontado como um método de pesquisa utilizado nas Ciências Sociais, sendo o intuito principal a união de informações para se chegar a um conceito. Segundo Goode e Hatt (1969, p. 203), o estudo baseia-se na coleta detalhada dessas informações. "É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado."

Tomando como base as características citadas, buscou-se realizar um estudo sobre a história do Jornal da Cidade de Bauru através de entrevista com a editora chefe, Gisele Castilho Hilário Bonomo. Também foram enviadas, via e-mail, questões referentes ao site, que foram respondidas pela editora de multimídia, Márcia Duran.

De acordo com informações coletadas, o jornal impresso foi fundado em 01 de agosto de 1967 por um grupo de empresários, encabeçado por Alcides Franciscato e funcionava com sistema de impressão a chumbo. As mudanças no modo de produção da notícia foram sendo realizadas nos primeiros anos de vida do jornal e, em 1968, as páginas passaram a ser impressas em uma impressora rotaplana, que funcionava como bobinas de papel, o que permitia que os cadernos já saíssem dobrados, tornando o processo mais eficiente. Nesse período, o jornal já circulava diariamente, menos de segunda-feira. As matérias não eram divididas por editoriais e, muitas vezes, se esgotavam na própria capa, diferente da proposta atual.

O desenvolvimento tecnológico não estagnou durante longos períodos e, em 1971, o veículo instalou um aparelho telegráfico que envia diretamente um texto acoplado a um teclado datilográfico, chamado de teletipo. As notícias vinham da agência UPI, transmitidas em espanhol, com recepção via telex. Além disso, o JC Bauru foi o primeiro jornal do interior do estado a implantar o sistema de composição e impressão a frio: o *offset*, no ano de 1972. Nesse sistema, são impressos grandes quantidades de papel, e não é necessária a intervenção humana durante o processo. Posteriormente, em 1977, chegou a máquina fotocompositora, com a função de gravar filmes em flashes de luz.

Os microcomputadores, máquinas que introduziram uma nova face para a produção das informações, chegaram em 1985. Por consequência, no ano de 1991 começou processo de informatização pelo Departamento de Artes, mas a máquina de escrever só foi, de fato, substituída em 1992. O ano seguinte também

trouxe inovações: as imagens deixaram de ser produzidas na fotomecânica passando a ser escaneadas. Em 1995, a redação do JC Bauru concluiu informatização total. Todas as páginas e fotos começaram a ser geradas via computador; a fotomecânica deixou de fotografar as páginas e o fotolito⁸, gerado eletronicamente pela pré-impressão. A partir desses acontecimentos, surgiu também o processo de cadernização do jornal e o lançamento de suplementos. Em 1996, o Jornal da Cidade começou a circular colorido. O uso do notebook ganhou espaço, principalmente, para as matérias realizadas fora de Bauru. Além disso, naquele ano, teve início a fotografia digital, dispensando, assim, a revelação dos filmes.

Acompanhando esse processo tecnológico, outra modificação surgiu, mas em relação à circulação do impresso. Em 1998, o JC sentiu a necessidade de ter informação veiculada de segunda-feira, já que o leitor tinha acesso aos conteúdos do jornal somente na terça-feira. Essa mudança se deu, em um primeiro momento, em função dos jogos de futebol. Porém, não foi somente no esporte que essa nova proposta ocorreu, mas em todo noticiário.

Com a entrada do ano de 2000, o processo de pré-impressão eliminou o fotolito e o jornal passou direto para a chapa de impressão pelo sistema *Computer To Plate* (CTP). Dois anos depois foi implantado um software específico para administrar e arquivar fotos digitais. Atualmente, o arquivo do jornal possui mais de 400 mil imagens digitais de Bauru, região, do Brasil e do mundo. No ano de 2006, chegaram novas unidades de impressão do jornal e o parque gráfico dobrou a sua capacidade de impressão colorida. Em 2007 o JC começou a utilizar para a impressão do jornal papel de áreas de reflorestamento, de empresas ecologicamente autossustentáveis, colaborando com o meio ambiente.

Atualmente, as páginas do Jornal da Cidade de Bauru são montadas no computador, permitindo mudança no tratamento da imagem e na velocidade da informação, tanto em relação ao conteúdo gráfico quanto ao textual.

⁸É um filme transparente que serve como matriz para a impressão de qualquer material gráfico. Sua origem está no processo de foto e gravação. (O QUE..., [2015?]).

4.1 DESCRIÇÃO DO JORNAL IMPRESSO

Para a descrição do jornal impresso, foram avaliadas as edições dos dias 22 de março de 2015 (domingo), 07 de abril de 2015 (terça-feira) escolhidas aleatoriamente para permitir o conhecimento do produto veiculado.

O Jornal da Cidade de Bauru é veiculado diariamente com aproximadamente 32 páginas, com tamanho de 56 centímetros por 32 centímetros. Geralmente, as páginas são estruturadas por uma notícia principal, ilustrada com fotografia e informações ampliadas acompanhadas de texto detalhado, chamado *box*, para auxiliar o leitor no aprofundamento do que está sendo transmitido. Na sequência, duas ou mais notícias menores, vão abaixo da notícia principal na mesma página, também com a presença da imagem. O espaço publicitário é distribuído ao longo das páginas, sendo diagramado a partir da base da página em direção ao topo.

Durante a semana, como percebido nas edições de terça e domingo, o jornal é composto por cinco cadernos: Bauru, Esporte, Regional, Brasil e Cultura.

O primeiro caderno é o de Bauru e ocupa as páginas 01 até a 08. Nele, encontram-se as editorias: a) Opinião, que é composta por duas colunas fixas, uma voltada aos bastidores políticos e outra chamada de Tribuna do leitor, dois artigos de contribuições de colaboradores e o rodapé, contendo uma frase extraída das redes sociais referente a um assunto factual, com título: "O que eles dizem"; b) Política, mostrando para o leitor como as ações dos políticos influenciam em Bauru e utilizando em grande quantidade o recurso do *box*; c) Geral, que em um primeiro momento informa sobre os resultados da loteria, e, posteriormente, trata de notícias cidade, envolvendo principalmente os bairros. Essa editoria ocupa três páginas do jornal e faz muito uso de fotografias; d) Destaques, assinada pelo colunista Roberto Rufino, a página contém duas colunas fixas que mostram, através de texto curto, os eventos que aconteceram e irão acontecer na cidade. O centro é composto por fotografias de eventos sociais que são notícias na cidade e região; e) Polícia, com informações de temas diversificados, sendo factuais e frias de caráter policial.

Em Esportes, encontram-se os clássicos: Corinthians, Palmeiras, Santos e São Paulo, no Paulistão. A capa costuma trazer o time destaque da rodada. Sempre é mostrada a programação dos jogos na televisão nos canais mais populares de esporte: ESPN, ESPN, ESPM+, ESPN Brasil, SporTV2 e Esporte Interativo, Fox Sports, Fox Sports 2. Também é possível conferir a tabela de classificação dos jogos

de diferentes cidades e a tabela do Campeonato Paulista. Além disso, há a coluna fixa escrita por Leonardo de Brito, que traz comentários sobre esportes. Outras modalidades ganham espaço, casos do tênis, com outra coluna fixa, basquete e vôlei, com calendário das Oitavas de Final no rodapé. Esse segundo caderno costuma ir da página 09 até 12.

O JC Regional, no terceiro caderno, ocupa as páginas 13 a 16 e apresenta notícias de algumas regiões próximas de Bauru. Nas edições analisadas, a coluna fixa sobre Municípios informou sobre as atrações nas cidades: Jacanga, Santa Cruz do Rio Pardo, Macatuba, Agudos e Botucatu. As notícias envolvem: Lençóis Paulista, Jaú, Itapuú e Arealva. Fechando o caderno, a página de Destaque vem com o Circuito Regional, escrito por Aurélio Alonso, atual editor do caderno, com fotos no centro da página de participantes em eventos que já ocorreram, e também com a Agenda disposta na lateral direita, onde mais cidades são apresentadas por meio de notas sobre eventos.

O quarto caderno traz conteúdos sobre o Brasil. As notícias veiculadas são dos acontecimentos de Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro, além da existência da coluna do jornalista Luís Nassif, presente em duas páginas. Nesse caderno é possível encontrar as editorias: a) Internacional, com notícias de várias partes do mundo; b) Meteorologia, carregando informações do Instituto de Pesquisas Meteorológicas (IPMET), sobre o clima no Estado de São Paulo, Brasil e Bauru; as fases da lua, o período das estações do ano e imagens do Satélite Goes; c) Agenda Econômica, página composta por indicadores econômicos, salário mínimo nacional e regional paulista, contribuição à Previdência Social, tabelas, cotação agropecuária e imposto de renda; c) Opinião, contendo Tribuna do leitor, com carta dos leitores, em continuação ao apresentado na página 02 do primeiro caderno. As páginas seguem da 17 até 22.

O quinto caderno é o JC Cultura, que ocupa as páginas 25 até 29. A capa, em geral, é voltada para assuntos factuais, com fotografias e ilustrações. As matérias seguem relacionadas a eventos ou trabalhos de artistas. A coluna Bazar, escrita por Eliane Barbosa, apresenta dicas de produtos como sapatos, maquiagens e lingerie, abordando uma vertente publicitária maior. A Conexão Biz carrega informações sobre famosos e, logo abaixo, aparece o Guia Astral, de João Bidu, com os signos e previsões. Como prestação de serviços, encontra-se a Agenda de Shows, divulgando o horário e o local das apresentações de bandas ou eventos. As Aulas e

Cursos surgem carregando as mesmas características. O entretenimento aparece com as palavras cruzadas, o Sudoku (jogo numérico Japonês) e no rodapé há uma tirinha de HQ. A página ao lado é voltada para a TV, divulgando toda a programação de cada canal da televisão aberta e, para o cinema, apresentando o que está em cartaz e os horários dos filmes. A seção de classificados, composta por duas páginas, da 30 até a 32, finalizam o caderno. O leitor pode encontrar os locais onde estão sendo vendidas residências, apartamentos e veículos. Divulgação de emprego, pontos comerciais, aluguel de sítios e fazendas também está incluída.

Já o jornal que circula aos domingos é diferente. O volume de páginas no total é de 72, sendo que a numeração dessas páginas se reinicia a cada novo caderno. Além disso, a mudança também está no conteúdo. Sendo assim, são 11 cadernos: Bauru, Esportes, Brasil, Comportamento, Economia e Negócios, Cultura, Classificados, Regional, Saúde, Bairros e JC Criança.

O primeiro caderno é o de Bauru. A capa traz as chamadas principais, referentes à Bauru e a notícias de outros cadernos. Nele, encontram-se as editorias: a) Opinião, seguindo a mesma estrutura de terça e quinta, com duas colunas fixas, uma voltada aos bastidores políticos e outra de Tribuna do leitor, dois artigos de contribuições de colaboradores e o rodapé, contendo uma frase extraída das redes sociais referente a um assunto, com título: "O que eles dizem"; b) Política, composta por uma notícia na página onde os subtítulos são mais utilizados do que do box; c) Geral, nessa edição não há informações sobre os resultados da loteria, apenas notícias, utilizando várias fotografias; d) Destaque, com duas colunas fixas assinadas por Roberto Rufino e cujas fotografias possuem a característica de permanecerem no centro da página; e) Geral, envolvendo assuntos diversificados, como bairros, escolas e, na edição analisada, uma das páginas dessa editoria era voltada à Páscoa; f) Dia mundial da água, editoria especial que ocupou duas páginas, mostrando a água no Aquífero Guarani em Bauru, envolvendo, além dos textos, desenhos, mostrando os bolsões de água subterrâneos, fotografias e box; g) Geral, apresentando o "Você precisa saber", em que o jornal explica para o leitor sobre a estação do ano daquele período; h) Polícia: as notícias apresentadas nessa edição são mais factuais, relacionadas a ocorrências registradas no dia anterior; i) Geral, trazendo um diferencial: a "Entrevista da semana", cuja estrutura textual baseia-se no modelo *pingue pongue*, com perguntas e respostas na sequência, depois de uma introdução realizada pelo jornalista. Abaixo da fotografia do

entrevistado, é traçado o perfil dele;j) Polícia, compostas por notícias curtas; l) Regional, ainda seguindo a editoria anterior (Polícia), mas mostrando os crimes nas cidades vizinhas.

O segundo caderno é o de Esportes e a capa é o destaque do campeonato Paulista; no caso da edição analisada, o enfoque é dado ao Santos. Os clássicos: Corinthians, Palmeiras, Santos e São Paulo permanecem nas páginas, assim como as tabelas, a coluna fixa do jornalista Leonardo de Brito, a programação dos canais de televisão e os outros esportes: Handebol e Tênis. Uma coluna nova aparece do lado esquerdo com o título "Rápidas", composta por três notícias curtas. A última página aparece com outro esporte, o Stock Car.

O caderno sobre o Brasil é o terceiro.As notícias veiculadas abordam informações a respeito de Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro. Na sequência encontram-se algumas diferenças do jornal semanal: o "Contexto Paulista" - Rede Paulista de Jornais, escrito por Wilson Marini, com notas sobre vários assuntos relativos ao estado de São Paulo. A coluna fixa de Luís Nassif e as informações com indicadores econômicos seguem compondo uma página. A coluna semanal do Bispo Diocesano de Bauru, Dom Caetano Ferrari, "Conversando com o Bispo", também entra como novidade, assim como a Agenda da Paróquia Senhor Bom Jesus, logo abaixo do texto. A Meteorologia vem na mesma página, mostrando o clima no Estado de São Paulo, Brasil e Bauru de acordo com Instituto de Pesquisas Meteorológicas (IPMET). As editorias mudam um pouco também: a) Opinião, com "Tribuna do leitor", b) Internacional, com os factuais de várias partes do mundo. c) Geral, editoria que não se encontrava nas edições semanais, vem com o "Resumo da Semana", onde são apresentadas as manchetes de toda a semana do JC, resumindo os fatos principais.

O quarto caderno é o de Comportamento, semanal, pois é veiculado apenas na edição de domingo. A edição é analisada foi para a mulher, devido ao mês de março, portanto as matérias abordam temas como: transformação de vida, persistência e superação. A coluna de João Bidu, que carrega o título: "E agora, João", também faz parte do caderno. As fotografias coloridas auxiliam na intencionalidade dos textos, que têm como intuito mostrar um cenário positivo para o leitor. A última página possui uma vertente publicitária, com preços de sapatos e roupas para a mulher.

Economia e Negócios é nome do quinto caderno e circula somente aos domingos. A capa é composta por uma notícia principal, com conteúdos relacionados ao dólar. Em seguida, o título: "Gente, Negócio e Propaganda" ocupa duas páginas, com informações curtas de Reinaldo Cafeo em "Descomplicando a economia" e quatro notícias distribuídas em uma das páginas. A outra é voltada para a publicidade, incluindo os assuntos curtos no canto direito, inseridos na proposta "Em Pauta". A última página é de economia, com a notícia direcionada a quem gostaria de começar um negócio. Embaixo, encontram-se fotografias com pequenos textos assinados por Roberto Rufino, com o título geral "Vida Profissional".

O JC Cultura, sexto caderno, possui alguns elementos diferentes na edição de domingo. A notícia factual, por ser curta, se encerra na própria capa, porém, na página seguinte, não aparecem outras notícias, e sim fotos legendadas, numa espécie de coluna social. A página seguinte é muito colorida e chamada de "Ao pé da letra", é composta por poesias enviadas pelos leitores. No centro, encontra-se uma informação que diz: "Participe deste espaço. Envie sua poesia para o e-mail: cultura@jcnet.com.br". O Conexão Biz carrega as informações sobre famosos e as novidades dos canais de televisão. O Guia Astral de João Bidu encerra a página. O "Resumo de Novelas" também é algo novo em relação às edições semanais. O jornal apresenta um resumo da trama das principais novelas da Rede Globo e do SBT. Ao lado, o entretenimento com Palavras Cruzadas, Sudoku e uma tirinha da Turma da Mônica. A página de cinema traz os lançamentos que estão em cartaz e a programação televisiva nos canais abertos. A Agenda permanece como prestação de serviços, com os horários de shows musicais e danças e, posteriormente, aparece uma notícia voltada para o trabalho artístico de um músico, característica dessa editoria. A última página é a de Gastronomia e ensina ao leitor, detalhadamente, como preparar um prato.

O sétimo caderno é direcionado aos classificados, o que também é um diferencial em relação às edições da semana, pois é ampliado em termos de quantidade de páginas e seções.

O JC Regional é o oitavo caderno e traz notícias sobre eventos das cidades ao redor de Bauru. Na edição em questão, o destaque era Pirajuí. Os Destaques permaneceram com o Circuito Regional, escrito por Aurélio Alonso, e a Agenda fixa na lateral direita, com as atrações de outras cidades: Agudos, Arealva, Barra Bonita, Botucatu, Garça, Ibitinga, Pirajuí e Piratininga.

O nono caderno, denominado JC Saúde, é mais um diferencial. A capa é estruturada com uma notícia principal e fotografia colorida. Os assuntos tratados são variados, e partem desde cuidados simples, como, por exemplo, montar um lanche balanceado até explicações mais aprofundadas, sobre infecção urinária e outros males que podem prejudicar a saúde. A coluna fixa no canto direito é sobre Sexologia, escrita por Tatiana Presser. Nessa coluna, encontra-se a "Carta da leitora", cujo intuito do jornal é esclarecer alguma dúvida da mulher, sem divulgar a sua identidade, criando um nome fictício na hora do *feedback*. Ilustrações também acompanham o final da coluna, com dicas para os parceiros durante as relações. A página seguinte é uma Consultoria, "Toques e retoques", que fala diretamente com o leitor, assinada pela médica Daniela Hueb. Notícias e outra coluna fixa encerram o caderno, o "Conta-gota", aparece com informações curtas pertinentes à saúde e qualidade de vida.

O último caderno é o JC nos Bairros, que traz uma grande reportagem sobre um tema que afeta os bairros. Na edição do dia 22 de março, a dengue era o destaque. A primeira notícia se encerrava na capa, e vinha com um título sobre o questionamento de soluções caseiras para afastar a dengue. O assunto continuou na página seguinte, com várias fotografias e os sintomas da dengue demonstrados através de desenhos (infográficos). A abordagem trazia uma médica explica detalhadamente sobre sintomas, transmissão e tratamento da doença. O encerramento, na página 4, se deu com Bairros - Serviços, onde o leitor pode se informar sobre o telefone de órgãos públicos, reuniões e cultos religiosos que ocorrem em Bauru, endereço de feiras livres e contato com grupos de apoio, agindo assim, como prestação de serviços.

São perceptíveis as mudanças que ocorrem no jornal no decorrer da semana. As editorias, de maneira geral, são mais extensas aos domingos, dia em que há um aumento dos cadernos e, por consequência, de conteúdos. Isso ocorre devido ao maior fluxo de informações durante a semana, que servem de gancho para o domingo, incluindo as novas notícias.

Conclui-se que o Jornal da Cidade de Bauru trabalha com várias vozes e informações reunidas, sendo assim, muito abrangente. O veículo apresenta notícias sobre Bauru e região, além das nacionais e internacionais. Nas edições analisadas, observaram-se algumas mudanças nos conteúdos semanais em relação ao domingo, como, por exemplo, nos Classificados, que no final de semana ganha um

espaço único, diferente das demais edições, em que está inserido dentro do caderno de cultura.

As editoriais, em geral, são mais extensas aos domingos do que durante a semana. Pode-se atribuir esta característica ao fato de que, no final de semana o leitor está em casa e, portanto, possui mais tempo para ler e folhear maiores informações.

4.2 O JORNAL DA CIDADE NA INTERNET

Entende-se que a modernização das máquinas e a chegada da informatização vieram para contribuir em diversos setores na sociedade, inclusive no processo jornalístico. No Jornal da Cidade de Bauru, a internet ganhou vida em 1996, e hoje é suporte para veiculação da versão digital do jornal impresso, entre outros conteúdos.

Chamado de JCNET, o meio de comunicação é denominado jornalismo online e não webjornalismo. Através das explicações de Mielniczuk (2010), entende-se que webjornalismo é o conceito usado para notícias e sites criados exclusivamente para a internet, o que difere do JC, pois esse migrou da versão impressa para o ciberespaço. Para entender de maneira mais clara a história do veículo na internet, foi realizado um questionário com dez perguntas e enviado via e-mail para a editora de Multimídia, Márcia Duran, com o intuito de diferenciá-lo das páginas de papel.

Criado em 03 de setembro de 1996, o JCNET transmitia informações pelo site⁹, mas sem imagens, apenas com textos que eram utilizados nas reportagens do impresso. Antes, também não havia atualização constante da notícia, uma das características principais listadas para o jornalismo online. Foi, aos poucos, que os jornalistas passaram a introduzir fotografias e, em 2007, houve a criação do recurso *Flip Page*, que permite ao leitor “folhear” a edição impressa na versão digital.

Quatro anos depois, em 2011, o jornal começou a se estruturar e surgiu o item “Últimas Notícias”, opção em que o internauta se informa sobre os acontecimentos mais recentes. Nesse mesmo ano, o JCNET ganhou vida própria, entrando para as redes sociais como página do *Facebook*, com o intuito de gerar maior interatividade com o leitor, mas sempre caminhando ao lado do

⁹ Pinho (2003, p.267) define site como "um endereço cuja porta de entrada é sempre a sua home page".

impresso. No ano seguinte, o site passou a funcionar 24 horas por dia, durante toda a semana, com atualização constante dos conteúdos, sendo postadas as informações a cada uma hora na seção “Últimas Notícias”. Atualmente são postadas cerca de 120 a 160 notícias no site, número que depende dos acontecimentos do dia.

A produção desse conteúdo envolve dez profissionais, que visam, como característica fundamental do site, a atualização constante das informações (factualidade), sendo uma das diferenças entre o site e o impresso. Mas outras peculiaridades estão envolvidas, como, por exemplo, um acidente de trânsito que interdita uma rua geralmente é publicado no site, pois no impresso perderia o valor, sendo aquela notícia de relevância para o momento. Sendo assim, na internet, a notícia é distribuída para o leitor logo após o acontecimento, mas conforme surgem novas informações, o texto é aprimorado.

Além disso, o JCNET não trabalha com a notícia aprofundada, o que também o difere do jornal impresso.

4.3 DESCRIÇÃO DO SITE JCNET

Ao acessar o site do jornal, na *front page*¹⁰, encontra-se na parte superior o número do telefone do JC, para os interessados em assinar a edição impressa, atendimento JC, o Newsletter JCNET, por meio do qual o leitor pode receber informações diretovia e-mail. Atualmente essa ferramenta não está disponível devido a ajustes nos servidores. A parte superior segue com o símbolo do jornal, seguido de propaganda na mesma linha. Logo abaixo, o site informa o dia da semana, a data atual e a temperatura de Bauru. Na sequência, há a opção "curtir" relacionada à rede social *Facebook* e o número de curtidas até o momento.

A coluna de cor azul no canto esquerdo indica o horário e divide os assuntos por editoria, sendo as notícias de: Política, Economia, Geral, Polícia, Bairros, Esportes, Regional, Cultura, Nacional, Internacional, Eleições, também encontradas no impresso. Logo abaixo das notícias, há a opção *Canais*, dividida em: Classificados, Agendinha, Cinema, Bauru Pocket. Em seguida encontra-se o item *Coluna*, formada com as opções Tribuna do leitor, Entrelinhas, Em confiança,

¹⁰ Página principal, de acesso aos demais conteúdos do site.

Horóscopo. A opção *Serviços*, assim como as outras, contém subtópicos com: Falecimentos, JC na Escola, Loterias, Atendimento JC. Para finalizar a coluna, há a *Pesquisa*, onde o leitor pode buscar informações com palavras-chave ou títulos de matérias específicas.

O lado esquerdo da página é composto por cinco imagens com legenda embaixo e, ao clicar na foto, a notícia se amplia. A fonte é informada; em geral, são notícias da Agência Brasil e Estadão. Ao lado, encontram-se a capa do jornal impresso e a edição do dia, além de outros cadernos do JC.

O centro da página é composto por uma informação principal em negrito. Logo abaixo, quatro pequenas notícias são transmitidas com o título e, ao passar o mouse por essas informações, uma fotografia ilustra o conteúdo, gerando, assim, mais animação. As notícias transmitidas no centro são as mais importantes, pois convidam o leitor para as chamadas principais, além de serem factuais.

A publicidade entra e, em seguida, aparecem em destaque as *Últimas Notícias*, que estão em constante atualização. Geralmente, essas informações são da editoria de Polícia. Ainda em destaque, temos a opção *Opinião* e a publicidade encerra aquele espaço.

Os eventos são marcados pelos filmes em cartaz, e a parte debaixo segue com pequenos tópicos envolvendo os cadernos e seções semanais: *Automercado, Gastronomia, Bairros, Ciências, Cultura, Criança, Recursos Humanos, Pesca, Mulher, Regional, Saúde, Ser e Turismo*. O fim da página traz o JC Digital, em que edições especiais são disponibilizadas. O rodapé é finalizado pelo contato com o Jornal através do telefone: (14) 3104-3104.

Conclui-se que o site passou por modificações desde a sua criação, devido ao próprio ritmo que a internet pede. As notícias não são transmitidas com profundidade e servem para auxiliar rapidamente o leitor sobre o fato. Alguns recursos de multimídia ainda não são utilizados de forma contínua, como, por exemplo, o vídeo. Porém, as fotografias têm ganho bastante espaço nas notícias principais.

5 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

O Jornal da Cidade de Bauru não autorizou o contato dessa pesquisadora a seus assinantes, apesar de ter autorizado a realização da pesquisa (como consta em apêndice desse trabalho). Dessa forma, buscou-se leitores para análise de perfil, hábitos e interesses, através das redes sociais. Devido à falta de disponibilidade dos leitores em se reunirem todos no mesmo dia e horário para a realização do Grupo Focal, o método da pesquisa qualitativa foi alterado de Grupo Focal para Entrevista em Profundidade. As mudanças diminuíram o número de indivíduos proposto no início do projeto, mas avalia-se que preliminarmente que isto não prejudicou a busca por informações, uma vez que tal método

[...] é uma técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las [...] O pesquisador deve recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada para obter informações que se deseja conhecer. (DUARTE, 2010, p. 63).

Sendo assim, ao todo, foram entrevistados dez leitores, sendo cinco que migraram da versão impressa para a versão digital e cinco que utilizam os dois suportes de texto por meio de questões semi abertas, ou seja, que partem de um roteiro base e servem de guia para o pesquisador.

O roteiro foi composto por dez perguntas, que foram gravadas e transcritas para as análises. Além disso, também foi realizada uma breve entrevista com o diretor de redação, João Elias Jabbour¹¹, e com uma das responsáveis pelo setor de circulação do jornal, Rosana Mariano¹². O intuito era saber a média da idade dos assinantes, nível de escolaridade, sexo predominante e o tempo de assinatura da maioria dos leitores, a fim de traçar alguns perfis gerais e também a fim de saber a quantidade de jornais que circulam na cidade de Bauru.

Segundo João Elias Jabbour, cerca de 20 mil jornais circulam durante a semana, aproximadamente 23 mil aos domingos e 4.000 são vendidos em bancas,

¹¹ Em entrevista a esta autora no dia 14 de abril, realizada na Universidade Sagrado Coração.

¹² Em entrevista concedida à autora no dia 12 de maio, na sede do Jornal da Cidade de Bauru.

padarias e também em mercados. Quanto ao perfil geral do leitor, de acordo com Rosana Mariano, não há uma média geral, pois o jornal ainda não fez nenhuma pesquisa em relação ao assunto. Porém, segundo Rosana Mariano, acredita-se o jornal impresso é lido por um público acima de 30 anos, com nível de escolaridade de, pelo menos, segundo grau completo. Não há estimativa quanto à média de tempo que esses consumidores assinam o jornal. Há quem o assina desde os primeiros anos de circulação e também há leitores recentes, que começaram a prática de leitura por assinatura no ano passado.

Para comparar com as informações transmitidas pelos membros do Jornal da Cidade de Bauru/JCNET, e também com as hipóteses citadas nessa pesquisa, a fim de chegar a um resultado final, foram realizadas as dez entrevistas. Em um primeiro momento, foram buscados leitores que leem o jornal impresso e o site.

O primeiro entrevistado, do sexo masculino, tem 56 anos, é assinante do jornal e, apesar de ter acesso à versão digital, prefere o impresso, que lê todos os dias, durante a manhã, diferente do site, em que não há dia definido para a prática de leitura. Segundo a fonte, o Jornal da Cidade de Bauru está em sua família há gerações, fomentando assim o hábito. Além disso, para ele, com o papel na mão, o leitor presta mais atenção na informação. Seus interesses no jornal estão relacionados às editorias de Esporte e Entretenimento. Fora o jornal impresso, as mídias mais consumidas são rádio e televisão, e casualmente a internet. Ele acredita que o jornal impresso não precisa de modificações.

O segundo entrevistado, do sexo masculino, tem 59 anos, e é assinante do jornal. Ele também não tem dia definido para ler o JCNET, mas o consome. Já o impresso, a leitura acontece frequentemente, todos os dias, no período da manhã. De acordo com a fonte, a mídia é muito forte na cidade de Bauru, e então vale a pena a leitura, que se tornou algo de costume em sua residência. Seus interesses estão relacionados às editorias de Esporte e Política. A outra mídia que mais consome é a própria internet. Ele acredita que o jornal não precisa de modificações.

O terceiro entrevistado, do sexo masculino, tem 45 anos, e é assinante. Diferente dos entrevistados anteriores, assim como o jornal impresso, ele lê o site todos os dias, durante a manhã, mas prefere o impresso, pois, para ele, o leitor tem a chance de folhear todas as informações, ao invés de escolher uma específica, como na internet. Além disso, ele seguiu a tradição de sua família em sempre ler no papel. Seus interesses estão relacionados às editorias da própria cidade de Bauru e

Classificados. A outra mídia que mais consome é a internet. Ele também acredita que o jornal não precisa de modificações.

A quarta entrevistada é do sexo feminino, tem 44 anos e é assinante. Ela lê ambos os suportes porque gosta de se manter bem informada, porém, no jornal impresso, a leitura é realizada todos os dias, durante a manhã, diferente do site, em que a leitura acontece quando a fonte viaja. Além do contato com o papel, ela diz que você presta mais atenção com o jornal em mãos. Seus interesses estão relacionados às editorias de Bairros e Saúde. Consome outras mídias frequentemente, como a internet e a televisão. Acredita que o jornal poderia ser de tamanho menor, para ser mais fácil de manusear.

A quinta entrevistada é do sexo feminino, tem 23 anos e é leitora de banca. Ela lê os dois suportes todos os dias no período do almoço, mas diz preferir o impresso devido à tradição familiar. Por morar com a sua avó, criou o hábito de leitura e associou a ideia de credibilidade à notícia impressa. Seus interesses são relacionados a informações regionais e de Cultura. As outras mídias que mais consome são a internet e a televisão. A fonte acredita que poderia haver mudanças no jornal impresso em relação ao tamanho, podendo ser também mais moderno.

Posteriormente, foram selecionados leitores que abandonaram o jornal impresso para ler, exclusivamente, o JCNET.

O primeiro entrevistado, do sexo masculino, tem 26 anos. Ele abandonou a forma tradicional de ler notícia quando mudou de emprego. As pessoas ao seu redor liam notícias pela internet, hábito que começou a fazer parte do seu cotidiano. Outro fator que definiu o abandono, foi a praticidade de poder ler o jornal digital em qualquer lugar, sem precisar esperar pela informação no dia seguinte. A prática de leitura é realizada pelo notebook, todos os dias, pela manhã, e o indivíduo não se informa pelas redes sociais (*Facebook ou Instagram*). Seus interesses estão relacionados às editorias de Política e Bauru, como a coluna Entrelinhas. O outro tipo de mídia que ele mais consome além da internet é o rádio. O leitor acredita que não há diferença entre o impresso e o digital, e o abandono ocorreu devido apenas ao comodismo. Quanto ao site, para ele, poderia possuir mais vídeos.

O segundo entrevistado também é do sexo masculino e tem 25 anos. Ele criou o hábito de ler o digital no seu trabalho, pela praticidade e posteriormente abandonou o impresso. A prática de leitura é realizada pelo computador, todos os dias, no período da manhã. O leitor também não tem o hábito de se informar pelas

redes sociais. Seus interesses estão relacionados a Polícia e Bairros. O outro tipo de mídia que mais consome é a televisão. Ele acredita que há diferenças na linguagem dos suportes, sendo as notícias do impresso mais longas e as do site, mais rápidas e curtas. Ele também opina sobre as modificações que poderiam ocorrer na plataforma digital, cujo layout deveria ser mais atualizado.

A terceira entrevistada é do sexo feminino e tem 23 anos. O motivo do abandono do jornal impresso ocorreu devido à praticidade e agilidade do site. Segundo a fonte, as notícias do JCNET podem ser lidas independentemente se o leitor está dentro ou fora de casa, podendo acessar em qualquer lugar. A prática de leitura é realizada pelo celular, quatro vezes por semana e nos três períodos do dia (manhã, tarde e noite), com o hábito de se informar pelas redes sociais. Seus interesses estão relacionados às editorias de Economia e Cultura. A outra mídia mais consumida no cotidiano é o rádio. Ela acredita que as notícias são diferentes de um meio para outro, e que o site poderia ter mais fotos e vídeos, e também um visual mais bonito.

A quarta entrevistada é do sexo feminino e tem 29 anos. Ela resolveu abandonar o impresso porque mudou de casa, passando a residir em um apartamento e avaliou como mais prática a leitura pelo digital. Outro fator determinante é que o papel a incomodava muito, bem como o tamanho. A leitura é realizada pelo notebook, no período da tarde, aos domingos e não possui o hábito de se informar pelas redes sociais. Seus interesses ao ler o jornal estão relacionados às editorias de destaques do site e cultura. As outras mídias que mais consome, além da internet, são o rádio e a televisão. Ela acredita que não há diferença do conteúdo impresso para o digital, mas, em relação ao site, poderia haver uma modificação no layout e nos ícones, que são muito pequenos.

A quinta entrevistada é do sexo feminino e tem 26 anos. O abandono do impresso ocorreu por questões financeiras e práticas. Em sua casa todos liam o jornal, mas com a vinda do JCNET, a assinatura foi cancelada e as notícias passaram ser consumidas apenas pelo site. A prática de leitura da fonte é realizada pelo notebook, todos os dias no período da manhã e ela não possui o hábito de se informar pelas redes sociais. Seus interesses estão relacionados às editorias de Polícia e Classificados. Outra mídia que mais consome é a televisão. Ela acredita que não há diferença nos conteúdos jornal que lia antes, para o site, e também acredita que não são necessárias modificações no ambiente digital.

A partir dos depoimentos recolhidos, foi possível chegar às tendências que indicam determinantes de perfil, hábitos e os interesses de cada grupo de leitores e realizar um entendimento geral do tema propostos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas referências bibliográficas utilizadas ao longo da pesquisa, foi possível o entendimento de que os meios de comunicação caminham ao lado da tecnologia e estão, aos poucos, se adaptando a realidade digital. O jornal impresso assumiu diferentes papéis durante os séculos e atualmente, mesmo nesse cenário de tantas máquinas e conexões, sua permanência em sociedade não desapareceu, mas precisa ser inovada para que, principalmente, os jovens, possam criar o hábito cada vez maior da leitura pelo papel, sem precisar abandoná-lo, como argumentado a seguir.

Concluiu-se sobre a Questão Norteadora que os motivos que levam os leitores para convergência da plataforma digital estão relacionados à praticidade da informação, principalmente no que tange ao acesso ao suporte. Poder acessá-lo em qualquer lugar corrobora como um determinante na mudança de o perfil de leitor para internauta. Isso é potencializado quando esse internauta consome frequentemente o rádio, que, tal como a internet, se caracteriza pela produção e difusão ágil das informações. O hábito de leitura e a tradição familiar que acompanham a família dos entrevistados durante anos, por outro lado, são motivos que prendem os leitores ao jornal impresso, tornando tal segmento de público muito fiel a esse veículo de comunicação.

A partir das análises das respostas, foi possível notar que apenas uma hipótese da pesquisa foi confirmada, sendo que os leitores lêem as notícias pelo site devido a questões práticas, resposta de todos os entrevistados a respeito do abandono do jornal impresso. As outras hipóteses (b) A presença de jornais em páginas de entretenimento na internet, como *Facebook* e *Instagram*, são fatores que levam o leitor a se informar pela plataforma digital; c) Os leitores que fazem uso do jornal impresso preferem a informação mais aprofundada e interpretativa, características desse meio foram negadas.

A presença de jornais nas redes sociais, como *Facebook* ou *Instagram*, não leva o leitor a se informar pela plataforma digital, uma vez que os internautas preferem abrir o site diretamente. Notícia é sinônimo de jornal e site, não de rede social, que preza pelo relacionamento. Quanto à informação aprofundada, os leitores que fazem uso do jornal impresso e do digital realizam a leitura pelo hábito ou por tradição familiar, e não por buscar a notícia mais aprofundada ou interpretativa.

A última hipótese (d) Muitos leitores ainda não adquiriram confiança no conteúdo das plataformas digitais, não se mostra uma tendência, muito embora um dos entrevistados tenha indicado associar credibilidade a veículo impresso, ou seja, nesse caso, o suporte não interfere no que deveria ser uma qualidade do conteúdo jornalístico. Tal qualidade pode ser entendida como inerente à atividade e ao veículo em questão.

Na nova metodologia aplicada, a proposta era entrevistar leitores de várias idades que fazem uso tanto do jornal impresso quanto do site. No entanto, os leitores encontrados, de maneira predominante, estão na faixa etária de 40 anos ou mais, há apenas uma leitora de 23 anos. Durante a seleção dos que lêem ambos os suportes, percebeu-se que os jovens têm contato maior e mais frequente com o site do que com o produto impresso.

Também foi possível analisar que, dos cinco leitores entrevistados, três lêem o jornal impresso porque seguiram tradição familiar, enquanto os outros dois por costume. A prática de leitura do jornal impresso entre todos os indivíduos se dá diariamente e, principalmente, no período da manhã. Quanto ao site, é um meio de comunicação presente na vida desses leitores, porém, com menos intensidade do que o impresso.

Apesar dos gostos variados, a editoria de Esporte aparece nas respostas mais de uma vez. Três dos leitores acreditam que o jornal impresso não precisa de modificações, enquanto dois deles avaliam que poderia existir uma mudança no tamanho.

Também houve a tentativa de encontrar leitores de várias idades que abandonaram o jornal impresso para realizar a leitura através do digital. Isso envolveu leitores com idade entre 20 e 30 anos. Os indivíduos com idade superior a 30 anos não abandonaram o modo de leitura impresso.

Em relação aos hábitos de leitura, os aparelhos notebook e celular são os mais utilizados. A maioria dos leitores (quatro deles) não tem o costume de se informar pelas redes sociais e acessam diretamente o site. O rádio e a televisão são os meios de comunicação mais consumidos entre esse público, depois da própria internet.

Quanto aos interesses do internauta, a partir da coleta de dados, entende-se que, apesar de gostos distintos, as editorias de polícia e cultura aparecem nas respostas de mais de um leitor. Além disso, quatro dos entrevistados acreditam que

o site precisa passar por modificações no conteúdo visual, com a melhoria do layout e também com mais conteúdos multimídias, sendo a inserção de mais fotografias e de vídeos.

Mesmo com a maioria dos leitores fiéis do jornal impresso diz que, embora o produto não precise de modificações, é fundamental que essas aconteçam. Tomando como base os leitores que abandonaram o jornal impresso, apenas dois acreditam que há diferença de um suporte para outro e como possíveis soluções tecnológicas que possam agregar o produto impresso indicaram o conteúdo gráfico. Os indivíduos dizem que conseguem ler a notícia do JCNET em qualquer lugar, fora de casa. Se o Jornal da Cidade de Bauru fosse de tamanho menor, a portabilidade seria mais fácil, o que poderia atrair mais leitores.

Realizados esses apontados a partir das respostas às questões norteadoras e às conferências das hipóteses, é possível afirmar que, enquanto o hábito de leitura estiver presente entre as famílias, o consumidor se manterá como leitor fiel ao suporte impresso, pois a esse hábito estão relacionadas questões afetivas. Folhear o papel inspira familiaridade, segurança e, por conseguinte, credibilidade. O distanciamento gerado pela mobilidade social, quer pela mudança de casa ou de cidade, quer pela ida ao trabalho, determina a mudança de o leitor ao internauta. Os laços 'rompidos' são retomados por meio dos nós da internet, ou seja, a presença de computadores, *smartphones* e *tablets* favorece o acesso às notícias e, por conseguinte, à ideia de pertencimento a uma dada sociedade. Quanto mais jovem o leitor, mais apto estará a restaurar/substituir esses laços pelos nós, ou seja, trocar o suporte impresso pelo digital; quanto mais acostumado às mídias móveis e mais efêmeras, como o rádio, maior tendência terá ao consumo do jornal digital. A gratuidade, nesse caso, não é um determinante para a mudança, mas um detalhe; diferentemente do formato, cuja facilidade de portabilidade poderia modificar a manutenção do acesso ao suporte impresso no caso das mulheres (exemplo disso são as revistas femininas, muitas convertidas ao formato *pocket*).

No caso do Jornal da Cidade, pertencente ao mesmo grupo que detém a emissora radiofônica 96FM, o fortalecimento de sua associação à rádio poderia motivar maior acesso ao veículo impresso, seja por meio de uma cobertura multimídia, por convergência de conteúdo. Para atrair jovens à leitura do suporte impresso, faz-se fundamental o uso de recursos multimídia e, no caso da versão impressa, de imagens e infográficos, além de mudanças contínuas (e perceptíveis)

de projeto gráfico e estudos de novos formatos impressos. Os interesses de o leitor e o internauta residem na notícia, nas reportagens veiculadas pelo Jornal da Cidade, que, sejam pelo jornal ou pelo site, os ligam à sociedade à qual mantêm sentimento de pertença.

REFERÊNCIAS

- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- BERNARDET, Jean Claude; KNAPP, Wolfgang; ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo, Editora e Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- BORDENAVE, Juan. **O que é comunicação?** 12e. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 8e. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet**. 2e. Rio de Janeiro: Revista e Ampliada, 2006.
- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre internet, negócios e sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
- _____. **A Sociedade em Rede. A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COSTA, Caio Tulio. A cadeia de valor na indústria do jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v. 3, n. 9, p. 54-60, abr./jun. 2014. Disponível em: <http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_9/#52>. Acesso em: 01 abr. 2015.
- COSTA CESARINO, Flávia. Primeiro Cinema. In: MASCARELLO, Fernando (Org). **História do cinema mundial**. São Paulo: Papyrus Editora, 2006.
- CRESWELL, John. **Projeto de Pesquisa: Método qualitativo, quantitativo e misto**. 3e. São Paulo: Sage; Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DEFLEUR, Melvin; ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.
- FRANÇOIS, Jost. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.
- GOODE, William Josiah; HATT, Paul K. **Métodos em pesquisa social**. 3e. São Paulo: Cia Editoria Nacional, 1969.

GOULART, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

HOBBSAWM, Eric. **A era das revoluções**: 1789–1848. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

JONHNN, Helemann. **A Verdadeira História da Internet** - Guerra dos navegadores. Estados Unidos. Exibido em: 2008 pelo Discovery Channel, duração: 42 min. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=MeqxcMEO4lg> >

KLACHQUIN, Carlos. O Som no Cinema: Transcrição da palestra do consultor da Dolby, Carlos Klachquin, realizada no seminário ABC - A Imagem Sonora. **Associação Brasileira de Cinematografia**, 2010. Disponível em: <<http://www.abcine.org.br/artigos/?id=121&/o-som-no-cinema>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

LEMOS, André; Lévy, Pierre. **O futuro da internet**: Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André; Palácios, Marcos (Orgs). **Janelas do Ciberespaço**: Comunicação e Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. São Paulo: Calandra, 2003.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. São Paulo: Calandra, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

_____. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.

MARQUES DE MELO, José. **História Social da Imprensa**: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: Um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus Editorial, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

_____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MÍDIA. IN. RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA GUIMARÃES, Gustavo. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conceitos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; Palácios, Marcos (Org.). **Modelos de jornalismo digital**. São Paulo: Calandra, 2010.

O QUE é Fitolito e para que serve? **Prima Stampa**, [2015?]. Disponível em: <<http://www.primastampa.com.br/artigo/o-que-e-itolito-e-para-que-serve>>. Acesso em: 25 abr. 2015.

PINHO, B. J. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção da informação online. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

RUDÉ, George. **A multidão na história**: estudo dos movimentos populares na França e na Inglaterra. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

SOUZA, Pedro Jorge. **Elementos da Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Medias**. 2e. Porto Alegre: Revista e Ampliada, 2006.

SQUIRRA, Sebastião. **Jornalismo Online**. São Paulo: CJE/ECA/USP, 1998.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2003.

APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA GISELLE CASTILHO HILÁRIO BONOMO – EDITORA-CHEFE DO JORNAL DA CIDADE

1 - Quando o jornal foi fundado?

Em 01 de agosto de 1967, naquela época o jornal não era dividido por editorias, não havia. Era comum que muitas matérias se esgotassem nas capas dos jornais e no JC não era diferente, que as coisas foram mudando.

2 - Quando o jornal foi fundado era semanal?

Não, ele sempre foi um jornal diário, desde a primeira edição, mas não tinha a edição de segunda. A edição de segunda ela é uma novidade na imprensa brasileira, é uma coisa jovem [...] Muitas vezes o que acontecia, no domingo, por exemplo, o leitor iria ter acesso só na edição de terça-feira, como os resultados de jogos. Começou muito em função dos jogos. A internet não era tão forte ainda então, havia muito a necessidade do leitor. Tinha aquela coisa de concorrer com a televisão e com o rádio, então os jornais só iam dar resultados da rodada, na edição de terça, e os leitores começaram a cobrar [...] E aí, ele não agregou só esportes, agregou todo o noticiário.

3 - Como era o processo de produção?

Completamente diferente. O jornal da cidade sempre foi bem de vanguarda, então assim, ele foi fundado em 1967 e já em 1972 ele já era Off 07, sendo o primeiro jornal do interior do estado a rodar assim, então dá uma diferença na impressão e depois com todas as mudanças. Quando eu entrei, em 1990, era máquina de escrever ainda, mas logo depois entrou o processo de informatização.

4 - O novo processo facilitou?

Facilitou. Quando eu entrei como era, você fazia as matérias, aí a gente passava para o editor, ele definia o que iria usar. Ele tinha um papel que a gente chama de mancha, que era do tamanho do papel de jornal, todo riscado e ele pré diagramava naquele papel. O editor mandava as matérias para digitação (havia um setor

específico para isso e na época em que eu entrei havia uns vinte digitadores) e daí, esse material digitado saia numa maquininha e já saia em tiras. As tiras eram do tamanho das colunas, que depois eram recortadas. Essas tiras, elas iam para a montagem das páginas. Passavam parafina e colavam numa outra página. Essas páginas eram fotografadas e saia o fotolito, do tamanho da página.

A breve entrevista com a editora chefe serviu para reforçar algumas informações que foram organizadas, impressas e distribuídas para a pesquisadora em forma de guia, com o intuito de orientá-la sobre a história do Jornal da Cidade de Bauru.

APÊNDICE B – ENTREVISTA CONCEDIDA POR E-MAIL POR MÁRCIA DURAN - EDITORA MULTIMÍDIA DO JCNET

1 - Quando o JC Net foi criado?

O site foi criado em 3/9/1996. A Internet chegou ao Brasil em 1995, ou seja, um ano depois. A home abrigava apenas as reportagens do Jornal da Cidade impresso. Sem fotos, apenas textos.

2 - O que mudou no conteúdo online e no conteúdo gráfico desde a criação?

Mudou muita coisa. No começo, só tínhamos texto. Depois, passamos a ter fotos e mais tarde vídeos. Em 2007, passamos a ter o Flip Page, que é a edição impressa na versão digital. Você pode “folhear” o jornal impresso pela Internet. Esta versão da home que está no ar é de 2011, assim como o “Últimas Notícias”. Temos a manchete sem foto, quatro destaques rotativos com fotos, cinco sub destaques fixos com fotos e três chamadas secas sem imagem. Logo abaixo, temos o “Últimas Notícias”. A partir de 2011, o JCNET passa a ganhar vida própria, mas continua a caminhar ao lado do JC impresso. Um ano depois, em 2012, passamos a trabalhar 24 horas, todos os dias, finais de semana, feriados, ou seja, 365 dias no ano. A qualquer hora que um leitor/internauta ligar na Redação do JCNET ele será atendido.

3 - Quantos acessos há por dia? Os acessos são contados por notícia?

Desculpe, mas não temos autorização para divulgar esse tipo de informação.

4 - Há perspectivas de mudanças em relação ao site atual? Se sim, quais?

Sim, existem vários projetos prontos e outros em andamento. Não tenho autorização para divulgá-los, mas posso adiantar que o objetivo é deixar o site ainda mais ágil e com mais informações por imagens e investimentos na prestação de serviços.

5 - Quando o jornal entrou para as redes sociais? Qual a importância de ter o jornal nestes espaços virtuais?

Entramos no Facebook em 2011 e no whatsapp em 2015. O principal é a interatividade com o internauta/leitor. As redes sociais nos aproximam do nosso público-alvo.

6 - Qual a característica principal da notícia online?

A factualidade. Aconteceu tem que estar no site. Depois, vamos aprimorando o texto, incluindo mais informações. Entretanto, sabemos que o casamento textos, fotos e vídeos é o perfeito para uma reportagem na plataforma online. O jornalismo digital é de consumo rápido, nem por isso deve ser superficial. Acredito que estamos nos aperfeiçoando com o tempo.

7 - Quantas pessoas são responsáveis pelo site?

O site tem um editor multimídia, um web máster e oito redatores web.

8 - As notícias são atualizadas a cada quanto tempo?

O “Últimas Notícias” é atualizado de hora em hora. A capa “roda” conforme a importância das notícias. Via de regra, uma notícia fica na “capa” do site umas quatro horas. Mas pode ficar mais ou menos. Depende da importância dela.

**APÊNDICE C - TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA JOÃO ELIAS JABBOUR –
DIRETOR DE REDAÇÃO DO JORNAL DA CIDADE**

1 - Quantos jornais circulam durante a semana?

Cerca de 19 a 20 mil por semana

2 - Quantos circulam aos domingos?

O número aproximadamente é de 23 mil.

3 - E em relação a circulação das bancas?

4.000, que também circulam em padarias e mercados.

**APÊNDICE D - TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA ROSANA MARIANO –
RESPONSÁVEL PELO DEPARTAMENTO DE ASSINANTES DO JORNAL DA
CIDADE**

1 - Você tem uma média de idade dos assinantes daqui do JC?

Eu acredito que sim, a gente nunca fez uma pesquisa sobre isso, mas acredito que sim, porque o jornal escrito são mais os mais velhos. Porque criou-se o hábito, e tem os filhos desses muitos mais velhos que acompanham os pais na leitura, mas também temos o lado do digital, que muitos jovens usam pela praticidade.

2 - E quanto ao padrão geral, há um nível de escolaridade?

Não temos esse padrão, mas eu acredito que os leitores tem, pelo menos, o segundo grau completo para se interessar em ler jornal.

3 - Você poderia opinar quanto ao sexo predominante? São mais homens, mulheres ou os dois?

Eu acho que são tanto homens, quanto mulheres, bem dividido.

4 - Há quanto tempo são assinantes do jornal? Em quais bairros são distribuídos o jornal?

Temos assinantes desde a criação do jornal, e temos as assinaturas recentes, que iniciaram a assinatura no ano passado. O jornal é dividido em setores, abrangendo todos os bairros da cidade. Antes de eu entrar, foi feita uma roteirização para a distribuição do jornal, então uma pessoa, que conhece muito bem Bauru, com um mapa, ela dividiu [...] de uma forma que fica mais ou menos igual. Em 2005 foi feita uma nova roteirização, para melhorar a entrega do jornal, mas já existia antes.

5 - Qual seria o perfil dos assinantes?

Acredito que idosos, professores, leitores com cerca de 40 anos para mais.

APÊNDICE E – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA OS ENTREVISTOS COM LEITORES E INTERNAUTAS DO JORNAL DA CIDADE

QUESTÕES PARA OS LEITORES DO JORNAL IMPRESSO:

- 1 - Desde quando você assina o Jornal da Cidade de Bauru?
- 2 - Por que você decidiu começar assinar o jornal?
- 3 - Com que frequência você lê o jornal?
- 4 - Geralmente, em qual período do dia você lê as notícias do JC?
- 5 - Qual editoria você mais consome e por quê?
- 6 - Que outros tipos de mídia você consome com frequência?
- 7 - Para você, qual a importância do hábito de ler o jornal impresso?
- 8 - Apesar de existir o site (JCNET), desde 1996, por que você prefere ler o jornal impresso?
- 9 - Para você, quais são as diferenças entre o site e o impresso que determinam a sua preferência pela leitura?
- 10 - O que você acha que poderia mudar no jornal impresso?

QUESTÕES PARA OS LEITORES DO SITE:

- 1- Em que momento você decidiu abandonar o impresso, para ler o digital?
- 2 - Há quanto tempo você o JCNET?
- 3 - Com que frequência você lê o JCNET?
- 4- Geralmente, em qual período do dia você lê as notícias?
- 5 - Qual editoria você mais consome?
- 6 - Que outros tipos de mídia você consome com frequência?
- 7 - Você tem o hábito de se informar pelas redes sociais (Facebook/Instagram), na página do jornal?
- 8 - Para você, quais são as diferenças entre o site e o impresso que determinam sua preferência pela leitura?

9 - O que você acha que poderia ter no site que ainda não tem?

10 - Em quais tecnologias você lê as notícias? (Apenas no computador, celular)

APÊNDICE F – TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE COM LEITORES E INTERNAUTAS DO JORNAL DA CIDADE

GRUPO 1 – LEITORES QUE LEEM O SUPORTE IMPRESSO E O DIGITAL

FONTE 01

56 anos, sexo masculino: "Assino o Jornal da Cidade a mais ou menos, 35 anos. Isso já veio com a minha família, quando eu era criança meu pai sempre assinou jornal e eu continuei com essa tradição e gosto muito. Todos os dias eu leio o jornal, e de manhã. Já acordo, faço café e já pego o jornal. Eu leio bastante sobre esportes. Eu uso bastante a televisão e o rádio (AM), mas a televisão é mais para o futebol, e notícias é mais pelo jornal. Eu acho que a gente fica mais focado na notícia, do que ficar vendo na internet. No jornal impresso você presta bem mais atenção na leitura. O site eu abro quando vejo uma notícia que me chamou a atenção, geralmente é a primeira manchete. Essa comodidade de estar dentro de casa, é um jeito de passar o seu tempo também, você fica lendo o jornal. Acho bem melhor abrir o jornal do que o site, você já vai na página que você gosta. Eu gosto das palavras cruzadas do jornal, algo que não tem no site, e todo dia eu faço. [...] Eu gosto do jeito que é o jornal, eu não mudaria nada, não".

FONTE 02

59 anos, sexo masculino: "Eu assino há mais ou menos 18 anos. Primeiro por ser uma opção muito forte aqui em Bauru, que é impossível a gente ficar sem essa informação, e a gente opta pelo jornal da cidade, pela qualidade e credibilidade das informações, que é muito importante [...] Eu leio todos os dias, as vezes duas vezes o mesmo jornal. Normalmente leio na parte da manhã, entre sete e oito horas. Eu leio bastante sobre esportes, mas também leio sobre tudo, mas atualmente leio mais política. Por falta de tempo, eu vejo realmente o jornal impresso e dou uma olhada na internet, em sites. Eu acredito que o principal fato de você ler o jornal é o hábito, e isso é difícil da pessoa perder, porque é o formato do jornal, que te convida a ler

[...] Leio o site de vez em quando, e, na verdade para quem lê, talvez o site seja melhor porque conseguem dar uma resumida, mas é questão de hábito mesmo, é uma coisa que traz já com você. Não vejo diferença no conteúdo entre um e outro. Eu entendo que o pessoal do site geralmente é um pessoal mais novo, mas eu sou acostumado, não tem jeito. Na questão do jornal, eu gosto muito, eu acho que nunca teve tão bom o jornal como está agora, não mexeria em nada".

FONTE 03

45 anos, masculino: "Na minha casa sempre teve jornal, há pelo menos 20 anos que eu moro em Bauru e leio. Quando eu vim para Bauru e vim trabalhar na empresa, ela já assinava o jornal e eu acabava folheando, hoje leio todo dia, de manhã. Eu vejo mais notícias da cidade de Bauru e classificados. Internet. Olha, é um hábito mesmo. Eu entro no site do JC durante o dia, para ver se tem alguma coisa acontecendo de novidade, mas pela praticidade, eu acho mais fácil do que você acessar. Eu prefiro o impresso, com certeza, por também ao acesso ao conteúdo. No site você não vai clicar em todas as reportagens, você vai pegar uma que chama a atenção, é mais específico. No jornal, não. Você vai folheando e passa a ter um contato maior com todas as notícias. Pelo meu nível de consumo do jornal, pelo contato, eu acho ele um jornal bom e de qualidade [...]".

FONTE 04

44 anos, feminino: "Cerca de 20 anos, e eu sempre gostei muito de informação. No café da manhã, na minha casa, a gente sempre começa pelo jornal, por isso leio mais de manhã e todos os dias. Eu leio o jornal inteiro mas gosto bastante de saúde e bairros, porque eu tenho um jornal sobre isso, então eu gosto muito. Internet e TV, que fica ligada o dia inteiro. No jornal impresso você olha, lê, e quando você vê a matéria você lembra de alguma outra que já saiu, eu sou apaixonada pelo jornal, além do contato com o papel. Eu leio o site quando eu estou fora de Bauru, viajando, aí abro bastante. Eu sou brasileira, enxergo só com os dedos, então o contato é importante [...] o JCNET não é a mesma coisa, eu levo muito mais tempo do que seu tiver com o impresso na mão. Eu acho que você está vendo o jornal e daqui a pouco está clicando em assuntos muito longe do jornal e perde o foco. Tudo é bom no jornal, ele é bem abrangente [...] Mas eu acho que seria bom se todas as páginas

fossem coloridas, ai ficaria demais. O tamanho eu acho um pouquinho desproporcional, eu não consigo ler no ônibus, porque é muito grande, e eu vou atrapalhar o vizinho de poltrona. Se fosse menor, seria mais fácil de manusear".

FONTE 05

23 anos, feminino: "Eu não sou assinante, mas eu leio todos os dias no meu trabalho. Eu costumo ler no período do horário de almoço, de manhã eu só vejo a manchete e na hora do almoço estou mais tranquila e eu pego para conseguir ler. Eu leio muito regional, porque eu sou de Botucatu, e cultura, porque eu descobri que aqui em Bauru a cena cultural é muito mais forte do que da minha cidade, então isso para mim é muito interessante. Televisão e internet. Estar com o jornal impresso na mão e poder analisar, discutir, é outra coisa. Eu fui criada com a minha avó e todo dia as seis horas da manhã ela lia o jornal, então peguei o hábito por conta dela. E é diferente, você pode consultar não só quando você está na frente do celular ou computador [...] Eu leio o JCNET, também todos os dias. A partir do momento em que eu não consigo ler de manhã o jornal impresso, eu dou uma olhada no site. O fator determinante vai do hábito. Apesar das notícias serem as mesmas, elas tem suas peculiaridades, por exemplo, no JCNET eu consigo me atrair visualmente muito mais. O impresso pelo hábito ele me dá mais credibilidade, por mais que o assunto seja o mesmo. O jornal impresso é muito quadrado, eu queria um jornal todo colorido e moderninho, apesar de eu achar que o JC está caminhando para isso, mas o visual ainda não me compra".

GRUPO 2 – LEITORES QUE ABANDONARAM O JORNAL IMPRESSO PARA LER APENAS O JCNET

FONTE 01

26 anos, masculino: "[...] Eu passei a trocar o meio impresso pelo digital porque troquei de emprego e liam muito a versão digital lá. Eu achei mais prático, pela comodidade, eu leio a hora que eu quiser, não preciso chegar o jornal chegar. Desde que surgiu o JCNET eu leio diariamente. Tenho o hábito de acordar cedo e de manhã já abrir as notícias. Eu gosto da entrelinhas, e de política. Eu escuto rádio, também durante a manhã. Eu não dependo do Facebook para ler as notícias. Eu abro o site do JCNET e não me informo pelas redes sociais. A preferência de leitura

se dá pela comodidade mesmo, o conteúdo do jornal impresso é idêntico ao digital. Talvez a interação com vídeos, seria interessante. Eu leio no notebook".

FONTE 02

25 anos, masculino: "Quando eu comecei a trabalhar, eu usava o computador, então era mais prático entrar no site e ver as notícias e entre os sites que acesso, eu entro no JCNET, foi mais prático. Que eu me lembre, já faz uns sete anos que leio todos os dias e de manhã, mas também entro a tarde novamente, para ver se eles atualizam alguma notícia nova. Eu sempre leio polícia e bairros. Televisão. No caso do JCNET, não me informo pelas redes sociais. A linguagem do site é um pouco diferente, o site é mais rápido e acessível, o jornal impresso as notícias são mais longas e trabalhadas [...] O layout está ultrapassado, também. Eu vejo mais no computador no trabalho, mas em casa, no celular".

FONTE 03

23 anos, feminino: "A partir do momento em que eu tive o contato direto com o jornal digital, porque daí, é mais rápido, é algo que eu tenho mais contato, posso acessar independentemente de estar em casa. Faz uns quatro anos e eu leio, quatro vezes por semana e acesso os três períodos do dia: de manhã, a tarde e à noite, porque eu quero ver se a notícia já saiu outras vezes [...] porque eu quero ver o desenrolar da matéria. Eu gosto de economia e cultura. Escuto rádio. Eu acesso o jornal pelo Facebook, por ser mais rápido, mas como eu gosto de cinema, eu as vezes entro no site do jornal. A agilidade e praticidade da notícia, são os fatores principais, sendo a grande diferença entre o impresso e o digital [...] Apesar de ter o jornal impresso todo dia em casa, eu quero simplesmente ler no meio do dia, quando eu estou na rua, e consigo acessar o digital. Poderia ter mais fotos e vídeos. O site é confuso, poderia ser visualmente mais bonito. Leio sempre pelo celular".

FONTE 04

29 anos, feminino: "Na verdade, acabou acontecendo porque eu mudei de casa. Eu morava numa casa, e depois mudei para um apartamento. Como tive que renovar tudo, decidi que iria cancelar, ao invés de avisar a mudança de endereço. Mas

realmente, depois que eu comecei a ler na internet, não vi mais motivo para ler o impresso, porque é muito fácil a leitura no digital. Foi pela praticidade e hoje não faço questão nenhuma de ter o impresso. Eu leio faz quatro anos, mas não consigo ler todos os dias, geralmente pego aos domingos a tarde, e vou retomando os jornais anteriores. Eu leio o jornal inteiro, mas acabo vendo mais as matérias que me interessam, que são as que ficam em destaques, e cultura. Rádio no carro e televisão em casa [...] Eu não entro na página do JC pelas redes sociais para procurar notícia, mas como eu curto a página no Facebook, ela fica estampada na minha frente, se me interessa, eu abro, mas não leio a fundo, só dou uma espiada. Para mim o impresso e o digital não tem diferença nenhuma do conteúdo. No jornal impresso eu não gosto da tinta que fica na mão, então para mim, o digital foi muito melhor. O formato é desconfortável do impresso, é confuso. O layout não é muito bonito, os ícones são pequenos. Leio mais no notebook [...]"

FONTE 05

26 anos, feminino: "Em casa, decidimos de parar de assinar o jornal a partir do momento que começaram a disponibilizar em formato digital, que você lê como se fosse o papel. Sem contar que é um gasto a menos, sendo que a internet disponibiliza de graça, e não precisa, por exemplo, esperar o jornal chegar e você pode ler em qualquer lugar. Já faz um ano e meio que leio o digital, todos os dias de manhã. Polícia e classificados, são os que eu mais leio. Eu dou preferência para a televisão. Eu nunca acesso a página do jornal pelo Facebook, não tenho esse hábito. Não tem muita diferença no conteúdo do impresso e do digital, pois no site tem a opção de você ver como se fosse impresso, o fato determinante foi a economia, não preciso pagar para ler e a praticidade, não preciso carregar o papel. Eu não acredito que falta nada no site do jornal, acho bem completo. Eu leio no notebook".

APÊNDICE G – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO (CEP/USC) SOBRE ESTE PROJETO DE PESQUISA

UNIVERSIDADE DO SAGRADO
CORAÇÃO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Adeus, Impresso: Os determinantes tecnológicos nas mudanças de perfil, hábitos e interesses de o leitor para o internauta

Pesquisador: Daniela Pereira Bochembuzo

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 41578915.0.0000.5502

Instituição Proponente: Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 957.497

Data da Relatoria: 18/02/2015

Apresentação do Projeto:

Adequada. Tema bastante pertinente e atual.

Objetivo da Pesquisa:

Identificar as mudanças de perfil, comportamento e interesses dos leitores que migram do jornal impresso para o meio digital por meio de estudo de caso envolvendo o Jornal da Cidade, de Bauru/SP.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: não há.

Benefícios: refletir sobre o que os determinantes da migração do texto impresso para a mídia digital podem auxiliar nos veículos impressos brasileiros, principalmente os de pequeno e médio porte, a enfrentarem esse contexto com mais segurança na tomada de decisões editoriais, tecnológicas e de gestão dos negócios, de forma a manter e/ou

aprimorar a qualidade do texto e a relação entre jornal e leitor, fundamental para a continuidade do exercício da imprensa de qualidade.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa social exploratória: desenvolvimento de estudo de caso sobre o Jornal da Cidade, a fim

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Bairro: Rua Irmã Armanda Nº 10-50

CEP: 17.011-160

UF: SP

Município: BAURU

Telefone: (14)2107-7260

E-mail: prppg@usc.br

Continuação do Parecer: 957.497

de tê-lo como experiência da adaptação do meio impresso ao meio digital. Pesquisa de campo fundamentada no método de grupo focal, que consistirá na seleção de leitores a fim de comporem dois grupos: leitores que abandonaram o suporte impresso e adotaram o suporte digital e leitores que realizam a leitura diária por meio dos dois suportes. O grupo focal, avalia-se, permitirá compreender as mudanças de perfil, hábito e interesses do leitor, indicando para onde deve caminhar o veículo impresso em meio ao contexto midiático posto, auxiliando na elaboração de instrumentos tecnológicos capazes de mediar com melhor qualidade a relação jornal-leitor.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Adequados.

Recomendações:

Não há.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O projeto não fere os princípios de ética e pode ser aprovado.

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Considerações Finais a critério do CEP:

BAURU, 20 de Fevereiro de 2015

Assinado por:
Marcos da Cunha Lopes Virmond
(Coordenador)

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pos-Graduação

Bairro: Rua Irmã Arminda Nº 10-50

CEP: 17.011-160

UF: SP

Município: BAURU

Telefone: (14)2107-7260

E-mail: prppg@usc.br

ANEXO A – GUIA SOBRE A HISTÓRIA DO JORNAL DA CIDADE DE BAURU REALIZADO PELA EDITORA CHEFE

A história do JC, passo a passo

1967

- Fundação do JC com sistema de impressão a chumbo, na rua Primeiro de Agosto, Centro.

1968

- Implantação da radiofoto. Através de sistema eletrônico, o JC recebe fotos do mundo todo.
- Jornal passa a ser impresso em uma impressora rotoplana.
- Primeira edição extra - cobertura de um incêndio ocorrido nas oficinas da Noroeste. O acidente aconteceu de manhã e o jornal circulou à tarde com a cobertura.

1969

- É regulamentada a profissão de jornalista, através do decreto 972.

1971

- Instalação do teletipo, da agência UPI, transmitido em espanhol. A recepção é via telex.

1972

- Inauguração do offset em 18 de novembro e do moderno parque gráfico, no bairro Higienópolis. O JC foi o primeiro jornal do Interior a implantar o sistema de composição e impressão a frio: o offset.

1973

- Morre em acidente de avião, em Paris, o empresário Halim Aidar, fundador do JC, e sua esposa Leila Berriel Haidar.

1977

- Chega a máquina fotocompositora, que grava os filmes em flashes de luz.
- O Bauru Ilustrado passa a ser encartado no mês de maio no JC.

- JC é o único jornal do Brasil a noticiar, sem segundo clichê, a morte do Papa João Paulo I no dia 29 de setembro.

1981

- É lançado o projeto do Gente, Negócios e Propaganda (GNP) no dia 7 de junho.

1985

- Chegam os primeiros microcomputadores ao JC.

1988

- Circula pela primeira vez a página de Rural no JC, no dia 22 de abril.

1990

- Lançamento do AutoMercado no dia 25 de fevereiro.
- Primeira edição do caderno JC Cultura no dia 1 de abril.

1991

- Começa a informatização do JC pelo Departamento de Artes.
- Lançamento do JC Criança no dia 12 de outubro.

1992

- A redação do JC começa a trocar, gradativamente, a máquina de escrever pelo computador.

- Nova rotativa de alta velocidade chega ao jornal. O JC já imprime 30 mil cadernos de 32 páginas por hora.
- As fotos internacionais e nacionais passam a ser enviadas ao JC via satélite, utilizando três antenas parabólicas próprias. Através de um monitor de computador, os editores podem escolher a foto que será usada.

1995

- A redação do JC chega à informatização total, todos os computadores são interligados em rede. Todas as páginas e fotos são geradas via computador, com altíssima qualidade. A fotomecânica deixa de fotografar as páginas e o fotolito é gerado eletronicamente pela pré-impressão.
- Começa o processo de cadernização do JC, com o lançamento dos suplementos.
- Implantação do JC nos Bairros no dia 12 de março. *? ok*
- Lançamento do projeto RH - Tendências e Mercado de Trabalho no dia 30 de abril.
- Implantação do caderno de Informática do JC, o Infonews no dia 24 de maio.
- Estréia do caderno Ser em 24 de setembro.
- Morre o diretor responsável pelo JC, Jehovah de Oliveira, o Valzinho.
- O JC deixa de ser levado para o assinante de bicicleta e passa a ser entregue de motocicleta, o que garante mais agilidade.

1996

- Jornal da Cidade começa a circular colorido no dia 7 de janeiro.
- As fotos deixam de ser feitas em papel fotográfico e passam a ser escaneadas através do negativo. A maioria dos anúncios passa a ser recebida das agências via computador. Com os novos equipamentos, a pré-impressão é considerada a mais rápida e moderna do Brasil. A qualidade de impressão do JC supera a maioria dos jornais brasileiros, sendo considerada uma das cinco melhores do Brasil, com padrão internacional de qualidade e fidelidade às cores.
- JC conecta-se ao mundo com a implantação do site na Internet e Intranet na sua redação. O projeto utiliza computadores de última geração e linha dedicada de 64 MB ligada diretamente com a Embratel.

Atualizado

1997

- Implantação do Projeto JC Total.
- O JC começa a utilizar fotografia digital, que dispensa a revelação de filmes. A máquina fotográfica adquirida pelo JC transmite as fotos direto para o computador.
- Princesa Diana morre em acidente no dia 30 de agosto de 1997. JC é um dos poucos jornais do mundo a noticiar a tragédia no dia seguinte.

1998

- JC começa a circular às segundas-feiras no dia 11 de maio.

2000

- Processo de pré-impressão elimina o fotolito e o jornal passa direto do computador para a chapa de impressão pelo sistema CTP (Computer To Plate)
- Implantação da primeira parte do processo automático para o "casamento" das páginas, o que antes era feito manualmente.
- O impressor passa a receber uma cópia das páginas para que o processo industrial siga fielmente às cores do jornal.

2002

- É implantado o software para a automatização do caderno de Classificados.
- É implantado um software específico para administrar e arquivar as fotos digitais do JC. Hoje, o arquivo do jornal possui mais de 400 mil imagens digitais de Bauru, da região, do Brasil e do mundo.
- Processo de produção passa a usar tinta à base de soja e água.

2004

- É implantada a sua etapa do processo automático para o "casamento" das páginas.

2005

- Morre o diretor responsável pelo JC, Nadyr Serra aos 84 anos, no dia 17 de abril.
- Começa a funcionar o software para automatizar todo o processo administrativo do JC e também o balcão de atendimento.

2006

- Chegam as novas unidades de impressão do JC no dia 12 de dezembro de 2006. O parque gráfico do jornal dobra a sua capacidade de impressão colorida.
- Todo o sistema de operação da impressora passa a ser automático.

2007

- É implantado o novo software do setor de Assinaturas para melhor atender os leitores e assinantes.
- Todo o papel utilizado na impressão do jornal vem de áreas de reflorestamento, de empresa ecologicamente correta e auto-sustentável.
- JC completa 40 anos em no dia Primeiro de Agosto.

2009

- Lançado o jornal Segunda-Feira no dia 28 de setembro

ANEXO B – EDIÇÕES ANALISADAS DO JORNAL IMPRESSO



Jornal da Cidade

CIRCULAÇÃO REGIONAL

ANO XLVIII - Nº 16.430 ● BAURU, TERÇA-FEIRA, 7 DE ABRIL DE 2015 ● EXEMPLAR AVULSO R\$ 2,00

● NOSSA MISSÃO: PROMOVER A CIDADANIA DEMOCRATIZANDO O ACESSO À INFORMAÇÃO ●



Muricy deixa o São Paulo
Após nova derrota no Paulistão e com problemas de saúde, técnico se desligou do comando do Tricolor. ● PÁG. 9



Quem é o sortudo?
Prêmio de quase R\$ 12 milhões saiu para apostador de Bauru, mas até agora ele não buscou. ● PÁG. 7



Ajuda bauruense em Santos
Capitão Helder Kato foi convocado para combater incêndio que já dura vários dias. ● PÁG. 5

Cuidado: os golpes estão em alta

A lábria dos criminosos aliada à ganância das vítimas tem feito aumentar os casos de estelionatos em Bauru; PM recebe até dez queixas por dia

Brasil

Ex-juiz do caso Eike devolve R\$ 599 mil

O advogado do juiz federal Flávio Roberto de Souza apresentou ontem ao Tribunal Regional Federal do Rio de Janeiro um comprovante de depósito de R\$ 599 mil em valores desviados pelo magistrado. Ele atuou no caso Eike Batista, mas o di-



ESTAMOS NA LUTA!!!

A DENGUE SE COMBATE TODA DIA

Ligações com o chamado falso sequestro voltaram ao cenário com bastante força em Bauru. Estelionatários pedem geralmente R\$ 800,00 – valor padrão de saques em caixas eletrônicos – de ‘resgate’ e contam com o desespero das vítimas. A Polícia Militar alerta que a região central é a mais visada para os golpes cometidos na presença das vítimas. O delegado de polícia Ricardo Martines acredita que a subnotificação é grande, o que revela ser muito maior o número de pessoas vitimadas e que têm vergonha de registrar BO. ● PÁG. 8

Jornal da Cidade

CIRCULAÇÃO REGIONAL

ANO XLVIII - Nº 16.430

● BAURU, TERÇA-FEIRA, 7 DE ABRIL DE 2015 ●

EXEMPLAR AVULSO R\$ 2,00

● NOSSA MISSÃO: PROMOVER A CIDADANIA DEMOCRATIZANDO O ACESSO À INFORMAÇÃO ●



Muricy deixa o São Paulo

Após nova derrota no Paulistão e com problemas de saúde, técnico se desligou do comando do Tricolor.

● PÁG. 9

Reginaldo Castro/Estádio Conteúdo



Quem é o sortudo?

Prêmio de quase R\$ 12 milhões saiu para apostador de Bauru, mas até agora ele não buscou.

● PÁG. 7

Ajuda bauruense em Santos

Capitão Helder Kato foi convocado para combater incêndio que já dura vários dias.

● PÁG. 5



Mede Carlos/Arquivo

Cuidado: os golpes estão em alta

A lábria dos criminosos aliada à ganância das vítimas tem feito aumentar os casos de estelionatos em Bauru; PM recebe até dez queixas por dia

Brasil

Ex-juiz do caso Eike devolve R\$ 599 mil

O advogado do juiz federal Flávio Roberto de Souza apresentou ontem ao Tribunal Regional Federal do Rio de Janeiro um comprovante de depósito de R\$ 599 mil em valores desviados pelo magistrado. Ele atuou no caso Eike Batista, mas o di-



Ricardo Ursulino/Divulgação

Ligações com o chamado falso sequestro voltaram ao cenário com bastante força em Bauru. Estelionatários pedem geralmente R\$ 800,00 – valor padrão de saques em caixas eletrônicos – de ‘resgate’ e contam com o desespero das vítimas. A Polícia Militar alerta que a região central é a mais visada para os golpes cometidos na presença das vítimas. O delegado de polícia Ricardo Martines acredita que a subnotificação é grande, o que revela ser muito maior o número de pessoas vitimadas e que têm vergonha de registrar BO. ● PÁG. 8

USC - BIBLIOTECA "COR JESU"

Jornal da Cidade

CIRCULAÇÃO
REGIONAL

ANO XLVIII - Nº 16.414

● BAURU, DOMINGO, 22 DE MARÇO DE 2015 ●

EXEMPLAR AVULSO R\$ 3,00

● NOSSA MISSÃO: PROMOVER A CIDADANIA DEMOCRATIZANDO O ACESSO À INFORMAÇÃO ●

NESTA EDIÇÃO, 2.957 CLASSIFICADOS COM MAIS DE 6 MIL OFERTAS

Saúde para o cérebro

Estudo realizado por três décadas comprova que a amamentação pode aumentar a inteligência do bebê.



JC Saúde

Força feminina

No mês dedicado às mulheres, conheça histórias emocionantes e inspiradoras de guerreiras da vida real, como a grafiteira Pamela Castro.



JC Ser

Aprendizagem digital

Como o uso de computador, celular e outras ferramentas pode afetar a aprendizagem?



JC Criança

ENTREVISTA DA SEMANA

Murilo Becker



É campeão!

O pivô Murilo é o atleta que mais acumula títulos pelo do Bauru Basket. O mais novo? O da Liga das Américas.



Página 14

Dia da Água

Recarga do Aquífero Guarani em Bauru demora 300 anos e precisa de cuidados



Júlio Rizzo

O gigantesco reservatório natural que abastece boa parte de Bauru e região, chamado Aquífero Guarani, não é um 'mar de água doce' contínuo. Além de ser esparsos em milhares de quilômetros, bolsões gigantes

estão em estudos para que a água ganhe o espaço subterrâneo a partir do principal ponto de infiltração para nós, na serra de Botucatu, próximo à formação geológica conhecida como Torre de Pedra, avistada da rodovia Castelo