

## O Ciberjornalismo de proximidade praticado nos cibermeios de Dourados<sup>1</sup>

José Milton ROCHA<sup>2</sup>

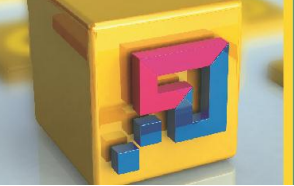
**Resumo:** O artigo aborda o ciberjornalismo de proximidade praticado nos cibermeios, em cidades do interior do país como Dourados, MS, por exemplo, onde foi realizada a pesquisa. O cenário remete a conceitos sobre o jornalismo regional, ou de proximidade, um gênero de jornalismo que ganha cada vez mais espaço, por traduzir e atender as exigências das transformações pelas quais a sociedade passa e que ratifica aspectos como a valorização dos meios de comunicação locais revitalizados no momento atual como uma demanda social pela diferença e por uma comunicação mais próxima à vida e aos interesses do cidadão. É também parte da pesquisa do Mestrado em Comunicação pela UFMS realizada nos 20 cibermeios de Dourados, entre março de 2012 e Março de 2014, cujo estudo de caso resultou na dissertação “O ‘Glocal’ no ciberjornalismo regional: análise dos sítios de webnotícias de Dourados”. O estudo conclui que além de segmentado, o ciberjornalismo de proximidade é um jornalismo especializado, mas que precisa desenvolver modelos comerciais que possam tornar os cibermeios sustentáveis.

**Palavras-chave:** Ciberjornalismo. Proximidade. Cibermeios. Regional. Glocal.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no GT Interfaces do Jornalismo na Internet.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social (Habilitação em Jornalismo); Especialista em Formação para Docentes e Economia para Jornalistas; Mestre em Comunicação; Pesquisador do Grupo Ciberjor da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS. E-mail: milton0444@gmail.com.



## 1 INTRODUÇÃO

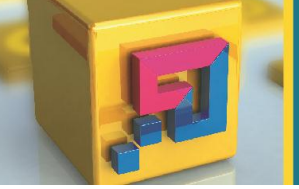
Este artigo aborda o ciberjornalismo de proximidade, ou jornalismo praticado nos cibermeios<sup>3</sup> de Dourados. O cenário remete a alguns conceitos sobre o jornalismo regional, ou de proximidade, um gênero de jornalismo que ganha cada vez mais espaço, por traduzir e atender as exigências das transformações pelas quais a sociedade passa e, que Peruzzo (2003, p. 70) ratifica como a valorização dos meios de comunicação locais “[...] revitalizados no momento atual como uma demanda social pela diferença e por uma comunicação mais próxima à vida e aos interesses do cidadão”. Ela adverte, contudo, que o interesse da mídia comercial se caracteriza pela demanda do segmento, sem aprofundar a sua potencialidade de comunicação de proximidade, tampouco a de um caráter mais voltado para os interesses do cidadão.

Ao problematizar a mídia local e regional, Peruzzo (2005, p. 4) alerta para a complexidade do tema, por se encontrar, ainda, no estágio de autoconstrução, e aponta algumas saídas para a questão que perpassa as “relações global-local, local-regional-nacional, local-comunitário e local-global que envolve os meios de comunicação”. Alerta, contudo, para um ponto basilar, “se a mídia já tem por praxe transgredir fronteiras, de espaço ou de tempo, no âmbito regional, estas se tornam ainda mais tênues”. Mas admite, porém, que “a realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo”. E recorre a Milton Santos (2002) e López García (1999), para justificar que, dentro dos espaços locais, definem-se os contornos da vida diária “onde se constroem a personalidade social e ocorre o aprendizado social”.

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

---

<sup>3</sup> Conceito aplicado por Salaverría (2005a) ao meio de comunicação social que emprega o ciberespaço como âmbito de difusão pública de informações jornalísticas. Este conceito foi considerado mais adequado para o estudo, em razão do arcabouço teórico conceitual utilizado na pesquisa, bem como a plataforma em que as notícias são veiculadas, na internet, no suporte World Wide Web (WWW).



A mídia local, regional, de proximidade, também chamada do interior reúne uma nomenclatura vasta; mas, que não tem, porém, a mesma proporcionalidade na pesquisa acadêmica sobre o assunto, no Brasil. Essa preocupação é manifestada por Peruzzo (2013, pp. 9-10), que vê como principal motivo as “dificuldades em se adentrar nas localidades para realizar pesquisas de campo no amplo e diverso, universo comunicacional em um país das dimensões do Brasil”. De outro lado, Assis (2013) manifesta preocupação semelhante com a relação à escassez de pesquisa em cidades de médio e pequeno porte, mas percebe uma particularidade em trabalhos sobre imprensa do interior.

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

Bueno (2013) reconhece três tipos de veículos do interior. O jornal “quase artesanal”, o jornal local estruturado e o jornal regional. Os dois primeiros circulam na cidade onde está sediado; enquanto o terceiro exerce sua influência na região, ampliando sua cobertura a localidades circunvizinhas de onde está sediado. Dornelles (2013), também, acusa a limitação da pesquisa sobre jornalismo do interior. Um dos motivos seria a pouca importância dada a este tipo de jornalismo. A autora relata que, em países europeus e nos Estados Unidos, a informação local surge como uma forma alternativa de disseminação da informação. O pesquisador português Pedro Jorge Sousa (2003) resalta algumas diferenças básicas entre o Brasil e o continente europeu, ao se referir à pesquisa do jornalismo local. Segundo ele, a realidade da comunicação local e regional da Europa não serve para se comparar com os padrões do Brasil:

[...] na Europa há países multilinguísticos e multiculturais, com fenômenos importantes de imigração, o que não ocorre com o Brasil. Na Europa também não existem megalópoles da dimensão de São Paulo, onde quase o dobro da população de países como a Grécia ou Portugal se comprime numa área muito inferior, e encontram-se países que em território e população são o equivalente a menos de um bairro de São Paulo. Há, no entanto, duas ou três exceções, como as regiões metropolitanas de Paris e

Londres [...]. É ainda de salientar que os media regionais e locais constituem um subsector da comunicação social europeia de difícil descrição (SOUSA, 2003, p. 2).

Sousa (2003) argumenta que são várias as razões para isso ocorrer; principalmente, a volatilidade paisagística e a falta de informação, embora isso não ocorra em todos os países. Uma característica ressaltada em relação à mídia regional de quase todos os países da Europa é a existência de subsídios governamentais ou incentivos fiscais, entre outros, justificados pela necessidade de defesa da língua e da cultura, além do papel socializador que possuem. Outra característica observada pelo autor é em relação à concorrência, quase nula, pois, em cada cidade, tem apenas um jornal, ou uma rádio, ou mesmo um canal de televisão. Na questão do subsídio oficial, há certa semelhança com a mídia de Dourados, cuja verba publicitária é proveniente, em sua maioria, de recursos públicos, prefeitura, Câmara de Vereadores, deputados etc.; enquanto a concorrência é bastante significativa, devido o grande número de cibermeios existentes na cidade.

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

É nesse cenário que surge a mídia online de Dourados, segunda cidade de Mato Grosso do Sul, situada na região sul do estado, quase na fronteira com o Paraguai. Convém ressaltar ainda o papel dessa mídia, em relação ao tratamento que ela propicia à cultura local, que, também, retrata a tradição e os valores do regionalismo sul-mato-grossense, sua cultura, seus ícones, valores antepassados que se perpetuam pelos costumes que os caracterizam. Ao contemplar esse espectro cultural, a mídia online douradense, além de fortalecer sua identidade local, insere também sua cultura no ciberespaço<sup>4</sup>, quando amplifica sua veiculação.

---

<sup>4</sup> De acordo com Pierre Lévy, a palavra ciberespaço foi criada em 1984, por William Gibson, em seu romance de ficção científica *Neuromancer*. O termo, no livro, refere-se ao universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais. O termo foi imediatamente retomado pelos usuários de redes digitais. Para Pierre Lévy, ciberespaço é o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores (LÉVY, 1999).

Esse artigo é parte da dissertação que pesquisou a presença do “Glocal”<sup>5</sup> na produção e veiculação de notícias nos 20 principais cibermeios de Dourados. O processo metodológico contempla referencial teórico de autores brasileiros e estrangeiros como Peruzzo (2003), Barbosa (2002), Camponez (2002), López García (2008), Mercadé (1997), amostragem de notícias no período da pesquisa, bem como observações livres dos cibermeios. O estudo conclui que além de segmentado, o ciberjornalismo de proximidade é um jornalismo especializado, mas que precisa desenvolver modelos comerciais que possam tornar os cibermeios sustentáveis.

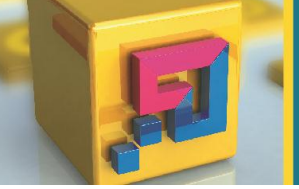
## **2 JORNALISMO REGIONAL, A INTERLOCUÇÃO SEM SER PANFLETÁRIO.**

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

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

---

<sup>5</sup> O termo “glocal” surgiu na década de 80 do século XX, inicialmente, no Japão, ligado ao marketing, à propaganda, para referir-se à produção de produtos globais com valores locais. No Ocidente, o primeiro autor a abordar a ideia de glocal foi Roland Robertson (1999). Para ele, o conceito de “glocalização” tem o mérito de restituir à globalização a sua realidade multidimensional. A ideia, também, foi associada a agenda de sustentabilidade ambiental, para pensar o global no agir local. Para Cazeloto (2007) Glocal é um neologismo usado para indicar a superposição de um conceito global a uma realidade local, a partir de um meio de comunicação, prioritariamente (mas não exclusivamente) operando em tempo real.



De acordo com Camponez (2002), o território de pertença e de identidade que, normalmente, ancora a informação local, pode condicionar, também, as formas de expressão da comunicação de massa. Nesse sentido, ele indica cinco áreas de ação usadas na estratégia de titulação das notícias locais, embora reconheça que o território geográfico não representa uma barreira para as audiências, uma vez que elas rompem as fronteiras da localidade:

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

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

Ao analisar a força da mídia local, em tempos de globalização eletrônica, o pesquisador espanhol Juan Maciá Mercadé (1997) reforça a importância da presença de alguns elementos que devem ser considerados na definição deste gênero de mídia. Ele utiliza seis critérios para configurar a mídia local ou regional: “a) sede territorial; b) âmbito de difusão e cobertura; c) vocação e intencionalidade do veículo; d) tratamento dado aos conteúdos; e) percepção do leitor; f) relação com as fontes de informações institucionais” (MACIÁ MERCADÉ, 1997, p. 61).

Para o autor, a vocação de serviço público é um impulso que caracteriza a mídia regional, mais que a nacional, o que a torna, também, um elemento integrador e decisivo para sobrevivência das culturas e tradições locais, ao transmitir esses valores de geração para geração. Para reforçar seus argumentos, cita conceitos formulados por outro autor espanhol, Xosé López García:

A informação local continua sendo necessária, não apenas por sua tradição mentida pelos jornais em atender aos acontecimentos locais, mas também pelo papel que desempenha na manutenção da identidade. Há uma tendência a defender o local como complemento do universal e vice-versa. Parece razoável que não haja enfrentamento entre o local e o universal, ainda que haja tensão na busca do equilíbrio entre as questões mais imediatas e as que se produzem mais ligadas à realidade, onde se

desenvolve a vida dos cidadãos de uma comunidade. É necessário defender um equilíbrio razoável entre a informação global e a local, defesa que passa pelo respaldo de uma consolidação de uma mídia própria, com uma estrutura empresarial adequada para competir no mercado atual de empresas de comunicação economicamente viáveis (MERCADÉ, 1997, p. 57, tradução do autor)<sup>6</sup>.

Assim como Maciá Mercadé (1997), Peruzzo (2003) acrescenta elementos ao debate sobre a questão local, na caracterização da mídia regional, definidos deste modo: “proximidade do lugar (em contraste com o distante); a familiaridade (associado à questão das identidades e das raízes históricas e culturais) e a diversidade (é plural se opõe ao global ou ao nacional apenas como abstração)” (PERUZZO, 2003, p. 5). No entendimento da pesquisadora, o global é uma abstração, já que as pessoas são atraídas pelas facilidades proporcionadas pela globalização, mas não vivenciam apenas o global, porque elas buscam suas raízes e se interessam em ressaltar os valores da comunidade, o patrimônio histórico cultural local, e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor (PERUZZO, 2003).

### 3 A PROXIMIDADE COMO VALOR NOTÍCIA.

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

---

<sup>6</sup> La información local sigue siendo necesaria, no sólo por la tradición que mantienen los periódicos de atender los acontecimientos locales, sino por el papel cumple a lo local en la conservación de la identidad. Existe una tendencia a defender lo local como complemento de lo universal, y viceversa. Parece razonable que no haya enfrentamiento entre lo local y lo universal, aunque si tensiones en busca de un equilibrio entre las custones más inmediatas y las que se producen más arraigadas a la realidad en la que se desenvuelve la vida e los ciudadanos de una comunidade....Es necesario defender un equilibrio razonable entre la información global y la local, defensa que passa por el respaldo a una consolidación de médios próprios com una estrutura empresarial adecuada para competir en el mercado actual de empresas de comunicación económicamente viables (MERCADÉ, 1997, p. 57).

acordo com o teórico, a proximidade não só se apresenta em forma de vizinhança geográfica, mas, também, a cultura está relacionada com o valor-notícia.

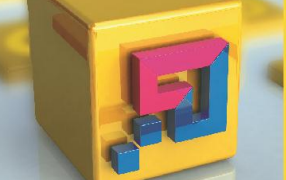
Fontcuberta (1993) elege três elementos básicos de interesse do público na hora de escolher uma notícia: a) o que ocorre num lugar específico, b) atividade de personalidades e organizações específicas e, d) temas especiais. A partir de Carl Warren, a autora enumera, também, oito elementos que deve ter um fato, para se transformar em notícia: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequenciais, mas que, atualmente, a maioria das notícias contém atualidade, proximidade, proeminência e, principalmente, conflito e consequência. “As pessoas estão interessadas em saber o que acontece nos arredores, nas proximidades, no seu entorno e não só geográfico, mas também o social e o psicológico” (FONTCUBERTA, 1993, p. 45), por isso, “a proximidade é um dos fatores mais poderosos na hora de selecionar uma notícia”.

Para Wolf (2009), a pressão da falta de tempo na redação, se transforma em elemento fundamental na rotina de produção e torna mais relevante o valor-notícia no processo de produção da informação. Van Dijk (1990) usa o viés da interdisciplinaridade, com olhares de duas ciências sociais: a Sociologia e Psicologia para analisar a estrutura da informação jornalística e como ocorre o processo de cognição social pelas práticas sociais e ideológicas, no receptor. Em sua análise, o autor relaciona sete elementos como valores-notícias: a novidade, a atualidade, a pressuposição, a consonância, a relevância, o desvio e negatividade e proximidade. Para ele, a proximidade ideológica provém de critérios gerais de consonância; enquanto a proximidade local inclui a pressuposição de conhecimentos e relevância. Fontcuberta (1993) e Van Dijk (1990) estão entre dez teóricos de Comunicação pesquisados por Fernandes (2004), em levantamento sobre noticiabilidade, onde a proximidade aparece como um dos principais critérios de elegibilidade de valor-notícia (Quadro 1)<sup>7</sup>.

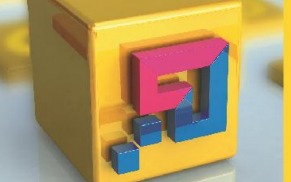
---

<sup>7</sup> Apresenta um quadro montado por (Fernandes, 2004) com elementos elencados por 10 teóricos como critérios de noticiabilidade.





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



relevância, desvio e negatividade, proximidade.

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

Segundo Fernandes, ao justificar a proximidade como fator primordial na definição da informação local, Fraser Bond (1962) ressalta que ela é responsável pela tiragem dos jornais americanos, com exceção apenas dos grandes centros urbanos, que têm comportamento diferente. Fernandes (2004) ressalta que os teóricos utilizaram setenta diferentes critérios de noticiabilidade e que “as instituições jornalísticas estabelecem diferentes critérios em razão do contexto no qual estão inseridas sua abrangência, seu público e sua periodicidade” (FERNANDES, 2004, p. 7).

Por considerar que há uma relação direta entre o quadro elaborado e a proposta de estudo desta pesquisa, em relação ao contexto no qual está enquadrada a mídia online de Dourados, cujos elementos citados estão presentes no cotidiano, optamos pelo levantamento.

#### **4 CIBERJORNALISMO DE PROXIMIDADE, UMA TEORIA SINGULAR.**

É necessário entender, portanto, a importância que a mídia de proximidade, no caso, o ciberjornalismo de proximidade, exerce na sociedade atual. Um viés que pode ajudar a compreender, ou explicar essa situação, é exatamente o papel da mídia local, ou regional, no processo de globalização. Para Silverstone (2005), a mídia precisa ser estudada, para se compreender como e onde surgem os significados, além das consequências trazidas por ela. É preciso ter capacidade de identificar os momentos em que o processo parece falhar, onde ele é distorcido pela tecnologia, ou de propósito. O autor alerta para a necessidade de estudar a maneira como a mídia participa e interfere, como processo, na vida social e cultural contemporânea:

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

chega a ser onipresente, invade e até constringe “culturas locais, mesmo que não as subjuguem”.

No entendimento de Peruzzo (2003), com o advento das novas tecnologias de comunicação, sobretudo da internet, as relações sociais e pessoais podem ser estabelecidas com base na proximidade de interesses e identificações por meio das comunidades virtuais. A pesquisadora ratifica a peculiaridade, quando afirma que a mídia local tem características em comum com a grande mídia, mas que a unidade de negócio, rentável, ou seja, os interesses mercadológicos estão acima dos outros interesses. Outra percepção da autora, que não deve ser esquecida, é de que, na era da sociedade em rede, além da proximidade física, compartilhar o mesmo ambiente no ciberespaço, pode conferir peculiaridades de afinidade e identificação.

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

A informação local do terceiro milênio tem que ser uma informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, que explique o que acontece no âmbito onde está sediado o veículo de comunicação, para quem informa e que narre o que afeta e interessa os habitantes desse território espacial, inclusive, quando se produz fora. A informação local do terceiro milênio deve promover a experimentação e converter os cenários de proximidade em lugares de comunicação eficiente e lugares de onde possam ser exportadas novas linguagens e formatos para a comunicação mundial (LÓPEZ GARCÍA, 2008, p. 34, tradução do autor)<sup>8</sup>.

O pesquisador espanhol vê o ciberjornalismo como opção para o futuro, em termos de Comunicação, apesar das limitações apresentadas pelos principais atores e suas

---

<sup>8</sup> La información local del tercer milenio tiene que ser una información de calidad, plural, participativa, imaginativa, que explique lo que ocurre en la zona donde se asienta el medio, en la zona para la que informa y que cuente lo que afecta e interesa a los habitantes de ese ámbito, incluso cuando se produce fuera. La información local del tercer milenio debe promover la experimentación y convertir los escenarios de proximidad en lugares de comunicación eficiente y lugares de los que exportan nuevos lenguajes y formatos para la comunicación mundial (LÓPEZ GARCÍA, 2008, p. 34).

estratégias desenvolvidas nas redes de comunicação e sociais. Neste sentido, Canavilhas (2006), citado por Couto (2010), percebe o ciberjornalismo regional com a possibilidade de se tornar o jornalismo do futuro, desde que os ciberjornais saibam usar as potencialidades que a rede oferece e, que sejam capazes de agregar mais valores à informação. Para cumprir bem esta missão, Canavilhas (2006) lembra a necessidade e importância da existência de um Ensino Superior capaz de formar profissionais para este papel. Com profissionais capazes de desenvolver uma linguagem jornalística específica para ambiente web, o ciberjornalismo deixaria de ser visto como uma segunda linha de jornalismo e assumiria o protagonismo do novo fazer jornalístico, na percepção do autor.

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

## **5 DAS POTENCIALIDADES DO CIBERJORNALISMO.**

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

Essa constatação está configurada no resultado da coleta de notícias, quando foi sistematizado o acompanhamento da categoria de análise (Quadro 2). Durante o acompanhamento do funcionamento dos sítios, em observações livres, esse item, já fora verificado, agora, contudo, é possível mensurar em números a ocorrência das características

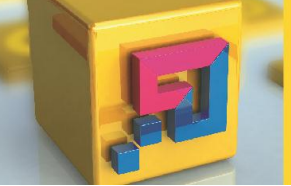
nas matérias, mas também que algumas delas não aparecem nas matérias, e estão presentes na arquitetura do cibermeio.

**Quadro 2:** Presença das características do ciberjornalismo nas matérias

| CARACTERÍSTICAS   | Folha do MS | Agora MS  | Douranews | Dourados Agora | Dourados News | Folha de Dourados | TOTAL     |
|-------------------|-------------|-----------|-----------|----------------|---------------|-------------------|-----------|
| Hipertextualidade | 64          | 34        | 13        | 7              | 6             | 0                 | 24        |
| Multimedialidade  | 2           | 2         | 0         | 3              | 2             | 0                 |           |
| Interatividade    | 0           | 0         | 0         | 2              | 0             | 0                 |           |
| Instantaneidade   | 0           | 0         | 0         | 0              | 0             | 0                 |           |
| Memória           | 0           | 0         | 0         | 0              | 0             | 0                 |           |
| Personalização    | 0           | 0         | 0         | 0              | 0             | 0                 |           |
| <b>TOTAL</b>      | <b>66</b>   | <b>36</b> | <b>13</b> | <b>12</b>      | <b>8</b>      | <b>0</b>          | <b>35</b> |

A amostragem realizada, entre 12 e 18 de janeiro de 2014, indica que, dos seis<sup>9</sup> cibermeios pesquisados, cinco deles utilizaram, em suas matérias, a característica hipertextualidade. Juntos, eles postaram 124 matérias com esta potencialidade. A **Folha do MS** foi o que mais utilizou o recurso, 64 vezes, seguido do **Agora MS**, com 34 postagens e **Douranews**, com 13. A **Folha de Dourados** deixou de usar esta e outras características. A

<sup>9</sup> Esta amostragem se deteve nos seis cibermeios que apresentaram maior quantitativo de publicação de matérias na primeira coleta, aplicada entre 24 de fevereiro e dois de março de 2013. O principal critério levado em conta para a definição deles foi a maior produção noticiosa, em decorrência da regularidade e maior frequência de suas postagens, em relação aos demais.



multimedialidade foi utilizada por quatro dos seis cibermeios, de forma esporádica, totalizando nove vezes; enquanto a interatividade foi observada apenas pelo **Dourados Agora**, uma única vez, quando o sítio liberou o comentário postado por um leitor, em uma matéria.

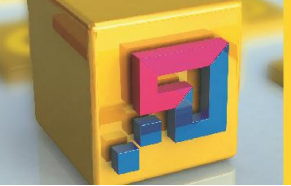
A partir das observações livres, ao longo da pesquisa, e com base nas informações teóricas (PALACIOS, 2003; BARDOEL & DEUZE, 2001 e SCHWINGEL, 2012) e outros estudos sobre as potencialidades do ciberjornalismo, traçou-se um painel do uso dessas ferramentas e como elas se apresentam nos cibermeios de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

### **Hipertextualidade**

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

### **Multimedialidade**

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



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

### **Personalização**

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

### **Memória**

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

### **Interatividade**

Este recurso não é utilizado pelos cibermeios. Embora alguns até disponibilizem e-mail aos finais das matérias, como é o caso dos sítios **Dourados Agora, Folha de**

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

### **Instantaneidade**

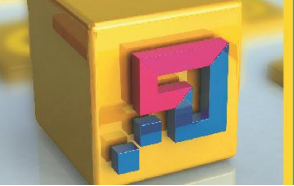
Este recurso é observado por quase todos os cibermeios, no que concerne à atualização de seus conteúdos. A maioria deles atualiza suas produções noticiosas e, em consequência, suas capas, com manchete e títulos, diariamente, em menor ou maior quantidade, já que eles não mantêm regularidade de funcionamento.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

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

Nesse sentido, Palacios (2003, p. 16) alerta que as potencialidades da internet não são exploradas de forma efetiva pelos cibermeios “quer por razões técnicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor”. Por outro lado, essa tendência, longe de ser uma questão de Dourados, ou da mídia online do interior, além de passar por parte da mídia nacional, ultrapassa as fronteiras do Atlântico. Zamith (2007) testemunha que países como





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

Com apenas 13 anos de existência, a mídia online douradense é tão recente quanto a de outros lugares, e por isso, pode-se dizer que ainda busca sua própria identidade, sua melhor forma de atuação, modelos que lhe deem sustentação, tanto do ponto de vista financeiro, quanto profissional e tecnológico para se firmar. O estudo revela uma mídia online, cujo aproveitamento das potencialidades tecnológicas fornecidas pelo ciberespaço acontece, apenas de maneira parcial, com o uso de algumas características do ciberjornalismo, mas ainda assim, associada ao contexto glocal, que transcende as fronteiras territoriais, sem deixar de ser local.

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

Observa-se, ainda, um dos principais critérios de noticiabilidade, a proximidade, caracterizando principalmente por isso, a presença do ciberjornalismo de proximidade na construção das matérias veiculadas por essa mídia. Ressalte-se que além de segmentado, o ciberjornalismo de proximidade é um jornalismo especializado e deve desenvolver modelos comerciais que tornem os cibermeios sustentáveis, bem como qualificar o profissional que trabalha com ele, o profissional que consiga, em tempo hábil, operar as ferramentas necessárias de forma adequada às potencialidades tecnológicas desse gênero jornalístico.

## 7 REFERÊNCIAS

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

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

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

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

BOND, Fraser. **Introdução ao Jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1962.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornal do interior: conceitos e preconceitos**. In: ASSIS, Francisco (Org.) *Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Chapecó: Argos, 2013.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional**. Lisboa: Edições Minerva Coimbra, 2002.

CANAVILHAS, João. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**. BOCC, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 10.08.2014.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

LOPEZ GARCIA, Xosé. **Médios locais do futuro e com futuro.** In: LEDO ANDIÓN, Margarita e KUNSCH, Margarida M. Krohling (orgs.). Comunicação audiovisual: investigação e formação universitárias. II Colóquio Brasil-Estado Espanhol de Ciências da Comunicação. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela/ Intercom, 1999.

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

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

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

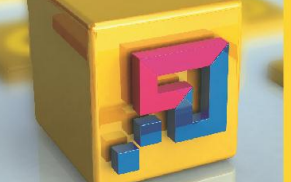
PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Mídia Local, uma mídia de proximidade.** Comunicação: Veredas, Ano 2 – nº 02 – novembro 2003. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/510/5/4723>. Acesso em: 21.04.2012.

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

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

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

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



SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo – razão e emoção**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

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

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

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

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

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

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

ZAMITH, Fernando. **O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses**. Artigo publicado na Revista Prisma.com, edição nº 4, 2007. Disponível em: [http://academia.edu/2402962/O\\_subaproveitamento\\_das\\_potencialidades\\_da\\_Internet\\_pelos\\_ciberjornais\\_portugueses](http://academia.edu/2402962/O_subaproveitamento_das_potencialidades_da_Internet_pelos_ciberjornais_portugueses). Acesso em: 10.06.2013.