



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**WHATSAPP DO EXTRA: UMA FERRAMENTA DE
CONTROLE E DE REPRODUÇÃO DO SOFRIMENTO
DOS LEITORES**

JÚLIA AMIN VIEIRA ABI JAUDI

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**WHATSAPP DO EXTRA: UMA FERRAMENTA DE
CONTROLE E DE REPRODUÇÃO DO SOFIMENTO
DOS LEITORS**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

JÚLIA AMIN VIEIRA ABI JAOUDI

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Gibaldi Vaz

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia WhatsApp do Extra: uma ferramenta de controle e de reprodução do sofrimento dos leitores, elaborada por Júlia Amin Vieira Abi Jaoudi

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 01/12/2014

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Gibaldi Vaz
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Henrique Antoun
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Paulo Roberto Pires de Oliveira Jr.
Mestre em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2014

FICHA CATALOGRÁFICA

AMIN, Júlia.

WhatsApp do Extra: uma ferramenta de controle e de reprodução do sofrimento dos leitores. Rio de Janeiro, 2005.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Paulo Roberto Gibaldi Vaz

AMIN, Júlia. **WhatsApp do Extra: uma ferramenta de controle e de reprodução do sofrimento dos leitores**. Orientador: Paulo Roberto Gibaldi Vaz. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Nas últimas décadas, as redações dos jornais impressos passaram por inúmeras mudanças tecnológicas. O jornal *Extra*, de forma visionária, utilizou uma ferramenta que já era largamente imersa na sociedade brasileira para aprimorar ainda mais sua produção de conteúdo e aumentar, conseqüentemente, suas vendas. Com o WhatsApp inserido na redação, mudaram, não somente a forma de produção do conteúdo, quanto a relação dos repórteres com os próprios leitores, que se tornaram disciplinados a contribuir sempre mais rápido e melhor. O *Extra* se tornou um jornal personalizado, cujo conteúdo é basicamente o que interessa ao seu público-alvo. A partir de uma análise do que é sugerido e do que é selecionado pelos próprios jornalistas, foi possível notar que a maioria das matérias apresenta uma narrativa de sofrimento, de interrupção de uma vida feliz, reflexo da cultura terapêutica contemporânea ocidental, na qual a felicidade é um direito fundamental.

Passou tão rápido..."A gente nunca quer o que o tempo quer".

Paulo Vaz

AGRADECIMENTOS

Essa monografia não podia ter sido feita sem a ajuda dos meus amigos. E meus primeiros amigos da vida foram minha mãe e meu pai. Eles me ensinaram que entre nós nunca teria nenhum segredo (mas é claro que tem!) e que por mais que brigássemos, no final, éramos só nós três e que o amor sempre seria mais forte. E sempre foi. O amor nasceu em casa e foram eles que me ensinaram a amar as outras pessoas. Sem eles, eu não chegaria até aqui.

Eu cresci e fiz outros melhores amigos, com quem também aprendi muito. Encontrei uma irmã, que meus pais nunca me deram. A Yve foi meu porto seguro. Depois, vieram os amigos da escola, numa amizade que se fortalece cada vez mais. Nandão se tornou um outro irmão pra mim, que até hoje pega no meu pé quando uso saia curta e quando faço besteira. Uma amizade sincera e eterna. Com a Paula, a mesma coisa. Mesmo com todas as nossas diferenças e maluquices, eu sei que ela sempre estará ali pra mim, assim como eu pra ela. Sempre! Obrigada, também, pelos incontáveis momentos de risadas, sufoco, besteiras, cantorias e muito amor, Vitor, Monique Cleto, Ratinho, Chuck, José e Queiroz.

Se tem duas pessoas que não me abandonaram nesses quatro anos de Eco, elas são a Gabriela e a Luciana. Amigas que o destino se encarregou de colocar no meu caminho numa idade - e pode parecer exagero meu - que eu achava que não ia fazer mais amigos pra vida toda. Elas estiveram todos os dias comigo e, arrisco dizer, que me conhecem, hoje, melhor do que ninguém. São amigas de ideias, cervejas, risadas, decepções e conquistas. Assim como também são Duda e Maria, por quem eu já nutria um carinho enorme, mas foi a Eco, novamente, que as colocou no meu caminho.

A UFRJ me proporcionou conhecer as pessoas mais interessantes e incríveis da minha vida. E eu agradeço muita a vocês, Dani, Amanda, Bia, Ed, Leandro e todas os amigos que passaram por aqui.

Agradeço também ao meu professor Paulo Vaz. Foi ele, que desde o segundo período do curso, me ensinou a pensar de forma crítica. Devo a ele grande parte do que sei hoje. Estamos pensando, Paulo. Estamos vivos!

Durante esse último ano fiz novos amigos num lugar que nunca pensaria em fazer: no estágio. Foram eles, nos almoços diários, chás na linha vermelha, chopps na D. Ana, que alegraram meus dias de trabalho. Foram eles, também, que ouviram minhas lamentações diárias sobre essa monografia. E tenho certeza que são eles que vão ocupar os altos postos nas redações do país. O jornalismo brasileiro está nas mãos de vocês, Renan, Lucas, Paulinha, Danilo, Lucianoca e Letícia (no seu caso, o design). Está em boas mãos!

Não poderia deixar de agradecer à minha vó linda e maravilhosa, que se estivesse consciente, teria muito orgulho de mim. Eu amo você demais! À Tily, Dinda e ao meu Tio Mico, que também vibraram com todas as minhas vitórias. E as minhas companheiras Tina, Landa e Lurdeca, que me mimaram a vida inteira e por quem eu tenho um amor muito grande.

E se tem alguém muito especial que não está mais por aqui, esse alguém é meu vô Jorge. Quando eu fiz oito anos, ele me deu um livro de poesias do Casimiro de Abreu. Na época, eu odiei. Hoje entendo o valor da leitura e da poesia, e não poderia viver sem elas. Tenho certeza que você está vibrando aí de cima. Que o verso seja a chave que abra mil portas!

Eu amo imensamente todos vocês. E o amor é a melhor coisa que existe!!

Obs: Sem a ajuda do meu psicanalista, essa monografia, com certeza, seria mais difícil. Obrigada, Yossef, por me mostrar o caminho da tranquilidade que existia em mim mesma.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. ATENÇÃO: O RECURSO TÃO DESEJADO PELAS EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO

2.1 Mudança no processo de produção jornalística

3. O CASO EXTRA: UMA ANÁLISE DO JORNAL

3.1 Whatsapp: uma nova ferramenta dentro da redação do Extra

3.2 A tecnologia também limita

3.3 Colaboração e disciplina

4. A NOTÍCIA QUE VOCÊ ESCOLHEU É O SEU PRÓPRIO RETRATO

4.1 O sofrimento na seleção do próprio jornal

4.2 Uma outra seleção

5. CONCLUSÃO

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7. ANEXO

1. INTRODUÇÃO

Ao longo da história do jornalismo, nota-se que os veículos de comunicação de massa precisaram se adaptar às mudanças de seus tempos sob pena de perderem o mercado consumidor. Os constantes avanços tecnológicos, principalmente nos séculos XX e XXI, impulsionaram de forma mais rápida e dinâmica essas transformações. O jornal impresso perdeu sua hegemonia para o rádio, para a televisão e, recentemente, para a Internet. Mas, indo de encontro ao que muitas pessoas diziam, não perdeu, nem perderá, seu lugar na sociedade. Arrisco dizer que o motivo é justamente devido a sua capacidade de adaptação.

A cada vez que os seres humanos aprimoravam as ferramentas tecnológicas, os veículos de comunicação as utilizavam como forma de reforçar sua permanência no mercado. É claro que nem todos os jornais conseguiram. Muitos decretaram falência, outros migraram totalmente para o virtual. Entretanto, é preciso admitir o grande esforço dos veículos nessa luta constante com a tecnologia. Esforço este que vale também para a maneira pela qual os jornalistas passaram a lidar com a própria produção do jornal. A entrada da Internet nas redações, por exemplo, causou resistência em algumas pessoas. Até hoje, é possível notar que alguns jornalistas ainda valorizam uma matéria para o impresso em detrimento a uma feita somente para a Internet, que naturalmente terá muito mais alcance.

Foi pensando nessas transformações, que ocorreram em tão pouco tempo, que notei um fato específico: a utilização do WhatsApp dentro da redação do jornal *Extra*. O que era para ser um simples aplicativo de troca de mensagens entre as redes de amigos se tornou uma ferramenta importantíssima para o jornalismo.

A partir da leitura diária e observação das reportagens do jornal *Extra*, comecei a perceber que grande parte das notícias, tanto do jornal quanto do site, trazia o selo do WhatsApp, numa forma de atentar que aquele determinado assunto havia sido sugerido por um leitor, além de incentivar o envio de outras sugestões. Quais seriam, então, as notícias selecionadas pelos jornalistas? Na época, não podia imaginar a quantidade monumental de mensagens que o *Extra* recebe todos os dias de seus leitores.

Durante a observação que precedeu este trabalho acadêmico, foi possível perceber, também, que as edições do *Extra* eram muito semelhantes. Assuntos ligados à

violência e à precariedade de serviços básicos se repetiam constantemente não só nas páginas do jornal impresso quanto no portal de notícias na Internet. Por outro lado, cada vez menos era dado destaque a assuntos políticos e econômicos.

O que deu origem a esse trabalho foi a percepção de que não há grande diversidade de informação, seja nos temas apontados pelos leitores, seja pela seleção dos próprios jornalistas. Se o WhatsApp é uma ferramenta de largo alcance, e, por isso, pode ser um meio para que qualquer assunto seja relatado, por que existe essa constante recorrência de temas semelhantes que chegam via aplicativo e que são expostos pelo jornal? Por que o potencial tecnológico não é totalmente aproveitado?

Esta monografia pretende responder a essas questões por dois modos: de forma teórica, através de diversos autores que promovem reflexões a cerca de temas como a tecnologia, o jornalismo, o regime de atenção e o sofrimento, e através da análise, feita em dois momentos diferentes, de reportagens sugeridas pelos leitores por meio do WhatsApp e publicadas pelo jornal.

Como dito anteriormente, é válido lembrar que antes de o WhatsApp ser inserido na redação do *Extra*, os jornais do Brasil e do mundo já haviam passado por inúmeras mudanças de modo com que pudessem se adaptar aos constantes avanços tecnológicos. Por isso, o segundo capítulo deste trabalho, denominado "Atenção: o recurso tão desejado pelas empresas de comunicação", apresenta um panorama das transformações do próprio jornalismo, principalmente a partir do surgimento da Internet. Transformações estas que tinham um objetivo maior: manter os veículos de comunicação como principais mediadores da sociedade. Para isso, é imprescindível o controle do regime de atenção dos leitores, cada vez mais dispersos com os constantes estímulos, sejam do mundo físico, sejam do mundo virtual, e a quantidade gigantesca de informação, que chega de forma cada vez mais veloz. As mudanças no jornalismo e na sua forma de produção foram analisadas, majoritariamente, na redação do *Globo*, jornal de grande circulação no país, fundado em 1925, e que trata de assuntos de forma bastante abrangente e diversificada.

Já o terceiro capítulo "O caso *Extra*: uma análise do jornal" se retém, especificamente, ao exemplo do jornal *Extra*. Para isso, primeiramente é feita uma apresentação do veículo desde o seu surgimento até os dias de hoje, com suas constantes estratégias de aproximação com o leitor. A partir de uma entrevista de cerca de uma

hora com Fábio Gusmão, editor responsável pela inserção do WhatsApp no jornal, foi possível compreender como o aplicativo é utilizado pelos jornalistas, bem como quais são suas principais limitações. Essas abordagens são tratadas nos subcapítulos 3.1 e 3.2. Por sua vez, o subcapítulo 3.3 relata como o WhatsApp se tornou uma ferramenta de controle e disciplina dos próprios leitores do jornal, dispostos a colaborar com o veículo de forma cada vez mais eficaz. Cooperando com o *Extra*, o leitor deixa, portanto, de se firmar como um novo mediador da sociedade a partir da Internet, contribuindo, pois, na permanência do veículo como grande distribuidor da informação.

O quarto capítulo, intitulado "A notícia que vocês escolheu é o seu próprio retrato", começa com uma abordagem a cerca da personalização da informação, que muito antes da Internet, já permeava as relações humanas. Para alcançar e manter seu público alvo, o *Extra* personaliza sua informação cada vez mais, de forma que grande parte do que é noticiado reflita os interesses dos próprios leitores. Esse capítulo vai, portanto, analisar o que chega pelo WhatsApp e o que os jornalistas selecionam para virar matéria. Para isso, me pareceu essencial trabalhar em cima de uma seleção feita pelo próprio jornal quando a ferramenta completou um ano de existência na redação do *Extra*. Essa escolha é interessante porque mostra quais matérias, feitas a partir das sugestões vindas do aplicativo, o jornal considera relevantes, assim como as tendências do critério de seleção dos jornalistas. Uma mesma análise sobre o conteúdo foi feita em um período de cinco dias escolhido de forma aleatória, com a finalidade de comparar com o que já havia sido selecionado pelo próprio jornal. Em uma cultura em que o direito à felicidade é essencial a todos, o jornalismo não poderia deixar de refletir em suas páginas essa profunda demanda social. Por isso, foi possível notar o aparecimento recorrente do sofrimento, que é constantemente negado pelos leitores, nas matérias analisadas.

Desta forma, espero que essa monografia consiga cumprir com o objetivo de proporcionar um maior entendimento sobre as mudanças tecnológicas dentro das redações dos jornais impressos, principalmente no *Extra*, que apresentou constantes tentativas de estreitamento de sua relação com os leitores, sendo, recentemente, o WhatsApp a forma mais bem sucedida dessa aproximação e, conseqüentemente, da captura de atenção desses leitores. Bem como oferecer uma reflexão acerca do conteúdo das matérias do *Extra* feitas a partir do aplicativo.

2. ATENÇÃO: O RECURSO TÃO DESEJADO PELAS EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO

Uma das maiores preocupações das empresas de comunicação de massa, se não a maior, é a manutenção de suas posições de grandes mediadoras da informação após os constantes avanços tecnológicos. Para capturar a atenção do leitor em um universo onde a informação pode ser produzida e distribuída por qualquer pessoa, as empresas jornalísticas precisam se adaptar incessantemente a essas inovações. Ao contrário do que o determinismo tecnológico supunha, a Internet, com sua estrutura descentralizada, interativa e veloz, se tornou a grande responsável pelo surgimento de tipos diferentes de mediadores que segmentam seus conteúdos, como blogueiros e videoblogueiros, por exemplo, e que se comunicam, compartilham experiências e exercem influência entre si, ameaçando, portanto, a posição central do jornalista.

Muito antes do surgimento da Internet, criada nos Estados Unidos, no final da década de 60, para atender a um propósito militar de armazenamento e compartilhamento da informação, além de possibilitar um acesso descentralizado, o espaço público era fragmentado; havia um desconhecimento geral entre as classes e esferas sociais¹. Os jornalistas foram os grandes responsáveis por construir e moldar, aos poucos, esses espaços de acordo com o que consideravam serem fatos de interesse geral e, por isso, necessários de serem noticiados.

O jornalista, por sua atividade de mediador, será o responsável pelo fim da fragmentação através da constituição de um novo espaço público. Na realidade, ele tece uma rede, pois sua função é a de recolher informações em todo lugar, selecioná-las segundo o critério do que concerne a todos e distribuir as selecionadas para todo local. Deste modo, por sua atividade, o jornalista cria o cidadão e o interesse público. Cada indivíduo continua a carregar determinações de local e classe; contudo, cada um se torna simultaneamente cidadão, pertencendo a uma comunidade mais ampla gerada pela informação partilhada. (VAZ, 2001, p.47)

Com o fim do feudalismo e o começo do mercantilismo, houve uma maior mobilidade entre as pessoas e elas puderam interagir com um grupo mais extenso de

¹ Luc Botanski, em *Distat Suffering*, p.3-6, cita os estudos de Hannah Arendt no que diz respeito ao desconhecimento mútuo das diferentes esferas sociais antes da Revolução Francesa. Após a Revolução, o sofrimento dos infelizes passou a ser observado por aqueles que não sofriam. Houve, portanto o surgimento da *Política de Piedade*.

indivíduos. A partir desse momento, os cidadãos começaram a ter controle sobre suas experiências. Em seguida, junto com industrialização, veio o crescimento das áreas urbanas, aumentando, assim, o número de jornais e revistas. Essas novas experiências, atreladas à expansão da educação pública, foram o ponto chave para que as pessoas começassem a desenvolver um sentimento de nacionalismo, e logo, pudessem interagir de acordo com os seus maiores interesses. Posteriormente, o aparecimento dos jornais, no século XVII - sendo o alemão "Aviso de Augsburg" considerado o primeiro jornal do mundo, publicado no ano de 1609 - foram centrais para a definição de uma cultura nacional, que leva em consideração a localização geográfica e distingue os indivíduos pelas classes sociais, etnias e língua (SHAPIRO, 1999, p.116). O mesmo ocorreu com o rádio e a televisão. Mas vale lembrar que antes do surgimento dos jornais diários, circularam, primeiramente em Veneza e depois em outros lugares da Europa, como na Inglaterra, as chamadas "folhas volantes", que se dedicavam a um único tema e não tinham publicações regulares. Portanto, é possível notar que os interesses em comum sempre permearam a relação humana.

A Internet, mesmo tendo sido criada para outros propósitos que não os sociais, acarretou, inevitavelmente, em uma aproximação das relações humanas e, principalmente, possibilitou o indivíduo de disseminar por conta própria seus interesses e de buscar o que mais lhe convém. Como será abordado mais para frente, as redes sociais têm papel central no que diz respeito à troca dessas experiências.

No dia 01 de janeiro de 1983, os militares deixam a Arpanet para criar a MilNet. A Internet - criada originalmente como uma máquina de combate - era um dispositivo de monitoramento e controle. Mas foi tomada de assalto por micropolíticas estranhas, fazendo da rede um meio de vida e uma máquina de cooperação social, por intermédio da multiplicação de grupos de discussão na USENET² e nas BBS (de quem as atuais redes sociais se originam) A Arpanet torna-se, então, um dispositivo de produção de relações, de afetos, de cooperação e de trocas de conhecimentos micropolíticos, e não apenas um meio de transporte de informações científicas, financeiras e militares. (ANTOUN & MALINI, 2013, p.2)

Para saber o que acontecia no mundo antes da Internet, era necessário que as pessoas recorressem aos veículos de comunicação de massa. Pessoas comuns eram

² "Primeira plataforma popular de conversação online na história da rede e a fundadora da relação "muitos-muitos" como modelo do diagrama de comunicação através da internet" (ANTOUN, MALINI, 2013, p.2)

incapacitadas de produzirem notícias por contra própria. Havia, portanto, uma enorme lacuna entre o tempo de apuração, de produção e de distribuição da informação. Até meados da década de 1950, o jornal impresso ainda era a principal fonte de notícia, opinião e entretenimento, além de ser o veículo responsável por estabelecer o debate político e social da nação. O rádio era o único veículo de massa capaz de concorrer com o jornal, apesar de sua influência noticiosa ser irregular (DIZARD, 2000, p.228).

Mesmo assim, a troca de informações à distância custava caro e dependia de tecnologias que também eram custosas. Mesmo recorrendo à agências de notícias, o processo ainda era demorado, o que acarretava no atraso da informação. Não era incomum a imprensa noticiar um acontecimento dias depois dele ter de fato acontecido. As fontes de pesquisa também dificultavam a agilidade e rapidez do jornalista. Os arquivos eram indexados manualmente e guardados em gigantescos acervos, muitas vezes em microfilme, uma mídia analógica capaz de armazenar as páginas antigas dos jornais, além de outros documentos e até desenhos. As buscas poderiam durar horas, fato impensável para uma pessoa nascida no século XXI. Hoje, por exemplo, o buscador Google leva apenas 0,24 segundo para encontrar aproximadamente 113 milhões de resultados para uma palavra simples como "atenção", incluindo imagens das mais variadas possíveis.

O jornalismo era, pois, "o nó obrigatório de passagem do que pode ser comum a todos. A existência de poucos nós de produção e distribuição acarreta ainda canais fixos e fechados de distribuição da informação" (VAZ, 2001, p.48). Sem a Internet com os inúmeros mediadores que surgiram, grande parte dos acontecimentos existia apenas na agenda pessoal ou no espaço vivencial de grupos de indivíduos (MCCOMBS *apud* TRAQUINA, 2001). Os veículos de comunicação eram definidos "como um *Quarto Poder*, que guarda os cidadãos dos eventuais abusos do poder por parte dos governantes" (TRAQUINA, 2001, p.187), além de relatarem acontecimentos diários de cunho de interesse geral. E o jornalista era o grande responsável por filtrar a informação, além de organizá-la e sintetizá-la de acordo com os critérios de noticiabilidade.

É essencial frisar que, apesar do constante avanço tecnológico, esses critérios ainda permanecem basicamente os mesmos, principalmente para o jornalismo impresso. De acordo com Nelson Traquina (2005), a localização geográfica do acontecimento,

bem como sua relevância para os leitores daquele determinado local, são critérios importantes e que influenciam no trabalho do jornalista. É interessante ressaltar também que conflitos, escândalos, eventos que causam surpresa e ocorrências nas quais muitas pessoas são envolvidas, como acidentes de avião ou catástrofes naturais, por exemplo, sempre foram bastante explorados pela mídia. Traquina destaca ainda que a exclusividade de um fato também é um critério fundamental para a seleção do jornalista, que vai fazer de tudo para noticiá-lo antes da concorrência. Citando Mitchell Stephens, Traquina sublinha a necessidade de se retratar o extraordinário, o insólito. (2005, p.63)

No segundo volume de seu livro "Teorias do Jornalismo", Traquina faz uma breve análise de três momentos históricos diferentes para mostrar quão pouco variaram os valores-notícia básicos. Durante as primeiras décadas do século XVII, antes do surgimento dos jornais, as "folhas volantes" publicavam, recorrentemente, milagres, abominações, catástrofes, acontecimentos bizarros. Além disso, atos de pessoas importantes, como o Rei e a Rainha, e seus feitos pessoais eram valores-notícia. O autor afirma ainda que nesta época já havia o fascínio por homicídios, bem como enforcamento de assassinos. O segundo período estudado compreende os anos 30 e 40 do século XIX. Para isso, o autor lembra como era o jornalismo do século XVIII.

Ao longo do século XVIII, as publicações periódicas, como jornais, eram dominadas pelo pólo político e os meios de comunicação social eram essencialmente vistos como uma arma política até o aparecimento da chamada '*penny press*' na década de 30 do século XIX. (...)Até a época da '*penny press*', as notícias versavam apenas assuntos políticos e econômicos, e o respectivo comentário. O discurso parlamentar, as cotações da Bolsa, o câmbio, os conflitos militares, as informações comerciais preenchiam o conteúdo da imprensa.(TRAQUINA, 2005, p. 67)

O autor explica anteriormente que a "penny press" representou o surgimento de um novo jornalismo durante o século XIX. Os jornais passam a ser encarados como um negócio que pode gerar lucro e, por isso, visaram aumentar as tiragens. O autor frisa, no entanto, que o grande objetivo ainda era fornecer informação e não propaganda. Assim surgiu o *New York Sun*, jornal americano fundado por Benjamin H. Day, primeiro veículo da época a dar ênfase às notícias locais e às histórias de interesse humano, sem, por outro lado, deixar de reportar os assuntos políticos e econômicos: "O *New York Sun* não só dava essas informações de forma acessível, como enchia as suas páginas com

outros assuntos: histórias de crimes, escândalos, tragédias, notícias que os homens comuns achavam interessantes ou divertidas" (TRAQUINA, 2005, p. 67). Com um incrível resultado de venda de 30 mil exemplares diários em menos de quatro anos, inicia-se, aí, o sensacionalismo da imprensa. Já nos anos 70 do século XX, um estudo de Herbert Gans sobre as notícias veiculadas nos principais telejornais e revistas norte-americanas mostra que os valores-notícia pouco mudaram quando comparados aos períodos anteriores. O que mais aparece na época são matérias ligadas à atividade do governo, como conflitos e desacordos, propostas governamentais, cerimônias e mudanças de pessoas que exercem funções dentro do próprio governo. Em seguida vêm as categorias de crime, escândalos e investigações e depois, catástrofes, desastres, protestos e fatos extraordinários. Durante mais de três séculos, é possível perceber, portanto, pouca mudança nos critérios de noticiabilidade.

Pouco mudou também no atual período do século XXI. Os grandes jornais continuam a dar destaque para fatos políticos e econômicos. Mas vale notar que, cada vez mais, seus sites têm espaços reservados para as notícias extraordinárias como "o homem que morde o cão". Todos os sites, e por mais sérios que sejam, têm uma área destinada às "bizarrices" do mundo real. Já os jornais mais populares, como o *Extra*, que será analisado nos próximos capítulos, destinam grande parte de suas páginas às "notícias que os homens comuns achavam interessantes ou divertidas", sem deixar de falar dos assuntos políticos, que, entretanto, ganham menor abordagem. No site, relatos mais humanos imperam. Mesmo o conteúdo político tem uma abordagem mais leve e um apelo mais social, como é o exemplo do dia 25 de outubro, em que o site do *Extra* chamava três notícias principais: "Ibope: Dilma tem 49% e Aécio, 43%", "Internautas abusam de criatividade em memes de debates entre Dilma e Aécio" e "O pescador e o surfista: candidatos ao governo do Rio falam da juventude".

Os veículos de comunicação de massa, todavia, também precisam explorar os critérios de noticiabilidade de acordo com os interesses de seu público alvo. Existem notícias que atraem a todos, mas, por outro lado, é necessário segmentar um público específico. Um bom exemplo dessa necessidade foi a criação do Jornal de Bairros em 1982 pelo *Globo*, um dos maiores e mais importantes jornais do país. O objetivo era simples: "enfocar questões de grande interesse para uma determinada área da cidade,

mas que não teriam espaço no *Globo*³. O jornal aproximava-se, portanto, de leitores do Méier, da Barra, de Copacabana, de Ipanema, de Madureira, de Botafogo, da Leopoldina, da Ilha do Governador e de Niterói, afim de cativar a atenção com o que tinha de mais genuíno dessas localidades. Até hoje é privilegiada uma cobertura local voltada para serviços, como é o caso da coluna "Água na Boca", presente em todos os cadernos e que oferece dicas de restaurantes e lanchonetes.

2.1 Mudança no processo de produção jornalística

Entre 1985 e 1986, a redação do *Globo* começou a substituir as antigas máquinas de escrever pelos computadores. O início da "virada tecnológica" representava a modernização da produção dos textos e o embrião da era da comunicação digital. Quase dez anos depois, a diagramação eletrônica dava mais agilidade e rapidez ao processo de produção. "Com o processo de produção totalmente eletrônico, ilustrações, gráficos e mapas que antes eram feitos, em média, em cinco horas, passaram a ficar prontos em pouco mais de meia hora"⁴. Foi também em 1995 que o jornal passou pela primeira reforma gráfica, com uma tipografia mais moderna que acompanhava a própria mudança estrutural da redação. Eram textos maiores e consolidados em uma única matéria.

Com o avanço da Internet e, conseqüentemente, com a multiplicação dos nós obrigatórios, as empresas jornalísticas, não só as de jornal impresso, se viram obrigadas a acompanhar o processo de mudança, sem que, por outro lado, perdessem seu papel, que antes era exclusivo, de detentoras da verdade. É muito interessante perceber que essas mudanças tecnológicas ocorreram em um período de tempo muito curto. O panorama americano mostra exatamente essa transformação:

Em 1995, apenas uma centena de jornais diários estavam na Web. Na virada do século, todos os diários de grande circulação estavam representados na Internet, ao lado de centenas de publicações menores. Cada vez mais elas estão explorando sua maior vantagem que é a informação local. (DIZARD, 2000, p.235)

Um bom exemplo de como as grandes empresas, que se valorizam pela cobertura global, tiveram que acompanhar a mudança tecnológica é o surgimento do site

³ Disponível em: <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/jornais-de-bairro-9173648> . Acesso em 04 de outubro de 2014.

⁴ Disponível em: <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/computador-na-redaccedilatildeo-9173808>. Acesso no dia 04 de outubro de 2014.

Globo.com, das antigas *Organizações Globo* (hoje, *Grupo Globo*). O slogan do portal de notícias é o seguinte: "Absolutamente tudo sobre notícias, esportes e entretenimento". Apesar de recente, visto que o site foi criado em 2000, o slogan transmite a mesma ideia do site que o jornalismo pré Internet queria passar aos leitores, de que ele possui todos os fatos dignos de serem noticiados, de que ele continua sendo o "nó obrigatório" entre a sociedade e a notícia. O mesmo pode ser observado na *GloboNews*: "Nunca desliga". O que significa dizer que o canal está atento a todos os acontecimentos do mundo, 24 horas por dia, sete dias na semana.

Seria um erro terrível se os veículos de comunicação se recusassem a aceitar a força e a influência da Era Digital, que chegava com toda força na década de 90 no Brasil. Erro também seria se eles negassem o poder dos indivíduos, que se tornaram colaboradores e produtores de notícia. Um outro bom exemplo foi o surgimento, em julho de 1996, do site *Globo On* do jornal *O Globo*. Em 2012 houve uma nova mudança gráfica para, também, acompanhar a transição: a linguagem da Internet, com sua dinâmica e cores, ganhava força até mesmo no papel. A separação das matérias, feita com mais espaços em branco, trazia um conforto maior ao leitor.

Com a consolidação da Era Digital, em que o indivíduo isolado tem facilmente acesso a uma audiência potencialmente ampla para divulgar o que quer que seja, nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não jornalista, como se deve ou não proceder quando se tem em mente produzir informação de qualidade. A Era Digital é absolutamente bem-vinda, e, mais ainda, essa multidão de indivíduos (isolados ou mesmo em grupo) que utiliza a internet para se comunicar e se expressar livremente. Ao mesmo tempo, porém, ela obriga a que todas as empresas que se dedicam a fazer jornalismo expressem de maneira formal os princípios que seguem cotidianamente. O objetivo é não somente diferenciar-se, mas facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença.⁵

Logo, as os veículos de comunicação, principalmente os jornais impressos, precisavam se reinventar para que suas vendas não despencassem, ou pior, acabassem, Foi o que aconteceu no dia 1º de setembro de 2010, quando o tradicional *Jornal do Brasil* deixou de circular nas bancas, restando apenas sua versão digital, que foi,

⁵ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/principios-editoriais/> Acesso em: 27 de setembro de 2014.

inclusive, a primeira versão digital de um jornal em todo o Brasil, lançada no dia 28 de maio de 1995.

De acordo com dados da Pnad⁶ referentes ao ano de 2013, 42,4% da população brasileira possui pelo menos um microcomputador em casa com acesso à Internet. Isso significa dizer que comprar um jornal para saber a notícia do dia anterior parece cada vez mais ultrapassado, já que a qualquer momento as informações podem ser checadas com apenas poucos cliques e em questão de segundos. É, pois, essencial para uma empresa, que tem como princípio garantir o seu lucro e a sua permanência no mercado, continuar operando diretamente sobre os indivíduos. Ou seja, a migração para o digital é vital, pois as possibilidades de interação das pessoas com elas mesmas e com o mundo não estavam mais limitadas pelo lugar geográfico ou pelos meios de comunicação de massa (VAZ, 2000, p.2).

Surgem aí dois grandes problemas. Como capturar e manter a atenção dos leitores se a quantidade de atrativos na Internet é astronômica? No século XIX, houve um processo de modernização da percepção - antes regida pelas leis da física e pelo modelo da câmara escura, na qual o sujeito compreendia o mundo de forma racional - que ocorreu junto com a aceleração industrial e com o desenvolvimento de tecnologias de reprodução de imagens. Processo este que tem como aspecto crucial a crise contínua da atenção a partir do avanço do capitalismo, com a introdução de novos produtos, novas fontes de estímulo e fluxos de informação (CHARNEY & SCHWARZ, 2010, p. 83). Hoje, a visualidade situa-se cada vez mais em um terreno cibernético e eletromagnético, no qual são consumidos e trocados, em escala global, elementos abstratos, linguísticos e visuais (CRARY, 2012, p.12). Os estímulos externos, sejam da cidade, sejam da Internet, são ainda mais intensos e constantes e, por isso, afetam em maior escala os indivíduos. Logo, o que os veículos de comunicação mais desejam é que a atenção do sujeito esteja focada em seu site, ou blog.

Como forma de atrair mais leitores, as empresas passaram a abusar de ferramentas multimídias. No jornal *O Globo*, por exemplo, uma mudança anunciada, em abril de 2014 em duas páginas do próprio jornal, deixou ainda mais clara a importância da Internet para a empresa. O título da matéria era “A informação na hora e em sintonia

⁶Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2014. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2013/sintese_defau.lt.xls.shtm . Acesso em 27 de setembro de 2014.

com o leitor - Jornal renova a abordagem da notícia e aposta na agilidade das plataformas digitais”. No online, outra matéria: “É tempo de uma nova forma de fazer notícia - O GLOBO antecipa a jornada de trabalho da redação e reforça a produção para as plataformas digitais”. É evidente a preocupação em capturar a atenção dos leitores. A editoria "Sociedade" chega para abordar temas do cotidiano que antes não eram muito priorizados na edição impressa, pois, afinal, já estava provado desde o início do século XIX com o sucesso do "New York Sun" que as pessoas não querem ler só sobre política e economia. O caderno mais "light" fica entre o de Economia e o de Mundo.

Entre as principais novidades está a criação de duas seções. A editoria de Sociedade abrangerá temas de interesse e mobilização crescentes, mas que ainda não tinham um espaço fixo nas edições, de ciência a direitos civis, de religião a sexo. Também está prevista a formação do núcleo de videojornalismo, um novo canal de notícias do jornal, com produções exclusivas e complementares à pauta diária.⁷

Interessante também foi a preocupação dos editores com os dispositivos eletrônicos. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia⁸, divulgada em março de 2014, 40% dos 2.200 entrevistados utilizam o celular para ter acesso a Internet. Além disso, os dados da Associação Nacional de Jornais apontam que somente em 2013 foram feitas 271.100 assinaturas de jornais para celular, mais de três vezes o número de assinaturas realizadas em 2006, por exemplo. Sendo assim, era imperativo que qualquer empresa investisse em aplicativos de celular. O *Globo* além de mudar o layout do aplicativo, aumentou a quantidade de conteúdo disponível para a versão mobile. A revista vespertina *O Globo A Mais*, com conteúdo só para assinantes, também passou a operar tanto com IOS como com Android, aumentando o número de leitores.

Durante nove meses de inserção na redação do jornal, foi possível notar, na prática, essa preocupação crescente dos editores com o digital. Além da criação da editoria de vídeo, as demais editorias foram inicialmente obrigadas a fazer duas listas por dias. Diante da falta de tecnologia que permitisse uma rápida criação das listas, essa obrigatoriedade foi reduzida para apenas uma. Com muitas fotos e frases curtas, elas são formas simples de capturar a atenção. Por outro lado, muitas vezes seu conteúdo é pouco relevante, como é o caso da lista denominada 'Eu voto em...': personalidades

⁷ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/e-tempo-de-uma-nova-forma-de-fazer-noticia-12100886>. Acesso em 04 de outubro de 2014.

⁸ Disponível em: <http://blog.planalto.gov.br/pesquisa-brasileira-de-midia-2014/> . Acesso no dia 04 de outubro de 2014.

justificam suas escolhas"⁹, que tinha a foto e depoimento do funkeiro Mr. Catra, seguido de Jards Macalé e BNegão, todos indecisos. Em links relacionados, é possível clicar também em outra listas com outros famosos¹⁰. Nessa, Narcisa Tamborinderguy, Dinho Ouro Preto, Marcos Palmeira, e mais três celebridades justificam suas escolhas para os presidenciáveis. Levando em consideração o alcance que as personalidades têm, a lista pode ser considerada uma forma de dirigir a consciência dos leitores, além de claro, mantê-los conectados ao site, numa procura incessante com a finalidade de descobrir o voto de outras celebridades, visto que são feitas inúmeras listas sobre o mesmo tema.

Outra mudança interessante foi a obrigatoriedade delegada ao repórter de acrescentar links relacionados em todas as matérias publicadas para que o visitante fosse direcionado a outras reportagens, com conteúdos que possam despertar seu interesse, mas que nem sempre são muito semelhantes. Mesma atribuição foi dada aos repórteres do jornal *Extra*. Ambos os jornais, junto com popular *Expresso*, fazem parte da *Infoglobo*, empresa pertencente às *Organizações Globo*.

O avanço tecnológico mudou, igualmente, a forma com que o jornalista busca a notícia e a apuração. Até o final da década de 1990, era comum que os repórteres fizessem uma ronda presencial a todas as delegacias da cidade e das proximidades para saber se algum bandido havia sido preso, ou se algum crime relevante havia acontecido. Também era de praxe andar à noite por algumas ruas estratégicas para tentar flagrar irregularidades. Agora, a ronda é feita sem que o jornalista precise levantar de sua cadeira. Com bastante atenção às redes sociais, além dos sites, da observação das câmeras da cidade e do uso do telefone, é possível encontrar grandes furos de forma mais rápida e bem mais eficiente. As apurações e entrevistas são, na maioria das vezes, pela Internet ou por telefone, diminuindo e até anulando o contato pessoal entre o repórter e o entrevistado.

O processo de produção também apresentou algumas mudanças. O jornal ainda é planejado como uma rotina industrial na qual o jornalista não tem total autonomia do que será publicado, seja na Internet, seja no impresso. A aprovação continua sendo feita por um editor, mesmo que o repórter seja o responsável pelas sugestões de pautas. Extingue-se, todavia, a presença do pauteiro, profissional responsável apenas pela

⁹ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/eu-voto-em-personalidades-justificam-suas-escolhas-14063765>. Acesso em 28 de setembro de 2014.

¹⁰ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/eu-voto-em-personalidades-justificam-suas-escolhas-14049266>. Acesso em 28 de setembro de 2014.

sugestão e do copydesk, que tinha como função revisar os textos, apontando prováveis erros de ortografia e adequando-os às normas editoriais.

(...) o processo de produção da notícia é planejado como uma rotina industrial. Tem procedimentos próprios e limites organizacionais. Portanto, embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. (PENA, 2005, p. 129)

No *Globo*, uma grande mudança no processo produtivo anunciada em abril foi o horário de chegada dos editores. Se antes eles eram os responsáveis pelo fechamento do jornal e entravam na redação por volta das 15h, agora eles chegam às 7h. Às 8h, é feita uma reunião em que são discutidas as pautas tanto para o online quanto para o impresso. A prioridade do online requer mais agilidade e rapidez por parte de toda a equipe e, por isso, os próprios repórteres são, muitas vezes, encarregados de tirarem fotos e gravarem vídeos, sem precisarem depender de um fotógrafo profissional, escalado, agora, para pautas mais específicas.

O segundo problema diz respeito ao mercado anunciante. Com as vendas dos jornais impressos despencando, com o deslocamento do público para as plataformas digitais e com a multiplicidade de anúncios gratuitos na Internet, os grandes jornais precisam investir em outra forma de lucro sem depender somente da venda de espaço de anúncio. Uma saída adotada por alguns foi a assinatura online. No site do jornal *O Globo*, por exemplo, um usuário que não é assinante só tem direito a 20 acessos mensais. Para continuar acessando às matérias do site, é necessário que ele realize a assinatura digital. Já o *Estadão* permite que o leitor acesse apenas cinco matérias por mês. Após essa quantidade, ele é obrigado a se cadastrar no site, informando dados pessoais como nome completo, CPF e cidade onde mora. Os assinantes, além de terem direito irrestrito às matérias do site, podem ler a edição digital em seus *tablets* e em outros dispositivos móveis.

Porque o Estadão está mudando forma de ver suas páginas e o que eu tenho a ver com isso? Você passou por várias páginas em nosso site até chegar aqui. E se você chegou, é porque quer estar bem informado e sabe a importância de ter um conteúdo de qualidade. Sabe que para produzir algo confiável e relevante é preciso investigar, estar lá. Antes. É obrigatório ter credibilidade. Conhecimento. Profundidade.

Assim o Estadão atua há 138 anos. São mais de 600 jornalistas trabalhando 24 horas todos os dias da semana. Colocando tudo isso no papel, site, tablet e celular, onde quer que você esteja acessando, de forma instantânea e atualizada.

Queremos oferecer a você, consumidor frequente do nosso conteúdo, um jornalismo sério, com nome, crédito, critério e qualidade. E queremos também conhecê-lo melhor, suas preferências individuais de leitura e navegação, apenas para estreitar o nosso relacionamento.¹¹

É válido lembrar que não foram só os jornais que tiveram que se adaptar às novas tecnologias. Tanto as rádios quanto a TV se viram obrigadas a mudar suas formas de transmissão de notícia. As webrádios, por exemplo, foram uma saída mais barata e de maior alcance, pois podem ser acessadas em qualquer lugar do mundo. Além de utilizarem textos e imagens como forma de complementar a informação sonora, muitas delas optaram por segmentar o mercado de forma a atrair um nicho específico. Funcionaram também para fortalecer as oposições. Em 1996, por exemplo, a rádio de oposição ao governo da Iugoslávia chamada B92 foi fechada pelo então presidente Slobodan Milošević. A oposição Sérvia apelou para a Internet para continuar sua transmissão e relatar a repressão do governo. Foi uma das primeiras vezes que a Internet foi usada por ativistas para esses fins. Eles conseguiram um alcance em toda o Leste Europeu e na China e se consolidaram ainda mais como oposição.

Já a TV precisou remodelar a sua programação de acordo com os interesses dos telespectadores. Isso sem falar na chegada da TV Digital, em 2007, que obrigou as emissoras a adaptarem suas transmissões e pensarem em uma forma mais interativa de atrair os telespectadores. Nesse novo cenário, é possível captar o sinal da TV Digital inclusive por telefones celulares e outros dispositivos móveis.

No entanto, a grande transformação capaz de afetar a subjetividade de muitos brasileiros e que será estudada nas próximas páginas dessa monografia veio do jornal *Extra*. No dia 24 de junho de 2013, o jornal anunciava um novo canal de comunicação com o leitor: um número de telefone celular com o qual os leitores poderiam compartilhar informações diretamente com a equipe do *Extra* através do aplicativo do WhatsApp. A novidade foi pioneira dentre as empresas jornalísticas no mundo e o anúncio foi feito primeiramente na versão online. Era a utilização perfeita da tecnologia em prol do aumento das vendas e, inegavelmente, do controle dos leitores, que agora,

¹¹ Disponível em: http://www.estadao.com.br/quero_entender_melhor/ . Acesso no dia 02 de outubro de 2014

mais que nunca, se tornaram disciplinados e, logo, colaboradores ativos. A aposta foi tão certa que não só outros jornais passaram a usar o aplicativo, como também a polícia militar, além de estabelecimentos comerciais e farmácias.

3. O CASO *EXTRA*: UMA ANÁLISE DO JORNAL

O jornal *Extra* sempre prezou, nos seus 16 anos de história, pela proximidade com os seus leitores. Seu surgimento, em abril de 1998, veio a partir de uma ação promocional que mobilizou os eleitores do Estado do Rio de Janeiro a escolherem o nome do jornal. O slogan inicialmente foi "*Extra* o jornal que você escolheu", hoje é um pouco mais personalizado: "*Extra* o jornal que você escolheu também é feito por você". Caracterizado como um prestador de serviços, seu conteúdo é voltado para as classes C, D e E e possui uma linguagem objetiva, com parágrafos curtos e um vocabulário simples. Em 2013, o jornal lançou dois cadernos hiperlocais: um na Baixada Fluminense e outro em São Gonçalo, com o objetivo de se aproximar ainda mais de seus principais leitores.

Suas capas são muito criativas e chamativas, com frases de impacto e fotos apelativas, pois assim como todos os jornais populares, sua venda é sustentada pelo leitores diários, não há assinantes do jornal. Já o conteúdo é voltado para acontecimentos da cidade, como por exemplo violência e problemas com serviços de iluminação pública, transporte, água, esgoto e também entretenimento e esporte. O site da *Infoglobo* descreve o jornal assim:

Reforçando o objetivo de estar próximo de seus leitores e ser um prestador de serviços “essenciais”, o *Extra* é um produto de preço acessível, linguagem simples, sem desprezar o jornalismo de profundidade. Oferece um noticiário focado em fatos da região do leitor e cadernos temáticos que tratam de assuntos do dia-a-dia. O *Extra* é um sucesso desde o seu lançamento, por ser um jornal totalmente adequado às necessidades do leitor, não é a toa que ele se tornou líder de venda em banca do país, possuindo mais de 3 milhões de leitores.¹²

Desde o seu nascimento, o *Extra* nunca deixou de organizar promoções: jogos de panelas, facas, maletas de ferramentas, entre outros produtos, poderiam ser adquiridos com o simples ato de juntar os selos do jornal e acrescentar uma quantia irrisória. Até hoje, quem passa pela Rua Irineu Marinho, número 70, pode observar gigantes filas para a troca dos selos pelos produtos. Além disso, o jornal realiza eventos populares que atraem milhares de visitantes. A Redação de Vidro, instalada no meio da Praça XV, no

¹² Disponível em: <https://www.infoglobo.com.br/anuncio/institucional.aspx> . Acesso em 28 de setembro de 2014.

Centro do Rio para comemorar os 15 anos do jornal em 2013 é um bom exemplo de aproximação entre os leitores e os jornalistas. O evento foi anunciado da seguinte maneira:

Você sabe como as matérias do jornal são feitas? Até esse texto chegar às suas mãos, muita gente se empenhou para levar até você a informação da melhor maneira. Ficou curioso? Então, passa lá na Praça Quinze e veja repórteres, editores e fotógrafos em ação; faça sua reclamação para o Zé Lador; e converse com convidados. Até sábado, a redação do *EXTRA* funcionará num estúdio de vidro. Uma iniciativa inovadora para deixar os leitores por dentro da redação — e da notícia —, além de comemorar os 15 anos do jornal que você escolheu.¹³

O espaço recebeu 18 órgãos públicos e empresas na sala do Zé Lador, personagem criado para denunciar problemas nos bairros e nas cidades do Rio. O leitor foi convidado a tirar suas dúvidas sobre serviços como iluminação pública, contas de água, luz e gás e teve, inclusive, a oportunidade de relatar seus problemas à Defensoria Pública, além de, claro, poder sugerir matérias pessoalmente aos jornalistas. Durante seis dias, também houve emissão de carteiras de trabalho pela Secretaria estadual de Trabalho, postos de vacinação e visita de 117 famosos, entre eles atores, cantores, sambistas e jogadores de futebol.

Anos antes, no entanto, o jornal já afirmava sua posição central na vida do leitor. Sabendo aproveitar muito bem a tecnologia a seu favor, em novembro 2010, durante a onda de ataques que levaram à ocupação do Complexo do Alemão pelas forças de segurança, o jornal lançou mão em sua página no *Casos de Polícia*¹⁴ no Twitter do uso de *hashtags* (#) - símbolo usado inicialmente no Twitter e depois em outras redes sociais para destacar uma palavra-chave sobre algo relevante; uma forma de etiqueta para a indexação de conteúdos - para desmentir os boatos e confirmar alguns fatos sobre os ataques e a invasão. O #éboato ou #éverdade era uma evidente prestação de serviços mas que ganhou bastante alcance no Twitter e atraiu muitos leitores para o jornal, atingindo, inclusive, o Trending Topics, barra lateral do microblog que aponta os assuntos mais comentados. Na redação, os jornalistas trabalharam em força-tarefa para apurar todas as informações que chegavam por intermédio das redes sociais, email e

¹³ Disponível em <http://extra.globo.com/noticias/rio/redacao-de-vidro-extra/comecou-nossa-redacao-ja-esta-na-rua-sua-espera-passe-la-na-praca-quinze-confira-8572320.html> . Acesso em 26 de outubro de 2014.

¹⁴ Disponível em: <https://twitter.com/casodepolicia>. Acesso em 28 de setembro de 2014.

sites de notícias. Essa filtragem por *hashtags* também facilitou a busca de informações e se tornou um instrumento muito importante para o jornalismo devido a sua dinamicidade e praticidade.

É preciso ressaltar que o Twitter foi largamente usado como ferramenta de empoderamento popular pouco tempo depois, em dezembro de 2010, nas revoltas do Mundo Árabe. Na Tunísia, país percussor do movimento chamado "Primavera Árabe", a população usou a Internet, com Twitter, Facebook, Youtube e blogs, para demonstrar insatisfação com os 23 anos do governo ditatorial de Zine al-Abidine Ben Ali. Além de denúncias, as redes sociais foram usadas como forma de convocar uma mobilização social e marcar as datas dos protestos. Muitos debates foram filmados e postados na Internet. O *hashtag* #sidibouzyd, fundamental para difundir o movimento, representava a cidade de Sidi Bouzid, onde um rapaz ateou fogo no próprio corpo após ter sua barraca de frutas, e única forma de sustento, fechada pela polícia, em dezembro de 2010, início do descontentamento popular. O mundo passou, então, a conhecer a realidade ditatorial que o país do norte da África enfrentava através do ciberativismo, "sinônimo de ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa" (ANTOUN & MALINI, 2013, p.2), e Ben Ali foi deposto em apenas dez dias. Após o sucesso dos tunisianos, Egito, Líbia e Iêmen também conseguiram derrubar seus governantes de forma semelhante a que ocorreu na Tunísia. Castells faz uma observação interessante acerca dessa relação entre do virtual com o urbano:

Embora os movimentos tenham em geral sua base no espaço urbano, mediante ocupações e manifestações de rua, sua existência tem lugar no espaço livre da internet. Por serem uma rede de redes, eles podem dar-se ao luxo de não ter um centro identificável, mas ainda assim garantir as funções de coordenação, e também de deliberação, pelo inter-relacionamento de múltiplos núcleos. Desse modo, não precisam de uma liderança formal, de um centro de comando ou de um controle, nem de uma organização vertical, para passar informações ou instruções. Essa estrutura descentralizada maximiza as chances de participação no movimento (...) (CASTELLS, 2013, p.160).

Durante o período de protestos no Brasil em junho de 2013, a população também fez extenso uso das redes sociais para marcar a hora dos protestos, fazer denúncias acerca da truculência da polícia, divulgar fotos e vídeos, entre outras forma de organização e fortalecimento. A revolta, inicialmente pelo aumento de R\$ 0,20 do preço

do transporte público, começou nas redes sociais - convocada pelo Movimento Passe Livre na capital paulista - mas "se tornou um movimento ao ocupar o espaço urbano" (CASTELLS, 2013, p.160). É interessante perceber que o Movimento Passe Livre não se tornou uma liderança nas manifestações, que ficaram conhecidas justamente pela ausência de líderes, sem, portanto uma "liderança formal" ou um "centro de comando ou de controle", além de terem ocorrido de norte a sul do Brasil, não se restringindo, pois, à capital paulista. Foi nesse momento que a equipe do jornal *Extra* notou que seria importante voltar a usar os *hashtags* já que a tecnologia tinha papel tão ativo na vida dos manifestantes:

Nos últimos dias, o Brasil foi pra rua e os protestos tomaram grandes proporções, gerando também uma onda de boataria sobre as passeatas e seus desdobramentos. Em função dos rumores que preocupam a população do Rio, o EXTRA passa a publicar, no site e no Twitter, as *hashtags* #éboato e #éverdade, para confirmar ou negar as informações que estão circulando.

Não é a primeira vez que o EXTRA toma esta iniciativa. Em 2010, com os ataques que levaram à ocupação do Complexo do Alemão pelas forças de segurança, o #éboato ou #éverdade prestou um serviço ao leitor, esclarecendo o que era fato ou não e evitando o pânico¹⁵.

3.1 WhatsApp: uma nova ferramenta dentro da redação do *Extra*

Foi nessa mesma época das manifestações que o editor Fábio Gusmão teve uma ideia que não havia sido explorada por nenhum outro veículo de comunicação do mundo: a utilização do WhatsApp como canal de comunicação com o leitor. O aplicativo foi criado em maio 2009, no Vale do Silício, por dois amigos, o ucraniano Jan Koum e o americano Brian Acton. Os dois trabalharam juntos na empresa Yahoo e depois de saírem de lá, resolveram criar um aplicativo com objetivo de facilitar o contato entre as pessoas através de troca de mensagens simples, podendo haver, também, envio de fotos, vídeos e, posteriormente, áudio.

WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. Está disponível para iPhone, BlackBerry, Android, Windows Phone, e Nokia e sim, esses telefones podem trocar mensagens entre si! Como o WhatsApp Messenger usa o mesmo plano de dados de internet que

¹⁵Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/extra-saiba-que-verdade-ou-eboato-sobre-os-protestos-no-rio-8775135.html> . Acesso em 28 de setembro de 2014.

you use for e-mails and navigation, there is no cost to send messages and stay in contact with your friends. (WHATSAPP)¹⁶

Na época, os únicos apps semelhantes no mercado eram o *BBM*, do *BlackBerry* e outros como o *Gtalk*, do *Google*, e o *Skype*. A primeira versão encontrou dificuldades porque travava muito. Os dois amigos e uma equipe de engenheiros, então, trabalharam para aprimorar o aplicativo em futuras versões, de modo que *bugs* fossem corrigidos, bem como novas funções fossem adicionadas, como foi o caso do serviço de áudio.

Outra preocupação dos criadores era não colocar anúncios no aplicativo:

A publicidade não é só prejudicial à estética, com insultos à sua inteligência e interrupção de sua cadeia de pensamentos. Em toda empresa que vende anúncios, uma parte significativa dos engenheiros passa o dia ajustando a coleta de dados, escrevendo códigos melhores para coletar todos os seus dados pessoais, atualizando os servidores que guardam todos os dados e garantindo que tudo esteja sendo registrado e organizado e analisado e embalado e despachado... No fim, o resultado de tudo isso é um banner de anúncio um pouquinho diferente em seu navegador ou no celular¹⁷.

Por isso, passaram a cobrar uma taxa anual de U\$ 0,99. Para usá-lo, basta ter acesso à Internet, baixá-lo e pagar a tarifa. O sucesso do aplicativo foi tão grande que em outubro deste ano, Jan Koum anunciou que o aplicativo de mensagens instantâneas passou de 600 milhões de usuários ativos em todo o mundo. Para usar o aplicativo é fácil e barato: basta ter acesso à Internet, baixá-lo e pagar uma taxa anual de U\$0,99. Também em outubro, o *Facebook* oficializou a compra do aplicativo por U\$21,8 bilhões.

Gusmão afirma que teve a ideia de utilizar o aplicativo no jornal após notar um comportamento diferente nas ruas do Rio de Janeiro. Grande parte da população, principalmente os jovens, não desgrudava os olhos do celular e digitava de uma forma diferente:

Em todo lugar as pessoas estavam de cabeça abaixada, digitando com os dois polegares. Comecei a achar estranho porque, normalmente, quando acessamos o Twitter ou o Facebook pelo celular, usamos só o dedo indicador, ou uma das mãos. Ninguém fica o tempo inteiro usando o Facebook. Aquilo começou a me chamar a atenção. Eu já

¹⁶ Disponível em: <http://www.whatsapp.com/> . Acesso em 28 de setembro de 2014.

¹⁷ Disponível em: <http://blog.whatsapp.com/245/Por-que-n%C3%A3o-vendemos-an%C3%BAnuncios> . Acesso no dia 26 de outubro de 2014.

tinha o aplicativo mas usava muito pouco, daí comecei a perguntar. Perguntei pro meu enteadado, pros repórteres. Foi aí que eu percebi que a galera jovem já estava completamente inserida no Whatsapp e conversava por grupos. (GUSMÃO, 2014)¹⁸

Ele diz que as pessoas usavam o aplicativo para fazer uma "micro rede social". De acordo com Antoun e Pecini, as redes sociais se "apresentam como espaços de convivência, troca de informações e instauração de laços, funcionando também como laboratório de projeção para estudos sobre similaridade de gostos e interesses" (2007, p.12). O jornal iria então se apropriar disso, como já havia feito com o *Twitter* e com o *Facebook* para se aproximar do leitor e com isso aumentar as suas vendas.

O editor passou a usar o aplicativo para compreender melhor o seu funcionamento. Ele percebeu a presença de ferramentas importantíssimas para a produção jornalista: textos, fotos e vídeos. Pensou, então, em levar o aplicativo para dentro da redação do jornal, como forma de manter o público leitor em contato com os repórteres. A ideia era simples, visto que as pessoas já estavam propensas e acostumadas a produzir com aquele instrumento: era uma ferramenta presente na vida cotidiana dos leitores. Portanto, seria mais fácil fazer com que elas colaborassem com o jornal, produzindo conteúdo por conta própria.

Surgia, no entanto, um problema que precedeu a implantação: como gerenciar um fluxo grande de mensagens, que chegaria para um veículo de comunicação de massa, por apenas um aparelho celular? Gusmão começou a estudar, em casa, uma ferramenta com a qual seria possível acessar as mensagens por um *desktop*. Outros aplicativos, como o "*We Chat*" e "*Viber*", foram analisados pelo editor, que, entretanto, notou baixa aderência do público brasileiro. Portanto, não seria vantajoso utilizar esses outros meios que não eram tão conhecidos no mercado. Era preciso que os leitores já estivessem usando regularmente o aplicativo. Foi quando ele descobriu que através de um emulador seria possível operar o WhatsApp pelo *desktop*. Após alguns testes com emuladores diversos, o editor escolheu o que mais se adequava ao uso que seria feito pelo jornal. E foi no início das manifestações de junho de 2013, que ele resolveu lançar o novo canal de comunicação com os leitores, que já recorriam ao *Facebook* e ao *Twitter* para relatarem o que acontecia durante o protesto. No dia 24 de junho, o *Extra* começou um novo modo de se relacionar com os leitores.

¹⁸ Em entrevista à autora no dia 06 de outubro de 2014.

Em apenas 48 horas, o WhatsApp do jornal já tinha 338 contatos salvos na agenda. Vale ressaltar que um desses era uma brasileira que vivia na Espanha. Nesses primeiros dois dias, o jornal já havia recebido o que seria considerado o primeiro grande furo vindo do WhatsApp: uma jovem, de 24 anos, morta a marteladas, em seu próprio apartamento em Vila Isabel, pelo marido, com quem estava casada há menos de um mês. Desde que o caso foi publicado e matérias complementares foram apuradas e divulgadas, o site do *Extra* recebeu mais de 2,5 milhões de acessos só com as notícias relacionadas ao assunto¹⁹.

Normalmente, aquilo passaria batido, a gente nem saberia. Eu mesmo que peguei a notícia, foi um amigo dela que passou. Ele passou tudo, link do Facebook dela, do marido, o endereço. No primeiro dia a história saiu tímida e depois caímos pra dentro, teve muito apelo nas redes sociais. Isso indicou pra gente que dali poderia vir conteúdo de qualidade, em tempo real. (GUSMÃO, 2014)

O sucesso imediato deixou o editor tão surpreso que ele mesmo resolveu frear a divulgação do número do aplicativo pois não conseguia administrar a quantidade de mensagens enviadas por pessoas que queriam fazer contato com o jornal. Por isso, em 14 dias, haviam 570 leitores cadastrados no WhatsApp do jornal. Durante cerca de quatro meses, Gusmão tomava conta, praticamente, sozinho de todas as conversas que chegavam via o aplicativo. Para ganhar mais agilidade e ajudar a gerenciar todos os arquivos e fotos, ele instalou outros programas dentro do próprio emulador.

A grande adesão de pessoas ao aplicativo ocorreu durante o Rock in Rio em setembro de 2013. Nos sete dias, o Rio de Janeiro recebeu pessoas de todos os estados do Brasil e até mesmo de outros países. O *Extra* viu ali uma grande oportunidade de aumentar seus contatos no WhatsApp. Para isso, o jornal preparou uma cobertura especial, na qual todos os repórteres foram ao evento vestidos com uma camisa com a divulgação do número de celular do jornal. Além disso, o editor criou um diário de bordo para que as pessoas pudessem contar desde o momento da preparação das malas até o dia a dia no festival de música. O *Extra*, por sua vez, fazia a publicação via Twitter. Foi o *boom* do aplicativo e, por consequência, da interatividade entre o jornal e o leitor.

¹⁹ Primeira notícia sobre o fato está disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/mulher-morta-marteladas-em-vila-isabel-principal-suspeito-pelo-crime-companheiro-da-jovem-8809635.html>. Acesso no dia 11 de outubro de 2014.

3.2 A tecnologia também limita

Até hoje, a ferramenta continua sendo um fator que limita a agilidade dos repórteres e a possibilidade de adicionar mais contatos. De acordo com o editor, o emulador, que é feito para operar *games* e não o WhatsApp, trava muitas vezes, acarretando na perda de alguns contatos. Segundo ele, se não fossem os problemas diários com a tecnologia, o jornal já teria mais de 50 mil contatos adicionados. Hoje esse número está entre 26 mil e 30 mil. O segundo número do jornal foi divulgado quando ocorreu um problema com a atualização do emulador e do Android do número principal e o jornal ficou mais de dois dias com o WhatsApp fora do ar. O Mais Baixada também tem seu número próprio.

Desde do começo houve a preocupação em seguir uma regra específica: responder a todos os usuários, em uma interação um por um. O primeiro contato sempre tem uma mensagem padronizada, mas durante a conversa o repórter deve se identificar. "Aquilo ali não é só jornalismo, é relacionamento puro, que antecede o próprio jornalismo. As pessoas mandam o conteúdo, mas você tem que ter uma interação ali de relacionamento, que se aproxima até do tradicional *call center*" (GUSMÃO, 2014).

Cada número é administrado por uma única pessoa por vez. Isso significa dizer que, mesmo com uma mensagem padrão para o contato pela primeira vez com o leitor, o repórter responsável só consegue falar com uma pessoa por vez. Ou seja, chegam muito mais mensagens do que são dadas respostas.

No dia em que foi feita a entrevista com o editor, haviam quatro mil mensagens que não tinham sido respondidas (agora a equipe conta com quatro repórteres que se dividem em turnos e gerenciam os dois números do jornal). Mensagens estas de contatos já adicionados e de pessoas que estavam ali pela primeira vez querendo cooperar com o jornal. Para tentar conversar rapidamente com as leitores, vale dizer que Gusmão chegou a criar grupos no aplicativo. No entanto, logo percebeu que essa atitude acabava por expor a intimidade das pessoas, além de os repórteres perderam o controle da quantidade elevada de mensagens que chegavam, visto que os usuários ficavam conversando entre si.

A solução foi separar os contatos por região e estado. Essa divisão facilita o repórter a encontrar personagens ou fontes quando houver um problema específico. Por

exemplo, durante a tentativa de resgate aos presos no Fórum de Bangu, no dia 31 de outubro de 2013, enquanto uma repórter estava a caminho do local, Gusmão fez uma lista de transmissão para os moradores de Bangu. Ele advertiu os leitores sobre o tiroteio e pediu informações para aqueles que estivessem perto do local. Em pouco tempo, ele recebeu fotos e vídeos acerca do acontecimento. Isso, entretanto, não foi suficiente para que não houvesse uma cobertura *in loco*.

O WhatsApp serve como complemento do trabalho jornalístico. Segundo Gusmão, às vezes demoram dias para que uma notícia seja publicada, mesmo a puração sendo feita dentro da própria redação e com o auxílio do próprio aplicativo, bem como das redes sociais e outras possíveis fontes. Não é porque o jornal recebeu um vídeo interessante que ele será divulgado antes que as informações sejam checadas.

Temos muito cuidado com aquilo que publicamos, a gente checa antes. Às vezes a gente está em dúvida, a gente não publica. A gente recebe vídeos ótimos que a gente não publica. Não tem confiança, não conseguiu apesar de ter feito tudo...não publica. O caso da garota que foi torturada pelos traficantes no morro Faz quem Quer, a gente ficou três dias para publicar²⁰. Começou a circular primeiro pelo WhatsApp. Passou um dia, começou a pintar no Facebook. Dois dias, já estava bombando no Facebook. E a gente não tinha nada. No segundo dia que a gente conseguiu o nome dela, aí conseguimos o nome da irmã. Por meio da irmã que a gente chegou à história. Mas assim, só no terceiro dia que a gente publicou, porque a gente não tinha segurança de quem era aquela pessoa, se era ela mesma....(GUSMÃO, 2014)

3.3 Colaboração e disciplina

Rapidamente foi possível observar que o WhatsApp se tornou o nó principal entre o leitor/cidadão e o jornalista. O leitor ficou apenas a três cliques de distância do jornal. Ele só precisa abrir o aplicativo, escrever a mensagem e enviar. Esse conceito é chamado de "hiperproximidade" pelo editor. E é essa hiperproximidade que faz com que haja a colaboração direta com o jornal. Em apenas um ano, já são mais de mil reportagens feitas para o *online* e mais de 400 para o impresso. São também mais de um milhão de mensagens recebidas, 50 mil fotos, dois mil vídeos e 1800 áudios. O sucesso, em tão pouco tempo, se deve ao fato de que "já não existem, por exemplo, circunstâncias que *não* podem ser gravadas ou arquivadas na forma de imagens ou

²⁰ Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policial/video-mostra-jovem-sendo-torturada-em-favela-na-zona-norte-do-rio-14036413.html> . Acesso no dia 02 de novembro de 2014.

informações digitais" (CRARY, 2014, p. 40). Segundo o editor, o aplicativo é a principal ferramenta para a produção de notícias dentro do jornal, mas ele acredita que o seu aproveitamento ainda é muito baixo devido a tecnologia limitadora.

Na noite do dia 10 de dezembro de 2013, por exemplo, houve um temporal no Rio que impossibilitou até mesmo os repórteres e fotógrafos de saírem em busca de personagens e boas imagens. O WhatsApp foi a maior fonte de notícia para a redação, que conseguiu fechar uma página 3 inteira (a página mais importante do jornal) só com conteúdo que chegou a partir do aplicativo. "O que muda é que os personagens trouxeram pra gente aquilo que eles viram. A gente não precisou sair (era impossível) para descobrir o que estava acontecendo nas ruas da cidade" (GUSMÃO, 2014). Segundo o editor, foram mais de 1.300 mensagens durante a chuva.

Em 2001, Paulo Vaz já atentava para a questão de que a "corrente" é uma forma poderosa de "difundir mensagens de cunho político ou que requerem mobilização"(VAZ, 2001, p.55). Se antes o email era usado para esse tipo de transmissão de informação, hoje o WhatsApp domina espaço. O próprio Gusmão afirma que os jornalistas dão mais credibilidade a uma "corrente" que tem início no aplicativo àquelas que começam pelos emails ou redes sociais. Segundo ele, fazer um *upload* para as redes sociais requer mais tempo e paciência, por isso, quando chega a esse espaço já foi confirmada sua veracidade ou não.

De acordo com a pesquisa do IBOPE, divulgada em 2013, 52 milhões de brasileiros têm acesso à web pelo celular²¹. O número, quando comparado ao tempo que o aparelho celular chegou ao Brasil, fica ainda maior. Foi em 1990 que o Motorola PT-550 começou a ser comercializado no país. O famoso "tijolão" tinha cerca de 23 centímetros de altura, pesava mais de 300g e sua bateria durava apenas duas horas e, por incrível que pareça, já era como um modelo aprimorado; o primeiro do mundo pesava cerca de um quilo e foi criado pelo engenheiro da Motorola, Martin Cooper, em 1973. É assustador notar que, desde que chegou à terras tupiniquins, o aparelho que mal cabia em uma bolsa, em menos de 20 anos, cabe em um pequeno bolso, tem funções iguais a de qualquer computador e inúmeros aplicativos como o WhatsApp. O *Extra*, atento ao gigantesco alcance social do aplicativo no Brasil, se apropriou dessa tecnologia para disciplinar os seus leitores e ensiná-los como colaborar com o jornal.

²¹ Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/52-milhoes-de-pessoas-tem-acesso-a-web-pelo-celular-aponta-ibope-media.aspx> . Acesso no dia 12 de outubro de 2014.

O poder disciplinar é com efeito um poder que, em vez de se apropriar e de retirar, tem como função maior 'adestrar'; ou sem dúvida adestrar para retirar e se apropriar ainda mais e melhor. Ele não amarra as forças para reduzi-las; procura ligá-las para multiplicá-las e utilizá-las num todo. (...) 'Adestra' as multidões confusas, móveis, inúteis de corpo e forças para uma multiplicidade de elementos individuais (...) (FOUCAULT, 1999, p.143)

O jornal *Extra* conseguiu perceber, pois, a tecnologia como uma forte aliada para a manutenção da disciplina dos leitores. Os leitores são "adestrados" a colaborar com o jornal a partir de ferramentas que já utilizavam. É isso que afirma o editor:

Steve Jobs tem uma frase que eu gosto muito. 'As pessoas não sabem o que querem até que a gente mostre a elas'. Eu digo o seguinte. As pessoas dizem pra gente o que elas querem fazer, o que elas podem fazer, te ajudar. Você faz a leitura e diz pra eles como se comportarem. A ideia do Whatsapp veio justamente disso. Ó, você tem na sua mão um poder. Ó, você viu que você já estava fazendo isso? Se você usar para aquilo que você já está fazendo, você pode contribuir com gente, pra mostrar verdades que estavam sendo escondidas. Elas não sabiam que tinham essa possibilidade. (GUSMÃO, 2014)

É válido notar que o próprio WhatsApp já nasceu com o intuito de controlar seus usuários, numa tentativa de captura de atenção 24 horas por dia, sete dias na semana. No próprio blog do aplicativo, os criadores falam sobre isso abertamente: "Queremos que o WhatsApp seja o produto que deixa você acordado... e aquele pelo qual anseia de manhã"²². Jonathan Crary afirma que as maioria das atividades aparentemente irredutíveis da vida humana, e entre elas está a necessidade de amizade, se transformou em mercadoria ou investimento (2014, p.20). O WhatsApp se aproveita dessa condição humana para conseguir mais usuários, contribuindo, na prática, para uma mudança do regime do sono. O aplicativo sequer tem a função de desligar, mantendo obrigatoriamente seus usuários conectados 24/7.

Pesquisas recentes mostram que cresce exponencialmente o número de pessoas que acordam uma ou mais vezes durante a noite para checar mensagens ou informações. Uma figura de linguagem recorrente e aparentemente inócua é o *sleep mode*, inspirada nas

²² Disponível em: <http://blog.whatsapp.com/245/Por-que-n%C3%A3o-vendemos-an%C3%BAncios> . Acesso no dia 26 de outubro de 2014.

máquinas. A ideia de um aparelho em modo de consumo reduzido e de prontidão transforma o sentido mais amplo do sono em uma mera condição adiada ou diminuída de operacionalidade e acesso. Ela supera a lógica do desligado/ligado, de maneira que nada está fundamentalmente “desligado” e não há nunca um estado real de repouso.(CRARY, 2014, p.22)

A necessidade de amizade fica comprovada também no caso do *Extra* quando Gusmão confirma receber centenas de mensagens diárias sem conteúdo noticioso, mas com palavras de carinho, como "bom dia", emoticons e correntes amorosas. É válido lembrar que os jornalistas procuram responder a todas as mensagens, numa atitude de zelo com o leitor, capturando ainda mais sua atenção e tornando-o mais fiel. Deixar uma pessoa sem resposta pode significar a perda de um colaborador. Se as pessoas precisam de atenção para ficarem atentas ao jornal, é isso que o jornalismo vai fazer.

A gente sempre conduz para que a conversa não termine de uma forma brusca. É muito pessoal. As pessoas estão habituadas a usar o celular assim. Você não tem o número de celular de qualquer pessoa. O celular é íntimo e a base do whatsapp é o número de celular. Se você usa aquilo de uma forma íntima, que é pro seu círculo de amizade, o círculo familiar e até quando você dá seu celular pra um trabalho novo ou pra um namorado novo, é porque você quer ser encontrado. Você dá o seu celular, você não dá o telefone de casa. A forma com que as pessoas usam diariamente é assim. Se a gente entrou nessa plataforma é pra ser íntimo. 'Po, eles estão me dando o telefone celular deles, então eu sou íntimo'. E a gente tem essa característica. Nosso slogan é "O jornal que você escolheu". A gente acrescentou: "O jornal que você escolheu também é feito por você". Isso é intimidade, é uma hiperproximidade mesmo. A gente gosta de gente. Quando perguntam: 'vocês respondem todo mundo, até os malas?' Aqui a gente responde todo mundo! Esse cara é o que compra o jornal, que acessa o nosso site, ele quer ver se aquilo que ele contribuiu foi publicado ou não, e as vezes ele só quer ajudar, só isso. Aí porque não bater um papo? (GUSMÃO, 2014)

Se 52 milhões de brasileiros têm acesso à internet pelo celular, por que um jornal não pode utilizar esse aparato para atrair mais leitores? A relação passiva de leitura de notícias até mesmo pelos dispositivos eletrônicos já não é mais suficiente. É essencial uma "forma de comunicação diferente daquela própria aos meios de comunicação de massa, onde a única atividade significativa do consumidor de informação é a recepção de mensagens"(VAZ, 2001,p.55). O jornal passa, portanto, a atuar diretamente na vida de seus leitores, ditando as regras de como a colaboração, que inegavelmente existe, vai acontecer e capturando assim sua atenção e fidelidade. É nítida a mudança na

subjetividade do leitor, que passa a usar uma ferramenta do seu dia a dia para um outro fim: o de colaboração com o jornal. Ele se tornou disciplinado a cooperar e vai querer fazer isso cada vez mais e com mais velocidade, porque "uma certa vez" suas fotos e seu testemunho foram parar na capa do jornal. Um leitor que colabora dessa maneira certamente compra o jornal diariamente e/ou acessa o site do *Extra* pela Internet. Isso significa dizer que o Whatsapp foi uma forma encontrada pelo jornal de se fazer presente 24 horas por dia na vida de do leitor, que "mudou o seu comportamento em relação à imprensa. A ferramenta aproximou o leitor das pessoas que produzem o jornal" (GUSMÃO, 2014).

Novamente, para uma empresa que tem como objetivo principal o lucro e sua manutenção no mercado, é essencial que ela crie mecanismos de aproximação com o seu público alvo, que está cada vez mais disperso devido a quantidade de informação disponível. O Whatsapp funciona como uma forma de "qualificar as pessoas, ao reforçar seus sentimentos de segurança, liberdade pessoal e influência - todos com efeito positivo sobre o bem-estar pessoal", assim como funciona o uso da Internet em geral, conforme afirma Manuel Castells (2013, p.170)

O efeito é particularmente positivo para indivíduos com baixa renda e pouca qualificação, habitantes do mundo em desenvolvimento e mulheres. Aprovação, autonomia e reforço da sociabilidade parecem intimamente conectados à prática de entrar frequentemente em rede pela internet (BCS Institute *apud* CASTELLS, 2013, p.170)

Não cabe a essa monografia fazer juízo de valor sobre o uso da ferramenta tecnológica por parte da empresa de comunicação. Mas é relevante mostrar que o WhatsApp, quando apropriado pelo jornal, cria nos leitores uma sensação de empoderamento, pequena quando comparada ao poder que cada indivíduo tem na Internet. Se com o uso da Internet, o indivíduo se torna mais um mediador, com o Whatsapp o leitor corrobora com a manutenção do jornal como mediador central da sociedade. Há, pois, uma falsa sensação de autonomia, mas que é suficiente para aumentar o bem-estar pessoal, visto que o leitor "se sente lisonjeado em poder contribuir com a produção do jornal" (GUSMÃO, 2014), além de ter, algumas vezes, suas demandas atendidas. Em última instância, o papel do leitor é de aumentar, por meio da tecnologia, a gama de fatos aos quais o repórter terá acesso e mostrar para ele o que mais lhe interessa e desperta sua atenção.

É interessante notar que o leitor prefere passar a denúncia, o problema ou o furo para o *Extra* a publicar primeiramente em sua própria rede social. De acordo com Gusmão, o *Extra* é o "mega fone" das pessoas. Mas isso não seria possível sem os constantes investimentos na aproximação com o leitor, na conquista de sua confiança, seja pelo bate-papo pelo WhatsApp, seja pelo *Twitter*, *Facebook* ou até mesmo pelas promoções realizadas pelo jornal.

Pra gente o que é importante é a pessoa, a gente quer estar perto dela, a gente quer que ela lembre do nosso número sempre (...) A gente sempre responde, pode demorar, mas a gente fala a verdade pra pessoa: 'Ó, não deu, a gente está com uma fila aqui de quatro mil pessoas, só um pouquinho de paciência, desculpas. E aí tudo bem'. O nome da pessoa que está operando também é passado, pro leitor saber com quem ele falou. Temos esse cuidado, ele é importante para a gente. (GUSMÃO, 2014)

É claro que um veículo de comunicação de massa naturalmente se sustenta pela credibilidade que passa aos leitores, conquistada diariamente durante anos. "Já os sem credibilidade, os desconhecidos, precisam vencer a barreira de desconfiança e falta de tempo quando desejam conquistar uma audiência ampla" (VAZ, 2001, p.54). Portanto, mandar um conteúdo diretamente para o jornal, sem antes transmiti-lo em alguma rede social, é uma forma de corroborar para a sua própria manutenção na posição de receptor da informação. O WhatsApp, da maneira como foi apropriado pelo *Extra*, se tornou um forma de limitar a autonomia individual permitida pela Internet (SHAPIRO, 1999, p.64).

4. A NOTÍCIA QUE VOCÊ ESCOLHEU É O SEU PRÓPRIO RETRATO

Como já dito anteriormente, essa monografia tem como objetivo compreender, dentre as centenas de mensagens diárias sugeridas pelos leitores via WhatsApp, quais têm grandes chances de serem selecionados pelos jornalistas do *Extra*. Para isso, a hipótese inicial do trabalho é de que, apesar da grande quantidade de sugestão, não há muita diversidade, tanto nos assuntos apontados pelos leitores, quanto nas páginas do jornal, repletas de problemas de cidade e notícias de violência, tornando o *Extra* um veículo de comunicação bem personalizado.

É inato do ser humano tentar buscar uma forma de se aproximar dos assuntos com os quais tem mais interesse. E a Internet chegou com força total para personalizar e segmentar ainda mais a informação. Mas isso não significa dizer que a personalização da informação não ocorria antes. Também não é possível afirmar que outros meios de comunicação não tendem a fazer o mesmo. No capítulo "Narrowing Our Horizons", Shapiro (1999) menciona a ideia da exposição seletiva, parte da Teoria da Dissonância Cognitiva, introduzida nos anos de 1950 pelo psicólogo social Leon Festinger. Segundo o autor, Festinger acreditava que é intrínseco ao homem o desejo de aprender, de maneira que a mente é incitada a processar diferentes estímulos e pensamentos. No entanto, o homem tende a buscar experiências que sejam parecidas com as quais ele já vivenciou, bem como ideias semelhantes as que ele já tem, sem que haja dissonância com seus próprios ideais.

'Quando existe uma dissonância, além de tentar reduzi-la, a pessoa vai evitar ao máximo situações e informações que provavelmente aumentariam essa dissonância'. Por causa do medo da dissonância, acrescentou Festinger, os psicólogos têm observado um 'comportamento prudente das pessoas no que diz respeito a novas informações, mesmo quando pouca ou nenhuma dissonância estão presentes de início'²³. (FESTINGER *apud* SHAPIRO, 1999, p. 109)

Uma boa comprovação disso foi o período da eleição presidencial de 2014, no qual muitas pessoas deixaram de seguir e até desfizeram amizades nas redes sociais devido à dissonância de ideias e de posicionamento político. O repórter Pedro Landim,

²³ Traduzido pela autora.

do jornal *O Dia*²⁴, foi o primeiro a fazer uma matéria sobre o caso, intitulada "Eleição faz amigos de anos se bloquearem e romperem laços nas redes sociais". A reportagem tem como um dos personagens o crítico de cinema e DJ Marcelo Janot que foi excluído por 20 pessoas no *Facebook* após declarar que iria votar nulo e criticar o "patrulhamento" nas redes sociais.

A atitude revela que a Internet, apesar de ser uma fonte inesgotável de informação, além de palco das mais diversas opiniões, é um ambiente propício para a personalização dos interesses de um indivíduo por ele mesmo. Isso significa dizer que é mais fácil se afastar de uma opinião dissonante ou evitar um confronto de ideias no mundo virtual, visto que existem inúmeros mecanismos que facilitam as pessoas de se esquivarem do desconhecido. Com poucos toques é possível deixar de seguir um "amigo" ou até mesmo excluí-lo de seu convívio virtual. "A revolução do controle corrobora com essa tendência de ficar com o que sabemos e evitar o que é novo ou desafiador²⁵" (SHAPIRO, 1999, p. 110). Se por um lado, a Internet permite que o usuário customize os seus interesses diante da quantidade inacabável de informação, por outro ela acaba por reduzir o horizonte dos indivíduos, ao invés de expandi-lo, o que seria o mais óbvio devido à constante proliferação da informação.

Os casos explicitados na reportagem do jornal *O Dia* reforçam que apesar de existirem uma série de mecanismos usados pelos próprios buscadores afim de personalizar e direcionar a informação, como os filtros, por exemplo, o próprio usuário da rede também tem um certo poder de escolher o que ver e, principalmente, com quem se relacionar. A Internet propicia, pois, a personalização da informação, seja como forma do indivíduo buscar o que lhe é comum, seja como forma de capturar a atenção do leitor e mantê-lo entretido com o que mais lhe desperta interesse, através dos links relacionados, filtros, entre outros.

Por outro lado, um jornal impresso em que a manchete para um amante de esportes seria, no dia 03 de novembro, a vitória do Flamengo sobre o Chapecoense por 3 a 0 e para um cientista social seria os 490 focos de tensão no Brasil capazes de gerar conflitos por moradia, terra, água, mobilidade e qualidade de serviços públicos ainda é muito distante da nossa realidade. O alto custo da matéria-prima e da impressão

²⁴ Disponível em: <http://odia.ig.com.br/eleicoes2014/2014-10-12/eleicao-faz-amigos-de-anos-se-bloquearem-e-romperem-lacos-nas-redes-sociais.html> . Acesso no dia 03 de novembro de 2014.

²⁵ Traduzido pela autora.

inviabilizam esse tipo de produção específica. No Brasil, por exemplo, o jornal *Extra*, bem como *O Globo* e *O Dia*, todos produzidos no Rio de Janeiro, importam o papel do Canadá ou do norte da Europa.

Levando em conta essas dificuldades, os jornais impressos precisam constantemente aprimorar a maneira pela qual se aproximarem de seus leitores diários. Como visto anteriormente, os Jornais de Bairro, do *Globo*, cumprem um pouco essa função. O *Extra*, por sua vez, além de ter os cadernos Hiperlocais de São Gonçalo e da Baixada, se aprimora constantemente para que o jornal que "chega à casa do leitor" (lembrando que o *Extra* não possui assinatura, logo os leitores precisam ir até a banca) seja um reflexo de seus interesses pessoais. Se uma pessoa manda uma determinada sugestão para o WhatsApp do jornal significa, necessariamente, que aquilo lhe despertou a atenção e, conseqüentemente, faz parte da gama de assunto que ela gostaria de ver nas páginas do jornal. A tecnologia ajuda não só a atrair mais leitores para o site como também a vender mais jornais, visto que o conteúdo do impresso é pautado nas sugestões enviadas com a ajuda da tecnologia. Numa analogia com a era pré-Internet, a carta do leitor era uma forma do jornalista tentar compreender as necessidades de seus leitores. Hoje, o repórter está em constante contato com aqueles que vão comprar o jornal ou acessar o seu portal de notícias.

De acordo com o editor Fábio Gusmão, os assuntos que mais chegam pelo WhatsApp são ligados aos transporte, problemas de cidade, como buracos e lixo e pedidos de asfaltamento de ruas. "Problemas de transporte, principalmente nos trens, chegam muito. Você vê que é um problema total da classe C, você consegue identificar a região que as pessoas moram. O WhatsApp é o melhor termômetro quando tem uma crise na cidade"(GUSMÃO, 2014). Percebe-se, portanto, que as notícias são direcionadas para o interesse do público-leitor; "o interlocutor está presente no próprio ato de construção da linguagem. É co-enunciador" (PENA, 2005, p. 73), de maneira que até a forma simples e objetiva que os jornalistas do *Extra* escrevem as reportagens, além da própria diagramação do jornal, repleta de fotos e gráficos, é baseada no modo com que o leitor irá receber a informação, assim como seu grau de escolaridade, nível social, bairro ou cidade onde vive, entre outros fatores subjetivos, que influenciam a recepção da notícia.

Nota-se que o interesse particular do interlocutor - e isso diz respeito as suas próprias necessidades, como é o caso da utilização do transporte público para chegar ao trabalho - se torna um critério de seleção relevante para o jornalista. Citando Mauro Wolf, Felipe Pena em Teoria do Jornalismo (2005, p. 72) afirma que esse critério faz parte da "categoria relativa ao público" dos valores-notícia e engloba "a plena identificação dos personagens, o serviço e assuntos de interesse público e a protetividade (evitar suicídios etc.)".

Claramente, o jornalista, principalmente o do *Extra* e, de certa forma, dos jornais populares, deixou de selecionar a informação segundo o critério que concerne a todos na esfera pública. Agora, as informações são selecionadas de acordo com o interesse privado do público-alvo do jornal. Segundo Traquina (2001, p.22) "a constituição de um acontecimento ou de uma questão (...) em notícia significa dar existência pública a esse acontecimento ou questão, constituí-los como recurso de discussão". Hoje, o repórter dá existência pública a assuntos que são muitos pessoais ou que de certa forma se baseiam em sofrimentos e angústias.

Durante um dia de inserção da autora na editoria de mídias digitais, no segmento do WhatsApp²⁶, foi possível notar que grande parte das mensagens versam sobre problemas pessoais dos leitores, e que, segundo o critério de noticiabilidade deles, merecem ser noticiados. Um exemplo foi o caso de uma mulher que fez uma compra na loja virtual da Centauro em 2013 durante a *Black Friday*, evento criado nos Estados Unidos, mas adotado também no Brasil, em que lojas fazem promoções de suas mercadorias, e até hoje não recebeu seu produto. Mesmo após ter acionado a justiça, que obrigou o estabelecimento a pagar R\$ 800 e encaminhar à consumidora o mesmo produto, a mulher está até hoje sem receber a indenização. A consumidora acredita, pois, que o seu sofrimento pode se tornar público através do jornal e que talvez com isso, ela sofra menos, recebendo, assim, o que lhe é de direito. O interessante é que com a proximidade da Black Friday, que irá acontecer no dia 28 de novembro deste ano, o problema chamou a atenção dos editores, que irão analisar se será feita alguma matéria sobre esse caso em especial. Percebe-se, portanto, que o próprio jornal dá atenção a sofrimentos individuais.

²⁶ Durante a produção dessa monografia, a autora estagiou nas redações do Globo e do Extra. Essa inserção específica ocorreu no dia 06 de novembro de 2014.

Um dia antes, o site chamava a história de Soraia Gomes, uma dona de casa que mora na Pavuna, na Zona Norte do Rio, e teve sua piscina plástica roubada de dentro de sua própria residência²⁷. Apesar de Soraia não ter feito a denúncia pelo WhatsApp, ela desabafou por sua conta no Facebook e, em pouco tempo, os repórteres do *Extra* descobriram o caso. O fato, que foi compartilhado por mais de 7,1 mil vezes nas redes sociais, ganhou lugar de destaque tanto na capa do site quanto na do jornal impresso, revelando, novamente, que o *Extra* dá espaço ao sofrimento de seus leitores, por mais que notícias extraordinárias sejam critérios de noticiabilidade adotados pelos jornalistas. Depois do "sucesso" na Internet, Soraia ganhou não só uma piscina nova da Casa & Vídeo como também duas cadeiras de praia, bolsa térmica, barraca, bomba para encher a piscina e uma mangueira, além de um smartphone de última geração.

Tanto o caso de Soraia, quanto o caso da mulher que não recebeu sua compra, revelam que houve uma mudança da forma com que o próprio jornalismo dá sentido às narrativas de sofrimento individuais e reforçam o lema principal das culturas ocidentais contemporâneas: o direito à felicidade. Felicidade esta que reside na esfera privada e que estaria relacionada ao consumo de bens e serviços. (VAZ In FREIRE FILHO, 2010, p.135). No entanto, hoje, o jornalista, recorrendo aos problemas pessoais dos próprios leitores, faz com que esse sofrimento, que reside na esfera privada, se torne público, de modo que haja uma manipulável sensação de bem-estar para esses leitores. O jornal dá voz ao sofrimento atuando, pois, como um instrumento terapêutico, que reconforta seus leitores. No mesmo dia em que a mulher enganada durante a Black Friday enviou sua sugestão ao jornal, uma outra também acionou o WhatsApp do *Extra* por ter enfrentado problemas em uma loja de vestuário. Segundo ela, o gerente não quis trocar o seu produto nem dar o dinheiro de volta. Ao entrar em contato com o jornal e pedir ajuda com a situação, ela acredita que seu sofrimento possa ser diminuído. O WhatsApp, assim como as redes sociais em geral, funcionam como ferramentas facilitadoras para que os repórteres consigam encontrar e selecionar sofrimentos capazes de gerar cliques e vendas para o jornal.

Todos esses casos apresentados acima são sintomáticos da nossa cultura terapêutica, que além de afirmar a necessidade do bem-estar, propõe como conceito chave o hedonismo e o narcisismo.

²⁷ Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/moradora-da-pavuna-denuncia-furto-de-piscina-na-web-verao-vai-ser-dureza-14458640.html> . Acesso no dia 08 de novembro de 2014.

Nas culturas ocidentais anteriores, as instituições que orientavam a conduta individual eram a família e a nação, ou a Igreja e o partido; sua existência proporia aos indivíduos que renunciassem a seus prazeres e suportassem o sentimento da renúncia em nome de algum bem comum. Numa cultura terapêutica, porém, o único 'bem comum' é a felicidade de cada indivíduo; desse modo, as instituições relevantes são o teatro e o hospital, a busca de excitação e o cuidado com o sofrimento. (RIEFF *apud* VAZ In FREIRE FILHO, 2010 p.136)

Se o teatro e o hospital ocupam o lugar central das emoções na sociedade contemporânea, nada mais natural do que os veículos de comunicação os transformem em notícia. Vale notar, entretanto, que a excitação, menos que o sofrimento aparece nas páginas dos jornais. Se a felicidade é imperativa nessa cultura, a notícia deve ser focada no que de alguma forma atrapalha ou interrompe uma vida feliz, seja crimes, violência, tragédias ou próprios problemas pessoais. Os sofrimentos selecionados, entretanto, são apontados como decorrentes da ação humana e por mais que pareçam inusitados, levam o leitor a crer que aquela situação poderia ter acontecido com qualquer um. Percebe-se que as três mulheres citadas como exemplo justificam seu sofrimento pela ação de terceiros. Além disso, tanto Soraia quanto a consumidora enganada se mostram traumatizadas com seus problemas. Na primeira reportagem, Soraia afirmou ter "medo" de comprar outra piscina e ser roubada novamente. Em off, ela afirmou para os dois jornalistas que o bairro onde mora é perigoso e, por isso, teme sofrer retaliações de traficantes locais. Já a outra mulher, afirmou que gostaria de alertar aos consumidores o risco de fazer a compra para que ninguém passe pela mesma situação já que a próxima edição da Black Friday está se aproximando. As três acreditam que os seus casos são relevantes para toda uma sociedade.

4.1 O sofrimento na seleção do próprio jornal

Quando o WhatsApp completou um ano de existência no *Extra*, o jornal fez sua própria seleção de matérias escritas a partir de informações recebidas pelo aplicativo. Apesar da enorme quantidade de casos publicados pelo jornal ao longo desses 12 meses, a reportagem do dia 26 de junho de 2014²⁸ selecionou apenas sete deles, todas publicadas também no impresso. O estudo de caso dos conteúdos que o *Extra* considera

²⁸ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/whatsapp-do-extra-completa-1-ano-com-mais-de-um-milhao-de-mensagens-recebidas-13034982.html> . Acesso no dia 02 de novembro de 2014.

relevante é essencial para compreender alguns dos critérios de seleção adotados pelos jornalistas, bem como entender quais assuntos têm grandes chances de serem publicados. Se os próprios jornalistas se deram ao trabalho de escolher sete dentre as mais de mil reportagens feitas para o *online* e mais de 400 para o impresso é sinal de que elas foram relevantes.

Logo no início, a reportagem comemorativa chama a atenção para um acontecimento: um leitor flagrou, na época da Copa do Mundo, o então técnico da seleção brasileira, Luiz Felipe Scolari, curtindo uma folga em Fortim, no Ceará, uma cidade a 114 quilômetros de Fortaleza²⁹. Em seguida, o *Extra* apresenta uma lista em negrito dos fatos que considera importantes.

O primeiro caso selecionado, que veio à tona graças ao WhatsApp do jornal, foi um acidente na Linha Amarela, que ocorreu no dia 28 de janeiro de 2014, em que uma carreta derrubou uma passarela e deixou cinco mortos³⁰. A primeira matéria sobre o fato apresenta informações bem básicas sobre o ocorrido, como a localização do acidente, a morte, à princípio, de apenas uma pessoa, feridos, a presença de bombeiros e o trânsito do local, além de deixar claro que a notícia chegou via WhatsApp. As matérias que se seguem (todas com fotos feitas por leitores) dão mais humanização à tragédia. Intitulada: " 'Ele saiu voando', conta mulher que viu homem cair da passarela derrubada por carreta na Linha Amarela"³¹ (Matéria 1)³², esta outra matéria, publicada horas depois da primeira, oferece relatos de quem estava no momento do acidente. Uma mulher, que estava no ônibus atrás do caminhão que bateu na passarela, conta que viu o momento exato em que um homem que atravessava o local foi arremessado longe. Em uma outra reportagem, a mãe da vítima que caminhava na passarela relata que também viu o filho ser arremessado³³(Matéria 2).

Com estruturas semelhantes, ambas as reportagens relatam o sofrimento de quem presenciou e se envolveu com a situação, favorecendo, assim, a identificação do

²⁹ Disponível em: <http://extra.globo.com/esporte/copa-2014/felipao-passa-folga-no-litoral-do-ceara-faz-ironia-com-torcedor-brasil-nao-passa-nem-para-as-oitavas-12924573.html>. Acesso no dia 02 de novembro de 2014.

³⁰ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/passarela-cai-na-linha-amarela-atinge-onibus-carro-11423255.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

³¹ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/ele-saiu-voando-conta-mulher-que-viu-homem-cair-da-passarela-derrubada-por-carreta-na-linha-amarela-11423830.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

³² É interessante especificar as matérias para uma futura análise.

³³ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/eu-vi-meu-filho-morrer-desabafa-mae-de-jovem-morto-na-linha-amarela-11427591.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

espectador com a vítima, que vivia sua vida feliz. Na Matéria 2 isso fica bastante evidente. Com uma fotografia da vítima sorridente, a reportagem dá destaque a vida interrompida do rapaz, que era filho único, "cheio de sonhos e o melhor filho que uma mãe poderia querer". O tio da vítima também desabafa:

Ninguém da Lamsa nem da prefeitura nos procurou para nos dar qualquer apoio. Meu sobrinho era um rapaz trabalhador. O mínimo que poderiam fazer era nos dar um pouco de apoio. A família está arrasada. Foi graças à empresa em que meu sobrinho trabalhava que conseguimos resolver tudo em relação ao sepultamento.

Qualquer leitor do *Extra* poderia estar naquela cena. Muito mais: qualquer um poderia ser uma das cinco vítimas do acidente. Portanto, há uma produção da possibilidade de ser vítima feita por parte do meio de comunicação. Além de mostrar aspectos da vida privada das pessoas envolvidas na tragédia, o *Extra*, por meio de matérias relacionadas, que aparecem na barra lateral da esquerda, associa o acontecimento a casos semelhantes ocorridos anteriormente "apresentando assim o incidente como uma incidência, como mais um caso de um fenômeno geral que antecedeu e sucederá a qualquer uma de suas manifestações" (VAZ, *et alli*, 2007, p. 8-9). Ou seja, o acontecimento pode ter uma repetição provável no futuro e você leitor pode ser a próxima vítima. A possibilidade de repetição futura fica evidente devido à cotidianidade de tragédias similares.

Não precisa ser o mesmo incidente, só mudando os atores ou o dia; basta haver semelhança dos locais de ocorrência e de relação entre vítima e agressor para se favorecer a possibilidade de repetição na mente da audiência: entre uma vitimização por tiroteio de um transeunte, um assalto a carro e um assalto a passageiros num ônibus, a semelhança das situações é imediata e os leitores ou espectadores tendem a construir as ruas da cidade como lugares perigosos. (VAZ *et alli*, 2007, p.7)

Situação muito semelhante é apontada na matéria, também selecionada pelo jornal, que relata a morte de um rapaz nas escadas da Unidade de Pronto Atendimento (UPA) após ter atendimento negado por funcionário e falta de médico no local³⁴. Após um infarto, Anderson Muzzi Nogueira da Costa esperou desacordado mais de 20 minutos para conseguir entrar no local. Um vídeo, feito por um leitor, mostra o jovem

³⁴ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/jovem-morre-na-porta-da-upa-apos-ter-socorro-recusado-momentos-de-agonia-foram-filmados-11929095.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

desmaiado e sendo socorrido por seu namorado. O descaso dos funcionários e a ausência de profissionais no local também é retratado na gravação. A matéria, assim como as já analisadas anteriormente, apresenta algumas fotos de Anderson em momentos significativos de sua vida, novamente interrompida abruptamente. A fala da mãe também é muito parecida com a fala dos familiares do homem que morreu no acidente da passarela:

Foi um descaso muito grande o que fizeram com meu filho. Foi omissão de socorro. Ele ficou desmaiado em frente à UPA e ninguém fez nada. Como essas pessoas podem trabalhar com saúde se não se sensibilizam com uma situação dessas? Estou denunciando tudo isso porque, amanhã, eu não quero que mãe nenhuma sinta a dor que estou sentindo. É uma dor muito grande. Espero que isso não aconteça nunca mais - apela Valéria Cristina Muzzi, enfermeira e mãe de Anderson.

Novamente, na barra lateral são apresentadas matérias relacionadas a problemas ocorridos em UPAs. Isso significa dizer que mais uma vez a audiência está ciente de que fatos semelhantes vão continuar a ocorrer. Por outro lado, há uma incerteza a respeito de quando, onde e a quem eles atingirão.

De um lado, a certeza da repetição; de outro, a incerteza sobre a eficácia de qualquer ação preventiva individual para evitar a vitimização. Incerteza, porém, que não conduz ao fatalismo, pois a exposição midiática do sofrimento de estranhos é habitualmente acompanhada da atribuição de responsabilidade. Além de pensar que poderia ter acontecido com qualquer um e que pode acontecer novamente, o consumo de notícias de crime incita a audiência a pensar que o sofrimento que ocorreu poderia não ter acontecido. Entramos na esfera do conceito de risco, com seu modo singular de construir a ideia de sofrimento evitável. (VAZ *et alli*, 2007, p.8)

Toda vez que fatos trágicos como esses ocorrerem, o leitor do *Extra*, que já está acostumado a cotidianidade desse tipo de notícia no próprio jornal, vai se sentir no dever de retratar o fato com o seu próprio celular e enviar para o WhatsApp. Quem tira foto, é o mesmo que compra o jornal e esse leitor reproduz mesmo que inconscientemente o modo de fazer e apresentar a notícia do veículo de comunicação. O próprio colaborador faz questão de mostrar o sofrimento das vítimas e de seus familiares, seja por fotos, vídeos, ou apenas relatos. Exemplo disso é o vídeo feito pelo leitor que relata de forma jornalística todos os acontecimentos na UPA, antes e depois de Anderson entrar no local, com frases como "o que está acontecendo" e "ninguém

atende. Eles abriram a porta, viram o garoto caído no chão, fecharam a porta e não atenderam" e imagens que focam no sofrimento e desespero do namorado da vítima. Percebe-se, portanto, uma reprodução das páginas do jornal pelos próprios consumidores. Tudo leva a crer que os indivíduos que contribuem com o *Extra*, o fazem de forma a difundir a possibilidade de que qualquer um pode ser vítima daquele sofrimento retratado.

(...) os crimes que favorecem a vitimização vicária são os que ocorrem ou no espaço público ou em lugares onde deveríamos estar protegidos e que implicam seleção aleatória de vítimas – em outras palavras, a audiência tende a pensar que o sofrimento não se colocou voluntariamente numa situação de risco. (VAZ *et alli*, 2007, p.6)

Pode-se dizer, ainda, que os indivíduos se apoderam dos aparatos tecnológicos para tentar reduzir o seu próprio sofrimento - ou a possibilidade dele vir a ocorrer - bem como o sofrimento do outro (que poderia ser ele mesmo).

Outra matéria oriunda do WhatsApp e selecionada pelo jornal conta a história de uma jovem que foi arrastada pelos cabelos por um policial da UPP da Cidade de Deus, Zona Oeste do Rio³⁵. Mais uma vez, o sofrimento dos moradores da CDD é retratado de modo que possa ser comum a qualquer pessoa que mora em uma comunidade, como é o caso de grande parte dos leitores do *Extra*. Novamente, as reportagens relacionadas relembram fatos muito semelhantes que ocorreram em favelas a partir de conflitos entre os moradores e os policiais. Parece repetitivo e de fato o é, mas é preciso ressaltar que outra vez, a possibilidade de repetição do ocorrido é reforçada na mente do leitor. E mais: essa possibilidade já está tão presente na vida das pessoas, que elas mesmas a querem retratar esse risco para o jornal.

O mesmo processo de identificação com a vítima pode ser notado tanto na matéria do jovem morta a marteladas pelo marido em Vila Isabel, que também foi lembrada pelo editor Fábio Gusmão durante entrevista à autora, quando na matéria sobre o acidente de carro do ator Guilherme Leicam³⁶, ambas lembradas na lista de

³⁵ Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/video-mostra-pm-arrastando-menina-pelos-cabelos-na-cidade-de-deus-11902605.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

³⁶ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/ator-guilherme-leicam-de-em-familia-capota-com-carro-11831733.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

comemoração de um ano no WhatsApp. Na primeira, novamente aparecem imagens da vítima em momentos felizes, como em seu casamento. Embora neste caso o crime ter sido cometido pelo próprio marido da bancária Talita Juliane Peixoto Paiva, o que supostamente seria uma forma de distanciar o caso da vida dos leitores, visto que há uma tendência humana de pensar que suas próprias pendências amorosas seriam resolvidas de outra forma, o acontecimento é narrado de forma que mais uma vez uma vida feliz foi interrompida abruptamente. Já a notícia sobre Leicam, mostra, como algumas fotos do carro capotado, que até mesmo um ator de novela corre o risco de sofrer um acidente automobilístico.

Em todas essas matérias, percebe-se a emergência do conceito de risco, que é uma forma de articular o sofrimento a alguma ação humana de modo que ele sempre possa ser evitado. Logo, se o sofrimento é provável de acontecer, ele deveria ter sido evitado. É válido notar, entretanto, que essa abordagem do sofrimento não foi sempre a mesma.

Na modernidade, o sofrimento era apresentado como decorrente de uma estrutura causal, do "sistema" ou do "modo de produção capitalista", associada principalmente à miséria, à falta de educação, saúde e condições básicas de vida. Havia uma "separação entre sofrimentos presumidamente vinculados à condição humana e aqueles que existiriam devido à forma de ordenação da sociedade, ampliando sempre estes por reduzir aqueles ao afirmar que o que se pensava natural era, em verdade, histórico" (BOLTANSKI *apud* VAZ & CARDOSO, 2011, p. 142). Havia uma divisão clara entre os afortunados e os desafortunados, entre os felizes e infelizes, na qual o sofrimento de uns não pode ser visto como uma forma de justiça e, sim, decorrente de um sistema socioeconômico agressor. As notícias, endereçadas aos felizes, retratavam o sofrimento dos infelizes, o sofrimento das vítimas de um Estado, responsável por manter a estrutura social desigual. Isso pode ser observado, por exemplo, em uma análise da foto vencedora do Prêmio Esso de Fotografia, maior premiação do jornalismo brasileiro, em 1980, tirada por Manoel Joaquim Martins Lourenço. Intitulada "Menores na Clínica de Congonhas"³⁷, a foto retrata a condição desumana a qual as pessoas internadas na clínica eram submetidas. A fotografia mostra três crianças, uma delas pelada, isoladas em um ambiente que nem de longe tem estrutura para ser chamado de

³⁷ Ver anexo 1

"clínica". Se há um sentimento causado pela observação, não é o de identificação com as vítimas, mas sim o de pena. Pena daquelas pessoas que são injustiçadas pelo Estado, pena daquele sofrimento tão distante da realidade dos leitores.

Com a afirmação do direito fundamental à felicidade das culturas terapêuticas contemporâneas, o sofrimento, hoje, passou a ser retratado como aquele que interrompe a vida feliz, tranquila e segura das pessoas. Por isso, como visto em grande parte das matérias selecionados pelo próprio jornal *Extra*, há uma tendência de apontar como causa dos acontecimentos a negligência do Estado ou de funcionários. No caso do acidente na Linha Amarela, as matérias culpam a empresa e Batalhão de Policiamento de Vias Expressas por permitirem a circulação de caminhões em horários não autorizados. No da UPA, os médicos, os funcionários e de certo modo o governo também são responsabilizados pela morte. Já na matéria da UPP, se a polícia estivesse cumprindo seu papel, sem truculência e sem corrupção, a jovem não teria sido arrastada pelos cabelos. Apesar de diferentes entre si, todos os casos de violência apresentados demonstram o desprezo com a vida dos indivíduos que foram diretamente afetados.

Uma outra matéria selecionada fala sobre uma foto, que circulou pelas redes sociais e chegou via WhatsApp do *Extra*, mostrando 28 traficantes da Covanca segurando 19 armas³⁸. Apesar de não mostrar nenhuma vítima dos bandidos, a matéria afirma que a polícia ficou sabendo da existência da imagem depois que o próprio repórter apresentou-a ao delegado da 28ª DP (Campinho). Mais uma vez, mesmo que indiretamente, tanto o repórter, como também o leitor que enviou a foto ao jornal, fizeram a denúncia afim de tentar reduzir o sofrimento de possíveis vítimas dos bandidos. Só depois que o repórter levou a foto até o delegado, a instituição teve ciência do ocorrido. É possível perceber uma fragilidade da polícia que não estava cumprindo com as suas obrigações de defender a sociedade. Entretanto, depois de publicada a matéria, os bandidos foram presos.

Por fim, a matéria mais diferente apontada pelo *Extra* foi o caso do Felipão em Fortaleza. A reportagem, publicada no dia 19 de junho de 2014 no site e no dia seguinte no impresso, relata, basicamente, que Felipão foi passar o dia livre na cidade litorânea após convite do empresário Ivens Dias Branco e que ele não se mostrava muito

³⁸ Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/traficantes-da-covanca-em-jacarepagua-postam-na-web-foto-com-submetralhadora-15-fuzis-10029781.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

confiante sobre a futura vitória da própria seleção brasileira. De nada essa matéria tem de sofrimento, mas é carregada de descontração. Para não dizer que o "teatro" não aparece no noticiário, o próprio jornal faz questão de selecionar um fato que desperta a excitação do leitor. Fazendo a seleção desse acontecimento, o jornal afirma para seus leitores que notícias com pegadas humorísticas, principalmente assuntos sobre celebridades, também têm espaço em suas páginas de jornal e na capa de seu site.

É válido notar que até mesmo a forma estrutural e de apuração da matéria sobre o Felipão é diferente das outras reportagens que foram selecionadas. Toda a matéria é montada a partir de relatos de Jose Vilar de Andrade Neto, um jovem de 19 anos responsável por enviar o "grande furo" para o jornal *Extra*. O próprio depoimento de Felipão é pautado na pergunta do rapaz, visto que não havia nenhum membro da imprensa no local. De acordo com a reportagem:

José Neto tirou uma foto com Felipão ao lado de amigos e arrancou uma declaração inusitada do comandante do time brasileiro, que busca o hexacampeonato mundial. José Neto perguntou a Felipão se o Brasil seria campeão e recebeu de resposta:
— Não, não vai não. Não vamos nem passar para as oitavas.

Nota-se, nas entrelinhas, que o jornalista deixa claro que não esteve em contato com Felipão. Em toda a matéria, não há nenhum momento em que o repórter entrevista alguma outra pessoa que não Jose. Por mais que o jornalista tenha, em sua apuração, descoberto o motivo pelo qual o ex-técnico tirou o seu dia de folga para passear em Fortim, a grande fala da matéria surgiu de um depoimento que dificilmente teria sua veracidade comprovada. É nítido que o repórter não perguntou a Felipão se ele de fato havia afirmado que a seleção não passaria para as oitavas de final. É inegável que Jose encontrou com Felipão, mas é impossível confirmar o diálogo entre os dois. Conclui-se, portanto, que as fotografias enviadas pelo menino foram o grande motivo de a matéria ter sido publicada. Isso significa dizer que as imagens são fatores fortemente considerados pelos repórteres.

O mesmo aconteceu com Bruna Marquezine que foi flagrada tomando um banho de cachoeira em Goiás³⁹. Relatos de parte do dia da atriz e fotos tiradas por uma leitora foram para na capa do site do jornal *Extra* no dia 26 de outubro de 2014 e publicadas no

³⁹ Disponível em: <http://extra.globo.com/famosos/bruna-marquezine-flagrada-de-biquini-durante-banho-de-cachoeira-em-goias-10547814.html>. Acesso no dia 02 de novembro de 2014.

impresso no dia seguinte. Tanto o caso de Felipão quanto o de Bruna revelam que as fotografias servem para comprovar a veracidade do fato. Essa é uma característica das notícias sobre celebridades, nas quais o conteúdo não é tão relevante quanto o flagrante imagético. Os relatos presentes nas matérias são feitos pelos leitores, mas não são, entretanto, confirmados pelos repórteres presencialmente ou com outras fontes que também estiveram no local. Mesmo assim, é possível perceber que nos dois casos aqui analisados, o jornalista descreve os fatos com propriedade, passando confiança para o leitor e impedindo que haja qualquer dúvida sobre a ocorrência daquele assunto. Percebe-se, portanto, que nessas matérias de "diversão" o leitor ganha mais voz, reduzindo a apuração do próprio jornalista.

4.2 Uma outra seleção

Conforme os exemplos do próprio jornal, foi possível notar que a seleção do *Extra* gira em torno de duas estruturas diferentes: a primeira diz respeito a matérias que retratam sofrimentos que poderiam ter sido evitados. As denúncias dos leitores são formas de tentar dar voz a esses sofrimentos e reduzir a recorrência dos mesmos. Já a segunda está relacionada à diversão e descontração dos próprios leitores. Para afirmar ainda mais essa hipótese, foi feita uma análise durante cinco dias no site do *Extra* para ver quais notícias vindas do WhatsApp eram chamadas na capa do site. O período analisado correspondeu aos dias 15, 16, 17, 18 e 19 de setembro.

No dia 15, foi possível notar apenas uma matéria na capa do site que afirmava ter sido fruto de denúncias via WhatsApp. Ela relata o caso de um homem que foi baleado durante tiroteio no Complexo do Alemão⁴⁰. O caso, que recorrentemente está nas páginas do jornal, reforça a ideia de que a violência, que interrompe o cotidiano das pessoas, é um assunto bastante explorado pelos leitores, que se identificam com o ocorrido.

Já no dia 16, são três as matérias que vieram pelo WhatsApp. A primeira fala da busca de uma família por um menino desaparecido após mergulhar no mar da praia de Copacabana⁴¹. A matéria, assim como as selecionadas pelo próprio jornal, mostra fotos

⁴⁰ Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/homem-baleado-no-complexo-do-alemao-13938045.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

⁴¹ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/familia-procura-jovem-que-desapareceu-na-praia-de-copacabana-apos-prova-de-vestibular-13949980.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

do jovem sorridente antes de seu desaparecimento, revelando que sua vida foi interrompida de maneira inesperada. Luiz Fernando Santos Brandão, como qualquer outro menino de 18 anos, estava estudando para o vestibular e era muito amado pela família e pelos amigos. Na reportagem, a família também acusa o Corpo de Bombeiros de negligente por só ter realizado as buscas pelo rapaz no dia do desaparecimento. Novamente, a matéria retrata o sofrimento decorrente de uma tragédia e causa reconhecimento dos leitores na figura da vítima. A segunda é sobre um acidente com dois automóveis no Leblon⁴². Acidentes de trânsito, assim como o que ocorreu com o ator Guilherme Leicam revelam, novamente, que qualquer um poderia estar envolvido. Nesse caso em especial, a colisão ocorreu porque os dois motoristas estavam fazendo um "pega", o que revela, ainda, que não havia policiamento no local, tanto que os feridos foram socorridos por testemunhas, atentando, assim, para a negligência das forças competentes. A terceira mostra um motorista e um cobrador de ônibus colocando juntos uma moto dentro do coletivo através do elevador destinado para cadeirantes⁴³. Apesar de diferente das outras matérias, a denúncia não deixa de apontar para funcionários que não estão cumprindo adequadamente as suas funções e, por isso, colocam a população em risco.

Novamente, no dia 17, mais uma matéria sobre violência: "Duas pessoas são baleadas durante perseguição policial por ruas de Vila Isabel, na Zona Norte do Rio"⁴⁴. A aleatoriedade do acontecimento revela que mais uma vez qualquer pessoa poderia ter sido vítima dos tiros. É interessante notar que tanto a matéria do dia 15 quanto esta têm começos muito similares. O modo parecido do lide reforça, pois, a ideia de possível repetição do fato. A do Complexo do Alemão é iniciada da seguinte forma:

Um homem foi baleado na noite deste domingo após um tiroteio no Complexo do Alemão, na Zona Norte do Rio. De acordo com a Coordenadoria de Polícia Pacificadora (CPP), por volta das 22h, agentes da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) da Fazendinha seguiam em direção à base avançada da Rua Canitar, quando se depararam com homens armados, que teriam atirado. Os suspeitos fugiram.

⁴² Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/carro-capota-cai-em-canal-do-leblon-no-rio-apos-bater-em-outro-veiculo-13949304.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

⁴³ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/video-flagra-motorista-colocando-moto-dentro-de-onibus-no-rio-13952210.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

⁴⁴ Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/duas-pessoas-sao-baleadas-durante-perseguiacao-policial-por-ruas-de-vila-isabel-na-zona-norte-do-rio-13960328.html>. Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

E a da perseguição em Vila Isabel, assim:

Duas pessoas foram baleadas durante uma perseguição policial por ruas de Vila Isabel, na Zona Norte do Rio, na manhã desta quarta-feira. Uma delas foi um idoso, não identificado, levado para o Hospital Souza Aguiar, no Centro do Rio. Não há informação sobre seu estado de saúde. A outra foi um motorista de ambulância, atingido de raspão no braço. Ele foi levado para o Hospital do Andaraí, também na Zona Norte.

No dia 18, não foi observada nenhuma matéria que fazia referência ao WhatsApp. Segundo o editor Fábio Gusmão todas as notícias, oriundas de sugestões pelo aplicativo, que vão para o site e para o impresso devem fazer alguma referência sobre sua origem.

Por fim, no dia 19, mais uma vez a negligência é retratada no próprio título: "Corpo de bebê é encontrado dentro de saco plástico, na Zona Norte do Rio, e moradores alegam descaso da polícia⁴⁵". De acordo com a matéria, tanto a polícia quanto o Corpo de Bombeiros foram acionados, mas nenhuma das corporações foi até o local averiguar a denúncia. Mais uma vez, o descaso com o ser humano está presente. O corpo estava no local há pelo menos sete dias. A outra notícia do dia 19, diz respeito a um homem eletrocutado ao subir em árvore para comer uma manga⁴⁶. Fica evidente que um dos motivos do fato ter sido selecionado pelos repórteres é porque está no campo do inusitado. Mesmo assim, não deixa de retratar um sofrimento que poderia ter acontecido com qualquer pessoa.

⁴⁵ Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/corpo-de-bebe-encontrado-dentro-de-saco-plastico-na-zona-norte-do-rio-moradores-alegam-descaso-da-policia-13985768.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

⁴⁶ Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/homem-eletrocutado-ao-tentar-pegar-manga-na-zona-norte-do-rio-13987533.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

5. CONCLUSÃO

Em uma era na qual a informação pode ser checada a partir de poucos cliques, os veículos de comunicação de massa se viram obrigados a utilizar as novas tecnologias a seu favor de forma a se manterem como mediadores centrais da sociedade. Essa constante mudança comprova que apesar da multiplicidade dos mediadores que existem na Internet, os tradicionais jornais impressos continuam com sua credibilidade de outrora. E mais: muitos jornais populares, como é o caso do *Extra*, aumentaram e fortaleceram seu público-alvo com a sábia utilização das ferramentas tecnológicas em prol de seus próprios benefícios.

O *Extra* foi o pioneiro a utilizar o WhatsApp como ferramenta jornalística dentro da redação. Depois, entretanto, inúmeros outros veículos adotaram a mesma postura, como o caso do concorrente direto *O Dia*, além de jornais de grande porte como a *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*. É válido lembrar que rádios como *BandNews* e *CBN* também adotaram o aplicativo. Na Europa, a rede britânica *BBC* aderiu ao WhatsApp. Esses foram alguns dos exemplos da infinidade de veículos que já fazem uso da ferramenta como forma de contato direto com o leitor, comprovando, assim, uma tendência mundial do jornalismo. Conclui-se, portanto, que o uso do aplicativo, que surgiu com a finalidade de troca de mensagens gratuita, passou a ser usado para outra função, colaborando, pois, para o controle dos leitores por parte das empresas de comunicação.

As análises deste trabalho mostram o uso feito exclusivamente pelo *Extra* e revelam uma tendência do jornal de reportar duas vertentes temáticas, contribuindo, pois, para a falta de diversidade observada no princípio desta monografia. São elas:

- 1) O sofrimento dos leitores. Na sociedade ocidental contemporânea em que o direito à felicidade é essencial a qualquer ser humano, sua violação deve ser retratada veementemente nas páginas dos jornais. É curioso notar, entretanto, que até mesmo os sofrimentos de ordem privada são expostos nos veículos de comunicação. Os leitores acreditam que o jornal é o porta-voz de todos os seus problemas, que, na maioria das vezes, só existem por culpa de terceiros. Por isso a repetição de temas ligados à violência, precariedade de serviços públicos, acidentes e problemas pessoais.

2) O insólito, o extraordinário, sempre irão ter espaço no *Extra*. Esse critério de escolha, que está presente no jornalismo desde que ele existe, continua nas páginas e, principalmente no site, do jornal. Esse inusitado vale, inclusive, para assuntos ligados à celebridades. É esse inusitado que gera grande quantidade de cliques na Internet.

Vale lembrar que em agosto de 2014, o *Extra* anunciou a fusão de seu primeiro caderno, que uniu as editorias de "cidade" e "economia" em um mesmo espaço e aboliu suas formas de distinção gráfica. As reportagens são expostas de acordo com o que, na opinião dos editores, é considerado mais importante no dia. Revelando, portanto, a semelhança das duas editorias. A editoria de economia do *Extra* sempre foi repleta de matérias de serviços, como alterações feitas pelas telefonias de celulares ou atraso de pagamento a servidores, assim como também sempre foi a editoria de cidade. Essa mudança do primeiro caderno ressalta, novamente, a preocupação do *Extra* em retratar os interesses de seus leitores. Se outras matérias mais aprofundadas sobre a situação econômica do país não desperta a atenção dos leitores, por que permanecer com uma editoria fixa? Parece muito mais fácil dar espaço ao que realmente importa aos leitores.

Percebe-se, portanto, que a assuntos de ordem política e econômica perdem cada vez mais espaço no *Extra*. O jornalista do *Extra* deixa de selecionar o que concerne à todos e passa a buscar, principalmente através do WhatsApp, o que é de interesse imediato apenas de seus leitores. Logo, é possível falar que o jornal estreita, cada vez mais, os horizontes de seu público-alvo. É coerente afirmar também que o jornalista do *Extra* deixou há muito de construir um novo espaço público. Ele passou a refletir no público o que acontece no espaço privado de cada indivíduo, ou seja, o sofrimento.

Deste modo, espera-se que este trabalho tenha colaborado para a percepção das mudanças no jornalismo, principalmente a partir das tecnologias, como foi o caso do uso do WhatsApp pelo jornal *Extra*. Uma futura análise sobre os outros veículos de comunicação que utilizam o aplicativo como ferramenta de auxílio na produção jornalística é válida para observar se a tendência de personalização da informação e, conseqüente, valorização do sofrimento feita pelo *Extra* também é realizada pelos demais meios. Esta monografia, entretanto, se ateve para o caso específico do *Extra* e espera-se que tenha cumprido suas propostas iniciais.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. *Mobilização Nas Redes Sociais: a narratividade do #15M e a democracia na cibercultura*. Bahia, 2012. Artigo apresentado no XXII Encontro Anual da Compós.

ANTOUN, Henrique; PECINI, André Custódio. *A WEB E A PARCERIA: projetos colaborativos e o problema da mediação na internet*. Publicação na Intexto, Porto Alegre: UFRGS, janeiro/julho 2007.

BOTANSKY, Luc. *The politics of pity IN: Distant Suffering*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança - Movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CHARNEY, Leo; SCHWARZ, Vanessa R. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

CRARY, Jonathan. *24/7 - Capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo: Cosac Naify, 2014

CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador - Visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DIZARD, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FERREIRA, Paula Araújo. *Whatsapp, Extra? O uso de novas tecnologias no jornalismo impresso*. Orientadora: Cristina Rego-Monteiro da Luz. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO. Rio de Janeiro, 2014.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Editora Vozes, 1997.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

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

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005.

SHAPIRO, Andrew L. *The control revolution: how the internet is putting individuals in charge and changing the world we know*. New York: PublicAffairs, 1999.

SILVA, Sandra Rúbia. *Estar no tempo, estar no mundo: a vida social dos telefones celulares em um grupo popular*. Orientadora: Carmen Silvia Rial. Tese de doutorado (Programa de Pós- Graduação em Antropologia Social) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010.

VAZ, Paulo. *A vida feliz das vítimas*. IN: FREIRE FILHO, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010

VAZ, Paulo. *Mediações e tecnologia*. Artigo da Revista FAMECOS. Porto Alegre, dezembro 2001.

VAZ, Paulo. *Vítima virtual e mídia*. Artigo apresentado no Simpósio Vigilância, Segurança e Controle Social na América Latina. Curitiba, 2009.

VAZ, Paulo; CARDOSO, Janine. *Risco e retórica das imagens de sofrimento*. Revista Devires, V.8, n^o2, Belo Horizonte, julho/dezembro 2011.

VAZ, Paulo; LISSOVSKY, Maurício; PECLY, Guilherme; FANTINATO, Maria; POMBO, Mariana. *Mídia, formação da opinião pública e voto popular: As narrativas de crime na TV e o referendo sobre o comércio de armas*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, abril 2007.

Websites consultados

IBGE:

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2013/sintese_defaultxls.shtm

Ibope:

<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/52-milhoes-de-pessoas-tem-acesso-a-web-pelo-celular-aponta-ibope-media.aspx>

Infoglobo:

<https://www.infoglobo.com.br/anuncie/institucional.aspx>

Jornal Estado de São Paulo:

<http://www.estadao.com.br/>

Jornal Extra:

Ator Guilherme Leicam, de 'E Família', capota de carro

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/ator-guilherme-leicam-de-em-familia-capota-com-carro-11831733.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

Bruna Marquezine é flagrada de biquíni durante banho de cachoeira em Goiás

Disponível em: <http://extra.globo.com/famosos/bruna-marquezine-flagrada-de-biquini-durante-banho-de-cachoeira-em-goias-10547814.html> . Acesso em 02 de novembro de 2014

Corpo de bebê é encontrado dentro de saco plástico na Zona Norte do Rio, e moradores alegam descaso da polícia

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/corpo-de-bebe-encontrado-dentro-de-saco-plastico-na-zona-norte-do-rio-moradores-alegam-descaso-da-policia-13985768.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

Carro capota e cai em canal do Leblon, no Rio, após bater em outro veículo

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/carro-capota-cai-em-canal-do-leblon-no-rio-apos-bater-em-outro-veiculo-13949304.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

Começou! Nossa redação já está na rua à sua espera; passe lá na Praça Quinze e confira

Disponível em <http://extra.globo.com/noticias/rio/redacao-de-vidro-extra/comecou-nossa-redacao-ja-esta-na-rua-sua-espera-passe-la-na-praca-quinze-confira-8572320.html> . Acesso em 26 de outubro de 2014.

Duas pessoas são baleadas durante perseguição policial por ruas de Vila Isabel, na Zona Norte do Rio

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/duas-pessoas-sao-baleadas-durante-perseguiçao-policial-por-ruas-de-vila-isabel-na-zona-norte-do-rio-13960328.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

'Ele saiu voando', conta mulher que viu homem cair da passarela derrubada por carreta na Linha Amarela

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/ele-saiu-voando-Conta-mulher-que-viu-homem-cair-da-passerela-derrubada-por-carreta-na-linha-amarela-11423830.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

'Eu vi meu filho morrer', desabafa mãe de jovem morto na Linha Amarela

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/eu-vi-meu-filho-morrer-desabafa-mae-de-jovem-morto-na-linha-amarela-11427591.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

EXTRA: saiba o que #é verdade ou #éboato sobre os protestos no Rio

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/extra-saiba-que-verdade-ou-eboato-sobre-os-protestos-no-rio-8775135.html> . Acesso em 28 de setembro de 2014.

Família procura jovem que desapareceu na Praia de Copacabana após prova de vestibular

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/familia-procura-jovem-que-desapareceu-na-praia-de-copacabana-apos-prova-de-vestibular-13949980.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014

Felipão passa folga no litoral do Ceará e faz ironia com torcedor: 'Brasil não passa nem para as oitavas'

Disponível em: <http://extra.globo.com/esporte/copa-2014/felipao-passa-folga-no-litoral-do-ceara-faz-ironia-com-torcedor-brasil-nao-passa-nem-para-as-oitavas-12924573.html>
Acesso em 02 de novembro de 2014.

Homem é baleado no Complexo do Alemão

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policial/homem-baleado-no-complexo-do-alemao-13938045.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

Homem é eletrocutado ao tentar pegar manga na Zona Norte do Rio

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/homem-eletrocutado-ao-tentar-pegar-manga-na-zona-norte-do-rio-13987533.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

Jovem morre na porta da UPA após ter socorro recusado. Momentos de agonia foram filmados

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/jovem-morre-na-porta-da-upa-apos-ter-socorro-recusado-momentos-de-agonia-foram-filmados-11929095.html> . Acesso no dia 09 de novembro de 2014.

Moradora da Pavuna denuncia furto de piscina na web: 'verão vai ser dureza'

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policial/moradora-da-pavuna-denuncia-furto-de-piscina-na-web-verao-vai-ser-dureza-14458640.html> . Acesso no dia 08 de novembro de 2014.

Mulher é morta a marteladas em Vila Isabel; principal suspeito pelo crime é o companheiro da jovem.

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policial/mulher-morta-marteladas-em-vila-isabel-principal-suspeito-pelo-crime-companheiro-da-jovem-8809635.html> . Acesso em 11 de outubro de 2014.

Passarela cai na Linha Amarela e atinge ônibus e carro

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/passarela-cai-na-linha-amarela-atinge-onibus-carro-11423255.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014.

Traficantes da Covanca, em Jacarepaguá, posta na web foto com submetralhadora e 15 fuzis

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policial/traficantes-da-covanca-em-jacarepagua-postam-na-web-foto-com-submetralhadora-15-fuzis-10029781.html> . Acesso em 09 de novembro de 2014

Vídeo flagra motorista colocando moto dentro de ônibus no Rio

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/video-flagra-motorista-colocando-moto-dentro-de-onibus-no-rio-13952210.html>. Acesso em 09 de novembro de 2014.

Vídeo mostra jovem sendo torturada em favela na Zona Norte do Rio

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/video-mostra-jovem-sendo-torturada-em-favela-na-zona-norte-do-rio-14036413.html> . Acesso em 02 de novembro de 2014.

Vídeo mostra PM arrastando menina pelos cabelos na Cidade de Deus

Disponível em: <http://extra.globo.com/casos-de-policia/video-mostra-pm-arrastando-menina-pelos-cabelos-na-cidade-de-deus-11902605.html>. Acesso em 09 de novembro de 2014.

WhatsApp do EXTRA completa 1 ano com mais de um milhão de mensagens recebidas

Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/rio/whatsapp-do-extra-completa-1-ano-com-mais-de-um-milhao-de-mensagens-recebidas-13034982.html> . Acesso em 02 de novembro de 2014.

Jornal O Dia:

Eleição faz amigos de anos se bloquearem e romperem laços nas redes sociais

Disponível em: <http://odia.ig.com.br/eleicoes2014/2014-10-12/eleicao-faz-amigos-de-anos-se-bloquearem-e-romperem-lacos-nas-redes-sociais.html> . Acesso no dia 03 de novembro de 2014.

Jornal O Globo

<http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/jornais-de-bairro-9173648>

<http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/computador-na-redaccedilatildeo-9173808>

<http://oglobo.globo.com/brasil/e-tempo-de-uma-nova-forma-de-fazer-noticia-12100886>

<http://oglobo.globo.com/brasil/eu-voto-em-personalidades-justificam-suas-escolhas-14063765>

<http://oglobo.globo.com/brasil/eu-voto-em-personalidades-justificam-suas-escolhas-14049266>

<http://oglobo.globo.com/principios-editoriais/>

Twitter:

<https://twitter.com/casodepolicia>

WhatsApp:

<http://www.whatsapp.com/>

<http://blog.whatsapp.com/245/Por-que-n%C3%A3o-vendemos-an%C3%BAncios>

7. ANEXO

1. Menores na Clínica de Congonhas de Manoel Joaquim Martins Lourenço

Disponível em:

http://www.premioesso.com.br/site/premio_principal/index.aspx?year=1980. Acesso em 10 de novembro de 2014.

