

## A Formação da Cidadania na Era Digital

Adriana Cônsolo - Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Samuel Santiago - Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

### Introdução

O trabalho pretende tentar compreender as relações entre mídia e cidadania, analisando, em especial, os veículos jornalísticos *on line* e impresso. Cidadão é aquele indivíduo no gozo dos direitos civis e políticos de um Estado. E, segundo Juan Beneyto, “para considerar-se plenamente cidadão, o homem contemporâneo precisa dispor de fontes informativas que lhe permitam conhecer o que se passa e, em seguida, formar juízos sobre os acontecimentos”. Desta forma, a escolha de um determinado veículo de comunicação, que ofereça tais informações para a formação cidadã de um indivíduo, é crucial no mundo contemporâneo.

A história do jornal impresso teve dois grandes marcos: a invenção da escrita, que ocorre no ano 3000 a.C. com os sumérios e egípcios. Posteriormente, os fenícios, hebreus e gregos desenvolveram a escrita alfabética por volta do final do século 12 aC. Com o aparecimento da escrita, a mensagem pôde se fixar no tempo e no espaço. O segundo marco trata-se da invenção da imprensa por *Johannes Gutenberg*, em 1456, que revolucionou os métodos de produção da escrita. O primeiro jornal brasileiro foi o *Correio Braziliense*.

O computador surge a partir de descobertas realizadas no contexto da *Segunda Guerra Mundial*. A idéia de se criar um sistema de comunicação em rede nasce de uma estratégia militar americana. A primeira rede de computadores foi a *Arpanet*, criada em 1958. O primeiro computador pessoal foi lançado em 1981 pela IBM. A internet é o símbolo da globalização, rompendo as fronteiras do tempo e do espaço e redesenhando o mundo. O primeiro jornal *on line* brasileiro foi o *Jornal do Brasil*.

As relações sociais, políticas, culturais e econômicas foram modificadas pelo advento da internet. Numa etapa anterior a ela, a leitura do jornal impresso era hegemônica entre os diversos segmentos sociais. Hoje, essa situação foi alterada pelo uso da *web*. A rede proporciona aos seus usuários maior interatividade, dinamicidade e rapidez de acesso à informação. Em contrapartida, os jornais impressos possuem maior durabilidade e materialidade.

## **Metodologia**

Pretendemos observar o impacto da internet na vida do homem contemporâneo e em que grau alterou seus hábitos. Dessa forma, a metodologia consiste em uma pesquisa quantitativa e qualitativa sobre a preferência de leitura (jornal impresso e *on line*) dos jovens de classe média de Juiz de Fora e região. Para isso, aplicamos um questionário com cinco perguntas:

- \* Qual a forma que você mais utiliza para obter informações, jornal impresso ou *on line*?
- \* Por que você optou por esse veículo (vantagens)?
- \* Você também busca outra opção para se informar?
- \* Você se motiva a ler notícias pela internet ou procura apenas entretenimento?
- \* Você se sente bem informado ou confuso?

O público-alvo da pesquisa consistiu em uma amostragem de 19 estudantes de classe social média, oito de sexo masculino e 11 feminino, oriundos de Juiz de Fora (MG) e cidades vizinhas, com faixa etária entre 18 e 24 anos.

## **Referencia Teórico**

Contemplaremos em nosso trabalho alguns conceitos e idéias desenvolvidos por estudiosos da comunicação como Herbert Marshall McLuhan, Mário Erbolato, Alberto Dines, Nilson Lage e Thereza Catharina de Goes Campos. McLuhan propõe a abordagem dos meios de comunicação de massa através do Paradigma Midiológico. Mário Erbolato fornece em seu livro algumas técnicas da atividade jornalística, como redação, diagramação e seleção.

Alberto Dines estuda a inter-relação entre os veículos de comunicação, enfatizando que os mesmos são “competitivos” e “colaboradores”. Nilson Lage explica as divisões do jornal impresso e Thereza Catharina de Goes Campos analisa a atratividade exercida pela televisão, com imagens, cores e sons. Em nossa pesquisa, faremos um paralelo de suas idéias, mas abordaremos os veículos *on line*. Também utilizaremos conceituações de outros autores.

A motivação que nos levou a desenvolver esse projeto foi a atualidade do assunto e a relevância para o jornalismo. Devido a sua importância no período em que vivemos, a internet desempenha uma função primordial no trabalho jornalístico, disponibilizando diversos recursos multimidiáticos. Dessa forma, os profissionais que não se adaptarem a essas novas demandas, certamente se tornarão menos preparados, correndo o risco de não serem absorvidos pelo mercado. Além disso, a curiosidade em detectar a amplitude dessa

nova realidade midiática na busca de informação do público jovem também consistiu em outros elementos de motivação desta pesquisa acadêmica.

### **Objetivos**

Investigaremos os impactos causados pelo jornal *on line* e impresso nos jovens de Juiz de Fora (MG) e região, como um pequeno recorte de uma realidade maior. Também tentaremos detectar as influências cognitivas, pensamentos e sensações em relação ao mundo informacional digital que estes veículos despertam. Para nós, o mais importante foi tentar compreender melhor a nossa realidade, para atuar nela de forma mais significativa e consciente.

### **Desenvolvimento**

Iniciaremos o trabalho com um repasse histórico do jornal impresso e *on line*. Em seguida, apresentaremos as diferenças entre eles e tentaremos compreender as implicações sociais, políticas e culturais dos resultados encontrados na pesquisa.

Duas revoluções históricas foram fundamentais para o surgimento do jornalismo impresso. A primeira remete à invenção da escrita, que ocorre por volta do ano 3000 a.C. com os sumérios e os egípcios. Trata-se da escrita hieroglífica, que era difícil de ser codificada e decodificada. Por volta do final do século 12 aC, os fenícios, hebreus e gregos desenvolveram a escrita alfabética, mais concisa e fácil de ser decodificada e compreendida. Com o aparecimento da escrita, a mensagem pôde se fixar no tempo e espaço.

A segunda revolução para o jornalismo foi o surgimento da imprensa, em 1455, com Johannes Gutemberg. A técnica desenvolvida por ele já era conhecida pelos chineses, mas a escrita oriental contava com cerca de 20 mil ideogramas. No caso do Ocidente, cujo alfabeto possuía 26 letras, a tecnologia se tornava mais viável. A descoberta da imprensa proporcionou grandes transformações políticas, científicas, religiosas, econômicas e sociais.

De certa forma, a imprensa redesenhou o mundo naquele momento histórico. Alguns estudiosos consideram que na Grécia Antiga nasce o embrião do jornalismo, com a figura do mensageiro. Quando a mensagem que ele anunciava era negativa, sua cabeça era decepada. A *acta diurna*, um relato periódico dos acontecimentos políticos de Roma, foi uma determinação de Júlio César, por volta do ano 69 aC. É também considerada por certos estudiosos como o embrião do jornalismo, por sua periodicidade e atualização.

Mas, os estudiosos costumam ser unânimes ao afirmar que o jornalismo nasce no contexto da Revolução Francesa, em 1789, com caráter opinativo, panfletário e persuasivo. Muitas restrições, impostos e censura eram ditados pela aristocracia, e, por isso, tornava-se muito comum a circulação de jornais manuscritos ou impressos clandestinamente. No século XIX, o jornal adquire feição mais informativa, transformando-se em um empreendimento comercial. Já não era interessante para a burguesia manter jornais panfletários, pois ela era agora a classe dominante. O jornal impresso pode ser considerado, então, um marco a Modernidade. Em 1808, surge no Brasil o primeiro jornal impresso, o *Correio Braziliense*, fundado por Hipólito José da Costa, um português exilado em Londres pela Inquisição.

Assim como o jornal impresso marca a Modernidade, a internet e o jornal *on line* podem ser considerados marcos da Pós-Modernidade ou contemporaneidade. O computador surge a partir de descobertas realizadas na *Segunda Guerra Mundial*, como o transistor. A idéia e se criar um sistema de comunicação em rede nasce de uma estratégia militar americana.

Os americanos queriam se prevenir de um colapso no sistema de comunicação, que porventura pudesse ocorrer na matriz prejudicando todo o resto, devido a emergência da Guerra Fria.

A primeira rede de computadores foi a *Arpanet*, criada com fins militares em 1958. No ano anterior, o primeiro satélite, o *Sputnik*, foi lançado. Os primeiros computadores eram gigantescos, do tamanho de prédios. Os técnicos entravam dentro deles para desenvolver cálculos. A partir de 1960, a invenção do *chip* permitiu uma drástica redução nos computadores. O primeiro computador pessoal ou PC foi lançado em 1981, pela IBM.

Os primeiros *sites* com notícias foram uma iniciativa de profissionais de classe média e de estudantes, assim como ocorreu com os jornais impressos. O computador marca a “era da tetrônica”, que se caracteriza pela combinação de diferentes tecnologias que, em curtos períodos de tempo, permite saltos tecnológicos cada vez mais rápidos. A internet é o símbolo da globalização, rompendo as fronteiras de tempo e espaço, da mesma forma que a escrita o fez, mas com uma intensidade e sofisticação muito maiores. A internet também redesenhou o mundo, como ocorreu com a imprensa outrora.

As primeiras versões eletrônicas dos primeiros jornais impressos surgiram a partir de da difusão da internet no Brasil, em 1995. O primeiro jornal *on line* brasileiros foi o *Jornal do Brasil*. A primeira versão do jornal era rudimentar, mas, em 2001, a página sofreu uma reformulação e ficou mais moderna e interativa.

O jornal *on line* apresenta as mesmas divisões do impresso. Nilson Lage descreve as divisões do jornal impresso: projeto gráfico (símbolos, desenhos, tipos de letras, tamanho, etc), sistemas analógicos (fotografias, ilustrações, charges e *cartoons*) e lingüísticos (manchetes, títulos, textos, legendas, etc). O impresso introduz, a seu modo, o que podemos chamar de hiperrealidade, a realidade das simulações e dos simulacros. Mas a versão *on line* potencializa isso e apresenta múltiplos recursos complementares como simulações, sonorização, animação, *hiperlinks* (vínculos que encadeiam as páginas de um *site*), interatividade, personalização, uso crescente de bancos de dados e *interfaces*.

O apelo visual, portanto, é muito forte. Thereza Catharina de Goes Campos analisa a atratividade exercida pela TV devido a seu apelo visual. Adaptando a idéia da estudiosa para o caso da internet, podemos considerar o novo veículo ainda mais atraente que a televisão, por apresentar uma rica visualidade.

A complexidade e a atualização são outros aspectos inerentes ao jornalismo *on line*. Mário Erbolato propõe uma análise do furo jornalístico, antes considerado o “pulo do gato” para os jornalistas de impressos. O autor detecta o fim deste “furo” devido à velocidade da transmissão jornalística televisiva. Um paralelo pode ser estabelecido com relação ao jornal *on line*, cuja transmissão não é somente rápida, mas instantânea. A internet rouba inclusive o “furo” jornalístico da televisão.

A internet se adapta ao nosso tempo pela velocidade e interatividade. É mais acessível, até mesmo em relação aos preços de publicidade, e, por isso, facilita a divulgação de idéias. Mas o aspecto que torna a internet mais democrática ou cidadã é seu caráter dialógico. O mercado livre é um exemplo disto. Os negociantes dos produtos recebem críticas ou elogios, o que valoriza ações éticas e responsáveis nas negociações.

Podemos classificar os veículos de comunicação em mídias *pull* e *push*. A mídia *pull* “puxa” ou chama a atenção do usuário. Na internet, o meio é que depende do receptor, como sugere o Paradigma Culturológico. Essa corrente teórica da comunicação analisa o receptor como um indivíduo imbuído de valores culturais e, por isso, capaz de escolher ou não determinado produto midiático. As informações no jornal *on line* estão disponibilizadas para que o movimento ativo do leitor as acesse na ordem e hora adequada. Já a mídia *push* “empurra” a mensagem para o emissor, mesmo sem sua solicitação. É o que ocorre com o jornal impresso em que as informações já estão pré-definidas.

Outra classificação possível seria a divisão dos meios de comunicação segundo a sua “temperatura informacional”: meios quentes ou *hot medias* ou meios frios ou *cool medias*.

Os *hot medias* apresentam a informação de forma bem definida, estendendo um só sentido elementar. É o caso dos jornais impressos. Ilana Politschuk e Aluizio Ramos Trinta em *Teorias da Comunicação* comparam, baseados em McLuhan, a leitura do jornal a um banho quente. “Ler jornal é como tomar banho quente de manhã”. Já os *cool medias* proporcionam um maior envolvimento sensorial e exigem uma maior participação do usuário, pois as informações são mal-definidas. Os autores também consideram outro significado para *cool*, que pode ter sentido de legal de acordo com a cultura *pop hippie* dos anos 60.

A internet pode ser classificada como *cool media*. Conformações específicas para cada mídia também se aplicam, como comunicação um-todos para o jornal impresso, e todos-todos para a internet.

Em nossa pesquisa, verificamos que 68,4% dos jovens estudantes de classe média se informam mais pela internet e 31,6% se informam mais por meio da leitura do jornal impresso. Alberto Dines afirma que os veículos de comunicação que surgiram desde o aparecimento da Bíblia são ao mesmo tempo concorrentes e colaboradores entre si.

Nenhum deles desapareceu com o surgimento de outro. Tiveram que se adaptar e, ao mesmo tempo, evoluíram em suas formas e conteúdos. As idéias de Dines confirmam-se nesta pesquisa, já que 53,8% dos jovens que utilizam mais a internet também procuram se informar através do jornal impresso. E o mesmo ocorre com quem busca mais informação no jornal impresso, uma vez que 83,3% também procuram se informar em veículos *on line*.

A partir dos resultados encontrados, percebemos a força da internet e do jornalismo *on line* em nosso tempo. Não é à toa que grandes empresas como *Yahoo*, por exemplo, investem cada vez mais em informação, em jornalismo. Essa realidade traz novos desafios para os jornalistas, principalmente com relação à formação da cidadania neste novo contexto.

Segundo McLuhan, “o globo terrestre, apesar de suas dimensões universais e amplas, diminui consideravelmente as distâncias geográficas e o tempo em que elas ocorrem, graças a essas tecnologias de que a internet se tornou referência ampla”. Essa nova realidade virtual acarreta transformações em todo o campo da vida social e da existência individual. O homem tipográfico, de raciocínio linear e verbalmente articulado, agora pensa e fala por *flashes* e justaposição de idéias. Mas ainda estamos passando por essa fase de

transição, pois na pesquisa observamos que algumas pessoas têm dificuldade de interpretar informações dispersa, não-lineares.

No Brasil, o acesso à internet é um pouco maior que o acesso à TV a cabo. Mas, em breve, seremos todos habitantes de uma mesma “aldeia global” e aí entra a questão da cidadania que deve ser levada em consideração no planejamento de políticas públicas para que isso realmente aconteça. Levar informação e cidadania às pessoas através da internet é um desafio para os países do globo, especialmente os mais pobres. Alguns representantes políticos já detectaram essa necessidade e estão desenvolvendo projetos de produção e venda de computadores a preços populares, assim como TVs digitais.

Por meio do pequeno recorte da realidade que buscamos investigar neste trabalho, percebemos que a tendência de acesso ou mesmo preferência à informação privilegia o universo digital, e, desta forma, o jornalismo *on line* deve ser refletido com seriedade pela sociedade, e, principalmente, pelas empresas jornalísticas. Mudanças e conquistas significativas para um país como a descoberta de novas possibilidades culturais, ambientais, tecnológicas, econômicas e sociais de desenvolvimento são alguns resultados obtidos quando se investe em cidadania, e a utilização da internet pode ser uma ferramenta muito eficaz para se alcançar esse fim.

### **Conclusão**

A evolução das sociedades se prende à evolução de seu relacionamento com a comunicação. No mundo globalizado, a internet pode ser considerada tendência e referência em domínios da comunicação. A tradição é substituída pelo consumo do presente. E a internet converge tudo para o presente, para a imediatividade, para a cultura do agora, do pragmatismo.

Considerando um conceito grego de comunicação, poderíamos dizer que a internet promove a transformação do universo em uma imensa comunidade. A internet proporciona a liberdade de identidade e provoca a morte do emissor. Agora, não existe uma barreira entre as fronteiras que separam os papéis do emissor e do receptor e surge a figura do integrante.

Dessa forma, todos ganham mais oportunidades de pensar e expressar-se livremente. Essa prática tem-se difundido como “*jornalismo open source*” ou jornalismo de código aberto.

Além disso, a internet retoma a relação dialógica que havia se perdido com a televisão aberta. A intensificação do diálogo e da convivência com as diferenças também reforça o valor de cidadania da internet.

A rede digital promove efeitos na sensibilidade individual e coletiva, novos hábitos e configurações sócio-econômico-culturais. E o resultado desta pesquisa mostra que é possível encontrar conteúdo na internet e não somente apelos visuais e estéticos. Mas, apesar da importância do jornalismo digital, algumas universidades cancelam ou nem possuem ainda a disciplina “jornalismo *on line*”. Talvez, nem mesmo professores e alunos se dêem conta da revolução que está ao nosso redor.

O jornal *on line* brasileiro conta com pouco mais de uma década de existência, e o jornal impresso tem mais de dois séculos de história. Talvez por ser um fenômeno recente, o jornalismo *on line* não é valorizado como deveria e nem todas suas potencialidades exploradas como poderiam ser, e a internet fica subutilizada apenas como uma ferramenta de entretenimento e isto foi verificado nas respostas obtidas em nossa pesquisa.

Em contrapartida, a tradição e a história do jornalismo impresso têm lições a dar ao mundo jornalístico contemporâneo. O *Correio Braziliense*, por exemplo, era inteiramente publicado em Londres e demorava dois meses para chegar ao Brasil. Em 1808, não existiam meios de comunicação instantâneos, nem sistemas de transportes rápidos.

A capacidade de análise reflexiva, portanto, tinha de ser imensa por parte do jornalista, que devia fazer retroceder seu pensamento por dois meses para lançá-lo em um novo contexto, dois meses depois.

Finalizamos a pesquisa reconhecendo a importância e o potencial do jornalismo *on line* para a formação da cidadania, mas jamais negligenciando a influência do impresso. O professor McLuhan já dizia a seus alunos “*Mind your media men*”, ou “prestem atenção aos meios de comunicação que vocês estão usando”. O meio de comunicação que você utiliza pode revelar muito sobre seus anseios, necessidades e sobre o mundo em que se vive.

E também devemos prestar bastante atenção para tentarmos entender melhor o modo como as pessoas obtêm informações, e como tais veículos podem ser empregados para disseminar o espírito de cidadania.

## Referências Bibliográficas

HOLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C. França; VEIGA, Vera. **Teorias da Comunicação**. São Paulo: Vozes, 2005.

POLITSCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio R. **Teorias da Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1980

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 1991.

Sites:

<http://www.facom.ufba.br/jol>

<http://www.websinsider.uol.com.Br>

<http://www.jornalisonainternet.hpg.ig.com.br>

<http://www.ibge.gov.br>

## Anexos

Modelo de questionário aplicado:

1) Qual a forma que você mais utiliza para buscar informações, jornal impresso ou *on line*?

2) Por que você optou por esse veículo (vantagens)?

3) Você também busca outra opção para se informar?

4) Você se motiva a ler notícias pela internet ou busca entretenimento?

5) Você se sente bem informado ou se sente confuso?

Abaixo, estão as respostas encontradas. A numeração das páginas segue a ordem do questionário.

**Nome: Rodrigo Dias**

**Dantas**

Idade: 21 anos

- 1) *On line*
- 2) Mais acessível.
- 3) Não.
- 4) Os dois.
- 5) Ajuda a me manter informado.

**Nome: André de Lima Furtado**

Idade: 18 anos

- 1) Internet.
- 2) Facilidade para obter informações.
- 3) Depende do assunto.
- 4) Entretenimento.
- 5) Não.

**Nome: Elzira de Castro Ferreira Ladeira**

Idade: 24 anos

- 1) *On line*
- 2) Facilidade de acesso.
- 3) Não.
- 4) Informação.
- 5) Depende da informação.

**Nome: Larissa de Castro Xavier**

Idade: 19 anos

- 1) *On line.*
- 2) Informação em sair de casa.
- 3) Não.
- 4) Entretenimento
- 5) Muita informação confunde.

**Nome: Juliana Mendonça Xavier**

Idade: 21 anos

- 1) Impresso.
- 2) Não ter acesso à internet
- 3) Não.
- 4) Entretenimento.
- 5) Bem informada.

**Nome: Melina Almeida Ferreira**

Idade: 19 anos

- 1) *On line.*
- 2) Internet é grátis.
- 3) Depende da notícia.
- 4) Os dois.
- 5) Várias versões para um mesmo fato causam confusão.

**Nome: Andressa Aparecida da Silva**

Idade: 22 anos

- 1) Impresso.
- 2) A internet discada é cara.
- 3) Sim.
- 4) Informação.
- 5) Gostaria de ter mais informações.

**Nome: Cristiane Dias Ferreira**

Idade: 21 anos

- 1) *On line.*
- 2) Por não ter que comprar jornal diariamente.
- 3) Não.
- 4) Informação
- 5) Depende da notícia.

**Nome: Marcello Pereira Machado**

Idade: 19 anos

- 1) *On line*
- 2) Mais acessível, ágil, variado, atualizado e completo.
- 3) Casualmente

- 4) Para consultar e-mails, e acabo lendo links de notícias
- 5) Não.

**Nome: João Paulo Moreira Rabello**

Idade: 21 anos

- 1) *On line*
- 6) Acesso mais rápido, próximo do trabalho, sem custos, a notícia é instantânea.
- 7) Compro impressos nos finais de semana.
- 8) Memotivo por causa do trabalho e da faculdade.
- 9) Tem muita informação e nós não digerimos, acabamos vendo as coisas mais fúteis na internet.

**Nome: Renata Solano**

Idade: 20 anos

- 1) Impresso
- 2) Porque eu tenho assinatura.
- 3) Sim, leio o *on line*, principalmente em época de aula.
- 4) Não.

5) Não o suficiente. É difícil de manusear e de localizar notícias.

**Nome: Mariana Castelo Branco**

Idade: 22 anos

- 1) Impresso.
- 2) Ler na tela é cansativo.
- 3) Raramente leio notícia *on line*.
- 4) Não.
- 5) Sim.

**Nome: Monalisa Vasconcellos**

Idade: 20 anos

- 1) Impresso.
- 2) Comodidade, retorno, materialidade.
- 3) Com freqüência.
- 4) Não.
- 5) Muito completo.

**Nome: Luís Bianco Cunha**

Idade: 20 anos

- 1) *On line*

2) É mais interessante, conciso. E como costuma faltar tempo, é um veículo adequado que tem maior velocidade e informa também.

- 3) Não, custos.
- 4) Sim.
- 5) É muita informação, e, assim, você tem que se organizar para achar o que quer.

**Nome: Karolina Vargas**

Idade: 19 anos

- 1) *On line*.
- 2) É mais acessível financeiramente, mais instantâneo, possui maior variedade. Ideal para quem tem pouco tempo.
- 3) Às vezes.
- 4) Sim.
- 5) Me sinto bem informada em quantidade. Mas, para ter um ponto de apoio, procuro outros meios.

**Nome: Fellipe Gomes**

Idade: 19 anos

- 1) *On line*.
- 2) É mais barato, o acesso é mais rápido e fácil.
- 3) Muito pouco.
- 4) Sim.
- 5) Me sinto superficialmente informado.

**Nome: Haydée Borges**

Idade: 22 anos.

- 1) *On line*.
- 2) Mais fácil e acessar e mais barato, e eu leio o que eu quero.
- 3) Aos domingos, compro o impresso.
- 4) Sim.
- 5) Não. As notícias são pequenas e superficiais. Gosto de complementar a leitura com jornal impresso e com a internet.

**Nome: Igor Batista**

Idade: 18 anos

- 1) Impresso
- 2) Não é cansativo, a leitura é mais confortável.
- 3) Às vezes.
- 4) Não.

5) me sinto  
esclarecido.

**Nome: Carlos Eduardo**

**Moreira**

Idade: 20 anos

- 1) *On line.*
- 2) Internet grátis  
na Faculdade.
- 3) Não.
- 4) Ambos.
- 5) Me deixa um  
pouco confuso.