# O perfil jornalístico e sua possível reconfiguração para inclusão nas mídias digitais[1]

Amanda Tenório Pontes da SILVA[2]

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

## RESUMO

A proposta deste artigo será caracterizar o perfil a partir de uma análise comparativa com outros gêneros que se filiam ao pensamento da humanização da escrita jornalística. Escolhemos destacá-lo, pois, apesar da preocupação inata em lidar com a questão da identidade das personagens através das suas passagens de vida, configura-se num gênero pouco estudado e considerado ultrapassado já que a sua elaboração ainda depende da figura de um mediador, o que não mais ocorre nas mídias digitais. Por esse motivo, estudaremos como se dá o preenchimento dos perfis pelos próprios usuários no Orkut, MSN e Twitter. Nosso objetivo será traçar um paralelo epistemológico e metodológico das semelhanças e diferenças dos perfis digitais e jornalísticos.

**PALAVRAS-CHAVE:** gêneros jornalísticos; perfil jornalístico; perfil nas mídias digitais.

## INTRODUÇÃO

Estudar o perfil a partir da exposição das suas mais marcantes características justifica-se por ele possuir elementos que estimulam o lado lúdico do leitor. Além do mais, o gênero delimita-se como uma ferramenta de observação do cotidiano sem estar preso as fórmulas pré-determinadas.

Neste artigo, tentaremos elaborar uma análise comparativa que sinalize o quanto os gêneros entrevista e reportagem solidificam as narrativas de interesse humanizado contribuindo para a finalização do perfil. Assim avaliaremos a sua importância, afinal,

[1] Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Elaborado sob orientação do professor Wellington Pereira, docente dos Programas de Pós-Graduação em Comunciação e Sociologia, da Universidade Federal da Paraíba. Doutor em Sociologia pela Universidade Paris V, Sorbonne. Coordenador do Grupecj - Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo, vinculado ao PPGC/UFPB.

[2] Mestranda Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Integrante do Grupecj - Grupo de Estudos sobre o Cotidiano e o Jornalismo, vinculado ao PPGC/UFPB, e-mail: amandatenorio.jornalismo@gmail.com.

até mesmo os estudiosos do jornalismo encontram dificuldades no momento de conceituá-lo.

No entanto, por mais criativo que possa parecer, o perfil estará diretamente ligado a figura de mediador. Ou seja, não podemos fugir de uma máxima: mesmo que seja um profissional empenhado em estabelecer na escrita o seu encontro com o outro – a personagem, ele estará atado a um acontecimento presente através da descrição jornalística.

Dessa forma, dado o valor conceitual da pesquisa teórica acima elaborada, partiremos em busca do perfil e a sua possível reconfiguração mediante um novíssimo fenômeno: a popularização da internet.

As mídias digitais, principalmente voltadas aos relacionamentos: Twitter, Orkut e MSN, exigem a formulação de um perfil, feito pelo próprio usuário, que geralmente surge a partir da sua noção enquanto indivíduo em busca da auto-afirmação. Mas que perfil seria esse e o que o perfil jornalístico pode ter a ver com as novas mídias?

## O QUE É O PERFIL JORNALÍSTICO?

No perfil jornalístico o protagonista não é o fato, mas a personagem que dele participa. E a experiência humana proporcionada pelo gênero é sem dúvida multidimensional, polifônica, e por que não dizer, centralizada num apelo empático ao passado e na consciência de um presente que o exemplifique.

Diante disso, percebemos que o perfil não é uma tentativa de sentimentalizar os relatos da vida cotidiana, ele apenas torna acontecimentos corriqueiros, captados por um mesmo ângulo, em leituras prazerosas. A sua apreciação se dá em grande por, através de um texto curto se comparado aos demais - duas ou três laudas, retratar as personagens e seus discursos sobre si próprias.

Historicamente não podemos datar precisamente há quanto tempo o perfil aparece no jornalismo brasileiro ou mesmo mundial, acredita-se na verdade, em mais de duzentos anos da veiculação das matérias cujo centro é o indivíduo. Nesse sentido, sabemos que o seu molde foi consagrado por revistas e jornais norteamericanos por volta de 1930, dentre os quais destacamos: *Life*, *Vanity Fair* e *The New Yorker*, seus principais autores foram os da tendência do jornalismo literário.

A preocupação com o lado teórico do perfil veio com o jornalista Linconl Barnett, da *Life*, que escreveu um livro no qual tentava diferenciar as biografias de

livros e a reportagens biográficas – nesse contexto devemos entender as diferentes nomenclaturas comuns às culturas jornalísticas de cada país. Na publicação, o autor define que na biografia há a tentativa de abarcar o todo vivido pela personalidade, já no perfil há a necessidade de ser ater a momentaneidade, transitoriedade das opiniões e posicionamentos das personagens.

Precisamos entender que o perfil não nascerá obrigatoriamente de um momento fixo e real entre o entrevistado e o jornalista. Temos textos emblemáticos que foram construídos apenas por meio de conversas com amigos e familiares do futuro perfilado. Outros surgem a partir de uma proposta inovatória e fortemente autoral do jornalista, como foi o caso de *"Frank Sinatra has a cold"*, de Gay Talese.

No Brasil, de forma não-periódica, a partir das revistas *O Cruzeiro* e *Realidade*, e presente até os dias de hoje, *Veja*, os perfis tem seu espaço garantido. Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986) acreditam que exista o perfil, o texto que enfoca o protagonista de uma história, o miniperfil, quando um personagem secundário tem a sua vida narrada a partir de um corte temporal no relato principal, e o multiperfil, quando vários autores escrevem textos sobre a mesma pessoal, o que geralmente ocorre por motivo de morte.

De certa forma, discordamos dessa categorização, primeiro porque, caso assim fosse, o chamado miniperfil estaria mais próximo ao trecho de uma reportagem ou a abertura de uma entrevista, e segundo, o chamado multiperfil, mais voltado à opinião de pessoas sobre uma mesma pessoa, como no caso do enfoque dado à opinião dos especialistas ao longo de uma reportagem.

Em prol da metodologia, tentamos nesse artigo propor o perfil segundo três pontos principais. O primeiro caracteriza-se por uma pauta caprichada. É preciso pesquisar antes, durante e depois para tornar a conversa inicial num diálogo envolvente.

O segundo ponto reside na necessidade de basear-se no método da entrevista, seja ela presencial ou não, deve ser aberta, a solidificação de um esquema baseado no processo "autor - perfilado - autor - perfil - leitor", onde haja a possibilidade de explorar os momentos de um jornalismo que prima pela vida e por quem efetivamente participa dela.

O terceiro ponto tem sido a necessidade de amparar o perfil no indivíduo que se transformará em personagem. Ou seja, a sua atuação ao longo do encontro motivará o autor a vê-lo de determinada maneira, que, depois de anos, permanecerá, pois diz respeito àquele momento apenas. A construção da persona no perfil, portanto, irá variar

segundo o limiar de quem ela é, de quem gostaria de ser e o do que a sociedade aprova ou não dela.

O perfil tem grande tendência a promover a autoria do jornalista, que de fato, deve ser estimulada. O autor deve fugir das fórmulas das matérias noticiciosas e imprimir ao texto as impressões que o entevistado tem acerca dos assuntos que estejam ocorrendo no presente, principalmente na área que tenha maior autoridade. De acordo com Vilas Boas (2003, p. 22):

> Esperava-se que a matéria lançasse luzes sobre o comportamento, os valores, a visão de mundo e os episódios da história da pessoa, para que suas ações pudessem ser compreendidas num contexto maior que o de uma simples notícia descartável.

Podemos dizer que o perfil, em realidade, vem se reformulando. Como a apreciação do tempo mudou, as informações estão cada vez mais curtas e aceleradas, ele acaba imerso nessa nova forma de fazer jornalismo, e sem tanta possibilidade de competir, afinal, os textos humanizados só causam simpatia quando contextualizados a um boato do momento. Ou seja, devemos refletir.

## GÊNEROS JORNALÍSTICOS ENTRECRUZADOS: PERFIL, REPORTAGEM E ENTREVISTA

Num meio marcado pelas críticas e aversões em torno da padronização, os textos jornalísticos possuirão afinidades, por isso os classificaremos em gêneros. Em artigo intitulado: *"Gêneros jornalísticos digitais: um estudo das práticas discursivas no ambiente digital"* percebe Lia Seixas (*apud* Pena, 2008, p.70):

> Desde 1850, a idéia de divisão dos produtos jornalísticos por gêneros começou a ser problematizada. As teorias classificatórias de gêneros jornalísticos, desenvolvidas desde o final dos anos 50, têm sido, até os dias atuais (mais de meio século), objeto de debate constante. São consideradas incorretas ou, até mesmo, inválidas pela academia, embora, em grande medida, sejam utilizadas na prática pedagógica, além de estarem em sintonia com os formatos impressos pelo mercado jornalístico. A principal crítica, hoje, é que não acomoda a grande variedade produzida pela evolução da atividade jornalística, da qual surgem gêneros 'mistos', influenciados pelas novas mídias (digitais).

O estudo dos gêneros jornalísticos dificilmente irá se esgotar como muitos pesquisadores especulam, afinal, lidar com eles faz parte da atividade diária do

profissional empenhado nessa área. E é pesquisando as características próprias de cada um que poderemos entender de que forma o mundo pode ser retratado através do jornalismo, solidificando-o enquanto disciplina.

Nessa seara, ser um profissional significa dominar o jornalismo a partir das formas, discursos, funções, utilidades, estilos e tipologias, tendo a sensibilidade necessária para distinguir a linha tênue que separa os gêneros. Dessa forma, nosso objetivo será focalizar as aproximações e distanciamentos do perfil com a reportagem e a entrevista, e até que ponto hibridizam-se.

Começaremos a nossa discussão a partir da reportagem, afinal, a sua singularidade perpassa a necessidade do jornalista em atuar de forma fortemente investigativa. Ela dá nome àquela considerada a principal atividade e função desenvolvida no jornalismo que é o repórter.

O surgimento da reportagem, segundo os pesquisadores da história do jornalismo, deu-se nos Estados Unidos quando o gênero começou a ser formulado com frases de períodos curtos, dentro de uma familiaridade do vocabulário – linguagem própria, e dando ênfase aos acontecimentos seguindo a ótica das pistas de cunho investigativo. No jornalismo brasileiro o início da sua veiculação se deu a partir da mecanização do jornal e da profissionalização dos trabalhadores.

E o que falar do que alguns pesquisadores nomeiam como reportagem-perfil? Sucintamente seria a reportagem de cunho biográfico, onde o personagem estaria no centro do trabalho do repórter. Nós, em contraposição a isso, não cremos nessa nomenclatura, pois o perfil tem uma forma de escrita e abordagem, o que chamaríamos de estilo, diferente da reportagem. O perfil tem um elo intimista, uma ligação direta entre aquele que faz, aquele que atua e aquele que lê o texto final. A reportagem mantém a impessoalidade, o que lhe garante o apelo informativo.

Aqui, parafrasearemos o pensamento de Cremilda Medina, que assim como nós, pensa na reportagem como uma grande reunião de informações normalmente apresentada como uma tentativa de entender um fato macro a partir dos acontecimentos micros que o circundam.

Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986) dividem a reportagem em três modelos principais: reportagem de fatos (*fact-story*), de cunho objetivo, os fatos são narrados por ordem de importância e em sucessão. Geralmente formada por pequenos tópicos que estruturam a matéria; reportagem de ação (*action-story*): quase sempre começa no ápice, no fato mais "bombástico". O interessante é visualizar o desenrolar

dos acontecimentos a serem narrados; e reportagem documental (*quote-story*): é uma história documentada, comum no cinema e na televisão. Às vezes propõe-se à denúncia.

No tocante a entrevista, muito tem se discutido a respeito de qual enquadramento conceitual seria mais pertinente a ela. Sabemos que enquanto técnica, atua como método de apuração, como fonte para colher dados em prol elaboração de quase todos os textos jornalísticos. Entretanto, enquanto gênero, a entrevista deve ser caracterizada a partir da transcrição das suas perguntas e respostas quando da obtenção do material junto a fonte.

A entrevista pode ser uma simples conversa pautada, a formalização de uma informação já especulada. No entanto, o que chamaríamos de jornalismo com grande preocupação no sensível a tem como a oportunidade de dar a si mesmo a possibilidade de perceber as nuances da profissão que tem por mérito a possibilidade de escrever mediando sobre o mediado.

O gênero poderá ter inúmeros propósitos que irão variar de acordo, principalmente, com a proposta do veículo de comunicação em que será publicada. O meio: jornalismo impresso, radiojornalismo ou telejornalismo – também incluirá seguras diferenças na forma e no conteúdo do gênero.

Qualquer tipo de alteração ou ruído na formalização da entrevista pode modificá-la notadamente. Pensando nisso o historiador Paul Thompson (1998, p. 153) acumula as atividades e práticas de um historiador e de um jornalista:

> [...] quanto menos seu testemunho seja moldado pelas perguntas do entrevistador, melhor. Contudo, a entrevista completamente livre não pode existir. [...] Há alguns princípios básicos para a elaboração das perguntas, que se aplicam a todo tipo de entrevista. As perguntas devem ser sempre tão simples e diretas quanto possível, em linguagem comum. [...] Normalmente devem-se evitar perguntas diretivas. [...] Uma entrevista não é um diálogo ou uma conversa. [...] Sem dúvida alguma, quanto mais você demonstrar compreensão e simpatia. (THOMPSON, 1998, p.153)

Estudiosos tentam conceituar e mesmo classificar as entrevistas. Destacamos as seguintes: rito ou ritual, geralmente breve onde o centro do discurso está na figura do entrevistado e no motivo que levou o jornal a procurá-lo. Tende a ser chamada de entrevista para "cumprir a ficha"; temática, que aborda um tema cujo entrevistado muitas vezes como é o especialista. Temos ainda a entrevista testemunhal, que trata de buscar o relato do entrevistado a respeito de um evento a que ele assistiu ou do qual participou.

Voltamos nossa atenção, no entanto, à entrevista em profundidade, pois é o tipo mais indicado na elaboração dos perfis jornalísticos, visto que não focaliza um tema

particular, mas a representação do mundo construída pela personagem. Considerada essencial não só no Jornalismo, mas nas Ciências Sociais e até mesmo na História. Por último conceituamos a entrevista anedótica, que, de acordo com Morin, (*apud* MEDINA, 2002, p. 15):

> Muitas, a maior parte, sem dúvida, das entrevistas de vedetes são conversações frívolas, ineptas, complacentes, em que o entrevistador busca as anedotas picantes, faz perguntas tolas sobre as fofocas e os projetos, em que o entrevistador e o entrevistador permanecem deliberadamente fora de tudo que possa comprometer. Esta entrevista se situa no fiel dos mexericos.

A entrevista se tornou uma arma importante para a elaboração do perfil, afinal, o gênero possibilita que o autor retrate no seu relato como percebeu, no momento do face a face com o entrevistado, as nuances que não seriam possíveis caso estivesse a distância.

Geralmente não têm tempo marcado, mas o entrevistador deve ter discernimento para saber quando é hora de parar, mesmo que a entrevista represente material necessário para narrar uma história de vida, como no caso das biografias e perfis.

Como adendo, devemos estar atentos não só para a forma mais utilizada da entrevista que é através do discurso direto, mas também para o estilo indireto e sua semelhança com o perfil. Dizemos isso porque normalmente as respostas dadas pelos entrevistados são mescladas ao longo do texto do perfil para atestar a veracidade do que foi narrado.

## O PERFIL JORNALÍSTICO MIGROU PARA AS NOVAS MÍDIAS DIGITAIS?

O computador foi inicialmente construído para a utilização militar e científica. Tornou-se mundialmente conhecido como instrumento de comunicação a partir da década de 90, quando os usuários começaram a testar novas formas de compartilhamento e interatividade social pela internet.

Em meio a utilização dos meios digitais aumentou o número de conexões ao redor do mundo. O jornalismo tem sido fortemente influenciado pelas atuais formas de apropriação da informação através da rede. Os gêneros jornalísticos cuja origem se deram no meio impresso têm sofrido novas roupagens e estilos para se adequar as especificidades da internet.

Devemos perceber que as chamadas mídias digitais ou novas mídias, trazem quase sempre um espaço para expor o perfil da pessoa que o preencheu. Nesse contexto, o que os perfis respondidos pelos usuários que freqüentam a rede social Orkut, o site MSN e o microblog Twitter podem ter em comum com o perfil jornalístico?

Tentaremos entender o fenômeno da exposição dos perfis neste artigo. De antemão, a partir de uma visão geral da comunicação atual, Felipe Pena (2008, p.11) acredita que:

> Na sociedade pós-industrial, não há bem mais valioso que a informação. […] Não é exagero, é fato. Seu perfil de consumidor (que há muito já substituiu a palavra cidadão) é mapeado diariamente por indicações de seus gostos e preferências registrados pelo clique do seu *mouse* na *web*. (PENA, 2008, p.11)

No que diz respeito aos perfis em mídias digitais e sua possível comparação com o gênero jornalístico, pressentimos que o ponto de intersecção entre ambos seria a necessidade da exposição da identidade dos indivíduos. Obviamente que guardando a lógica presente nos diferentes meios.

O perfil no jornalismo estará mais voltado à construção do sujeito enquanto modelo que responderá aos anseios de uma determinada época. A repercussão da publicação dar-se-á no sentido do perfilado em direção aos leitores, o que seria considerada uma comunicação no estilo vertical, mesmo que no texto o jornalista tente mostrar o que há por trás do "mito".

De antemão, os perfis digitais são elaborados pelos próprios usuários sem a necessidade de um mediador direto, o que teoricamente sugere maior veracidade no que será relatado. Em decorrência do grande número de perfis nessas redes sociais, blogs e etc, que aqui denominaremos de mídias digitais, poucos são os sujeitos que realmente conseguem promover-se a partir dos perfis. A comunicação assume o sentido oposto ao dos perfis jornalísticos, ou seja, de muitos, poucos conseguem visibilidade.

Começando pelo Orkut, conceituado como uma *social network*, ou rede social, lançado em janeiro de 2004 pela Google, ( http://www.orkut.com/ ) tinha o objetivo de aumentar a socialização dos participantes – a priori apenas o criador, o engenheiro turco Orkut Buyukkokten e seus amigos.

No início o orkut funcionava quando um convite era enviado por quem já era participante à quem não era, o que incitava a questão da confiabilidade entre os usuários, o que fora concebido com base no modelo de pequenos mundos de Milgram.

O cientista acreditava que qualquer pessoa do mundo estaria ligada a outra pessoa por no máximo seis outras.

O Orkut funciona através de perfis cujo questionário é pré-existente ao usuário, que o preenche da forma e com quais critérios quer. Está dividido em três partes: social, profissional e pessoal, juntando as respostas dadas podemos compreender o surgimento de um perfil do usuário.

Além do perfil é possível que cada membro tenha ainda seu álbum de fotos, *scrapbook* (livro de recados) - para enviar e receber mensagens, fazer parte e criar comunidades temáticas onde são promovidos debates, e conhecer outras pessoas com interesses equivalentes. Coscarelli (2007, online) questiona sobre motivos do sucesso da rede social:

> Mas o que diferencia o Orkut de outras comunidades virtuais para justificar tamanho sucesso? Simples: ele possibilita ao usuário criar uma página personalizada na qual exibe fotografias e dados pessoais, ou seja, ele dá uma "cara" ao participante, dando um charmoso ar de intimidade à comunidade.

Com as características de rede social, o Orkut tem maior concentração de usuários brasileiros. A questão da identidade é bem trabalhada quando deixa em aberto vários tópicos que ficam a critério do usuário responder e com bom espaço. Abaixo as suas possibilidades de preenchimento:

| Social | Profissional | Pessoal |
|---|---|---|
| Relacionamento, aniversário, idade, idiomas que fala, interesses no orkut, quem sou eu, filhos, etnia, religião, visão política, humor, orientação sexual, estilo, fumo, bebo, animais de estimação, moro, cidade natal, página web, interesses, paixões, esportes, atividades, livros, música, programas, gênero, nacionalidade | Escolaridade, profissão, interesses profissionais | Cor do cabelo, cor dos olhos, tipo físico, o que chama a atenção em mim |

Devemos perceber que em determinada época o Orkut começou a apresentar um grande número de usuários com perfis falsos, conhecidos como *fakes*. Entretanto, sublinhamos que este não foi um fenômeno novo, pois já havia acontecido em outros serviços de comunicação mediada por computador e com fins próximos ao do Orkut.

O MSN Brasil tem como site oficial ( www.msn.com.br ). Como parte dos seus serviços temos: MSN Messenger, ou seja, mensageiro instantâneo, e o Hotmail, o email gratuito. Clicando em perfil é possível entrar na página onde o usuário deve manter suas informações atualizadas para ter contato com quem também participe do chamado Windows Live:

| Informações de contato | Informações comerciais | Informações gerais |
|---|---|---|
| Data de nascimento, Aniversário de casamento, Parceiro(a), Telefone residencial, Celular pessoal, Outro celular, Fax residencial, Email pessoal, Mensagens instantâneas pessoais, País/região, Endereço residencial, Endereço residencial, Endereço 2, CEP, Cidade, Estado/Território | Cargo, Profissão, Empresa, Telefone comercial, Pager do trabalho, Fax da empresa, Email comercial, País/região | Sexo, Ocupação, Local, Mais sobre você, Interesses |

Nessa página você poderá adicionar fotos e documentos. No entanto, não podemos considerar o MSN uma rede social, blog ou comunidade virtual, mas uma convergência de mídias. Há o site MSN, o MSN Messenger, o Hotmail, e o Windows Live, em todos podemos adicionar o mesmo perfil.

O Twitter ( www.twitter.com ) é um site que contempla a usabilidade tanto da rede social quando do chamado microblog. Foi criado em março de 2006 pela empresa Obvious, de Evan Williams, mesmo criador do Blogger. Em abril de 2007, tornou-se empresa separada da Obvious sob o nome Twitter, Inc.

Os microblogs são uma variante dos blogs que apresentam algum tipo de limitação do conteúdo seja no tamanho dos arquivos ou na quantidade de caracteres.

Estudiosos consideram os microblogs como um misto de blog com rede social e comunicador instantâneo.

A criação do Twitter tinha o objetivo inicial de integrar pessoas próximas – amigos, familiares, colegas de trabalho – num serviço que possibilitasse a comunicação e a conexão entre elas através da troca de mensagens rápidas que respondessem a uma pergunta: O que você está fazendo? No perfil do twitter podemos encontrar as seguintes possibilidades de preenchimento: Foto, Nome, Lugar, Página da web e Biografia.

Com a enumeração de três dos principais sites de relacionamento: a rede social Orkut, o MSN e o microblog Twitter, foi possível mapear quais características propostas por eles para adentramos nessas mídias a partir da construção dos nossos perfis digitais.

## CONCLUSÃO

Ao lidarmos com o estudo dos gêneros jornalísticos, fica clara a nossa quase automática tentativa de enquadrá-los em grupos, categorizando-os. Entretanto, nós pesquisadores, devemos entender que esse pensamento não prevê as mutações e hibridizações caras a realidade do jornalismo que vivenciamos.

Dessa maneira, pouco vale tentar encaixar o perfil, a reportagem e a entrevista em qualquer classificação, mas antes de tudo, tentar compreendê-los historicamente, ou seja, em como atuaram e em como atuam na imprensa brasileira: Qual o passado, o presente e de que forma poderá ser perpetuado o futuro desses tão tradicionais e necessários gêneros jornalísticos?

Percebemos que quanto maior for a velocidade do meio, como o Twitter, exigi-se menos do perfil a ser assinalado, ou seja, apenas o nome e uma biografia limitada pelo número de caracteres. Essa proposta não vai contra a efemeridade e instantaneidade garantida pelos famosos 140 dígitos que fez o microblog famoso.

Já o MSN, que começou como mensageiro, adentrou pelo campo da rede social e há certo tempo disponibiliza uma página com formato interativo aonde é possível preencher um perfil que não seria tão aberto quanto o do Orkut, mas também não tão restrito quanto o Twitter.

Dentro das mídias analisadas uma constante é a divisão do perfil em partes, geralmente três: uma voltada ao lado pessoal do usuário, outra à parte profissional, e aquela destinada a formação da sua identidade e opiniões sobre relacionamentos.

Concluímos, por fim, que essas mídias pouco possuem do gênero jornalístico perfil, exceto algumas perguntas de seus questionários serem praticamente premeditáveis e também a possibilidade de divisão do perfil em eixos temáticos, sejam as áreas da própria vida como os eventos vivenciados pelo indivíduo.

Foi por esse motivo que estudamos o perfil e o seu processo atual de inclusão nas mídias digitais, essas que tornaram-se quase pioneiras dos nossos processos de sociabilidade. Pois, para interagirmos por meio de uma mídia precisamos de um contrato, que é o nosso perfil, isto é, como apareceremos publicamente. Fica claro que os perfis em mídias digitais não são perfis jornalísticos, mas podem contribuir para a elaboração de um.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

COSCARELLI, Crislaine. O fenômeno Orkut. **Universia Brasil**. Disponível em: http://www.universiabrasil.net/materia.jsp?materia=4401. Acesso em 06/01/2007.

LAGE, Nilson. **A reportagem – Teoria e Técnica da entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ática, 2002.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. Campinas (SP): Editora da Unicamp, 2002.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: um diálogo possível.** São Paulo: Ática, 2002.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2008.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. 5ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

VILAS BOAS, Sérgio. **Biografias e Biógrafos: Jornalismo sobre personagens.** São Paulo: Summus, 2002.

_____. **Perfis: e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.