

Reconfigurações da Noticiabilidade no Jornalismo Online¹

Carlysângela Silva FALCÃO²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo procura entender e descrever de que forma o *newsmaking* e as novas posturas dos jornalistas diante da composição de uma notícia no universo webjornalístico repercute no material divulgado nos portais noticiosos. Será levada em consideração ainda a contribuição das características da plataforma web (instantaneidade, hipertextualidade, base de dados, convergência, interatividade e personalização) para a reconfiguração dos modos de produção no jornalismo de internet. A partir da observação participante, do acompanhamento das notícias nas chamadas da página principal do portal NE10 (o mais acessado do Norte/Nordeste do Brasil), pôde-se perceber a predominância de alguns critérios de noticiabilidade, com respectivas mudanças pontuais na interpretação de certos valores comumente usados nos veículos tradicionais.

PALAVRAS-CHAVE: noticiabilidade; webjornalismo; newsmaking; teorias do jornalismo.

Introdução

As perspectivas aqui defendidas são resultado de debates realizados na linha de pesquisa Mídia, Tecnologia e Cotidiano, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, referentes a mudanças nos modos de produção e consumo midiáticos advindos do desenvolvimento de novas tecnologias e da massificação da internet, dentre os quais se inserem as mudanças na noticiabilidade na web. Assim, este artigo objetiva apresentar aspectos específicos do *newsmaking* no jornalismo online, com suas novas rotinas produtivas e os modernos equipamentos de trabalho; e analisar aspectos da forma diferenciada dos webjornalistas lidarem com o público e com o conteúdo apresentado. Para perceber as relações que se dão entre estes fatores, gerou-se uma hipótese central, que considera: *as características da plataforma web (instantaneidade, hipertextualidade, base de dados, convergência, interatividade e personalização) como condicionantes a uma reconfiguração nos modos de produção no jornalismo online, de forma a gerar mudanças no emprego de alguns critérios de noticiabilidade, que acabam sendo usados com maior ou*

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, email: carlysangela@gmail.com.

menor frequência, ou seja, adquirem valores diferenciados em relação aos que possuíam nos veículos tradicionais, como impresso, TV ou rádio.

De forma a desenvolver a pesquisa e comprovar a hipótese, foram utilizados, basicamente, dois instrumentos metodológicos: observação participante (com inserção no ambiente via estágio³, entrevistas semi-estruturadas e visitas à redação) do primeiro site de notícias de Pernambuco, o NE10 (antigo JC Online); e análise das chamadas da página principal do portal, que pertence ao Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC)⁴. Utilizou-se o espaço amostral das *homes* (páginas principais) do portal no período da terceira semana de março de 2010. O mesmo foi feito com as primeiras páginas do Jornal do Commercio (JC), utilizado em alguns momentos como ponto referencial. Na análise do portal, optou-se pela captação (via *print screen*⁵) de uma *home* a cada turno, dando um total de 21 *homes* por semana.

O artigo foi dividido em duas abordagens: a) O Newsmaking na Web, que contextualiza as condições de trabalho na redação do NE10; e b) Reinterpretações dos Critérios de Noticiabilidade, a qual relaciona a incidência de determinadas temáticas, sujeitos e estruturas textuais com reconfigurações e priorizações de alguns valores-notícia.

2. O Newsmaking na Web

Se antes os profissionais tinham nas máquinas de escrever, nos gravadores analógicos ou nas câmeras de TV seus instrumentos de trabalho, hoje eles já podem atuar por meio de mídias convergentes que concentram todas essas plataformas em apenas um aparelho, o celular, por exemplo. Da mesma forma, ao receber as informações, o jornalista que estiver no setor de últimas notícias as redigirá rapidamente no computador e as publicará em minutos, situação bem diferente da de duas décadas atrás. É a partir dessa noção da interferência do *newsmaking* (contexto de produção) no produto final jornalístico que este trabalho se propôs a observar de que forma as novas redações compostas por webjornalistas e uso intensivo de ferramentas e plataformas digitais valorizam as matérias. Apesar das diferentes referências contidas nos termos relacionados ao jornalismo de

³ À época do levantamento de dados, a pesquisadora Carlysângela Falcão atuava como estagiária do portal.

⁴ O NE10 possuía recorde de acesso no Norte/Nordeste, com picos de 82 milhões de visualizações por mês e de 10 milhões de visitantes únicos mensais (UOL/Ibope 2009).

⁵ O recurso *print screen* possibilita capturar em forma de imagem o conteúdo visível da *home*, com o auxílio do programa Microsoft Paint, de edição de imagens.

internet (jornalismo digital/online/virtual/eletrônico ou webjornalismo), este trabalho considerou que todas elas se manifestaram em diferentes graus no objeto analisado.

O estudo da influência dos contextos de produção e seleção de notícias (o *newsmaking*) no produto final jornalístico se faz necessário para a compreensão prática dos fatores que atuam em determinados veículos para a manutenção de uma linha editorial específica ou, até mesmo, de um formato comunicacional particular. Estes fatores, valores-notícia, que interferem nas escolhas editoriais aparecem em Wolf (2001) sob a denominação de critérios de noticiabilidade, explicados por ele como

[...] o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, de um entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2001, p.170).

Ao mesmo tempo em que são compartilhados, quase que de maneira consensual, os critérios se particularizam à medida que variam as culturas, os veículos midiáticos e o sistema financeiro em que está inserido o público alvo. Seja atuando em conjunto ou separadamente, os critérios de noticiabilidade ajudam a narrativa jornalística a descontextualizar e recontextualizar cada fato (HOHLFELDT, 2008), adaptando a interpretação dos acontecimentos a determinadas realidades.

Independentemente das pequenas diferenças entre os grupos de critérios defendidos por Mauro Wolf (2001), Nelson Traquina (2005) e Antonio Hohlfeldt (2008), esses estudiosos acreditam na existência dos valores-notícia no decorrer de todo o processo de produção da notícia. Eles estão presentes na captação das informações (na escolha das fontes e das perguntas), na seleção dos dados (no enquadramento escolhido), na apresentação da matéria (narrativa/edição) e na distribuição (na hierarquização e na escolha do público a ser atingido). Dessa forma, da mesma maneira que pequenas mudanças nos suportes tecnológicos dentro de um veículo redefinem a aplicação de alguns valores-notícia na produção das notícias, a implementação de avançados recursos midiáticos e até de outras plataformas comunicativas, como as do jornalismo online, implica em mudanças no uso dos valores-notícia, seja favorecendo o aparecimento de outros critérios de noticiabilidade ou, ao menos, gerando reinterpretações dos já existentes.

3. A Redação do NE10

O computador (aliado a suas extensões tecnológicas, como *tablets* e celulares) constitui, atualmente, a própria plataforma para todas as etapas do processo de produção e circulação dos conteúdos jornalísticos (MOHERDAUI, 2007). Essa concentração de funções é possível em razão da conexão via internet, que permite captar, processar e divulgar dados, apenas por meio de únicos aparelhos. Essa mudança pontual se reflete num conjunto de fatores que ampliam sua dimensão e resultam em características próprias do jornalismo online de terceira geração, como Instantaneidade, Hipertextualidade, Convergência, Interatividade, Personalização, Base de Dados (PALACIOS, 2003), entre outras. Tais fatores, apesar de nem sempre serem encontrados ao mesmo tempo nos endereços eletrônicos, traduzem uma realidade mais ampla e diversa, se comparada às clássicas plataformas do jornalismo (Rádio, Impresso e TV).

Os repórteres do NE10 dispunham de um tempo médio de cinco minutos para elaboração de uma matéria⁶, ficando impossibilitados de, muitas vezes, confirmar as informações ou até de apurar seus próprios dados. Como resultado disso, havia uma constante observação de sites concorrentes, blogs, telejornais, flashes de rádio, notícias de jornais impressos, Twitter de artistas e endereços eletrônicos institucionais. Encontrando um fato noticioso nestes veículos, o jornalista tem que apropriar-se o mais rápido possível dele para pô-lo em rede. Uma prática comum em casos desse tipo é a cópia literal de parte da matéria e sua publicação no portal com o respectivo crédito, o que acaba por desviar a atenção da fonte original de coleta e deixar dúvidas quanto à existência ou não de plágios.

Entre as muitas funções dos editores e editores-assistentes, cargos mais altos na redação do portal, estavam as funções de buscar informações extras em outros veículos e emails para alimentar o site; supervisionar as matérias já publicadas; frequentar as reuniões de pauta do Sistema; e editar a home do portal e o site do JC. Os estudantes se dividiam entre últimas notícias (com radioescuta, edição de releases e um pouco de apuração), edição de áudio e vídeo; e, vez ou outra, reportagem de rua. Já os repórteres tinham que buscar matérias e editar seus próprios canais. Eles ainda frequentavam reuniões de integração para sugerir ao Jornal do Commercio que colocasse em sua edição do dia seguinte selos chamando para vídeos, gráficos ou galerias de fotos divulgados em matérias do portal. Nos finais de semana (plantões), eles faziam o papel de editores. A parte gráfica do portal ficava

⁶ Dado retirado de entrevista com repórter do NE10.

sob a responsabilidade de dois webdesigners. Havia ainda a possibilidade aos jornalistas de fazer todo o processo de produção da notícia na própria residência, quando necessário.

Essas relações dos profissionais com as novas rotinas produtivas online geram produtos noticiosos diferentes dos anteriores à era da internet, reforçando a quebra de barreiras espaciais de forma progressiva e acentuando o fenômeno da supressão do espaço pelo tempo (HARVEY, 2007), iniciado pelos meios de comunicação anteriores, como cartas, telégrafos e TVs. A transmissão das notícias passa a ser instantânea e de alcance universal.

O site apresentava características marcantes do webjornalismo contemporâneo, com *podcasts* de áudios, reportagens multimídia, interatividade, transmissões de vídeos em tempo real e a cobertura de grandes eventos. Sua *home* (página principal) era composta basicamente por um menu principal de navegação - que indica as opções de canais de notícias, serviços e institucionais, além dos links dos parceiros do SJCC -; pela manchete principal; pelo espaço randômico, que abriga fotos seguidas de manchetes secundárias; por chamadas menores, com ou sem foto; blogs; sessão de últimas notícias; box de entretenimento, cultura e lazer; promoções; destaques para vídeos; enquete; ranking das mais lidas; capa do Jornal do Commercio (JC) do dia, com manchetes destacadas dos cadernos; e propagandas⁷. Os editores/editores-assistentes revezavam-se durante a manhã, a tarde, a noite e parte da madrugada para atualizar a home.

Sendo o portal mais acessado do Norte/Nordeste do Brasil, o NE10 alcançava picos de 82 milhões de Page Views por mês⁸ (UOL/Ibope 2009). Sua estreia na internet se deu em 1994, quando ainda não tinha matérias próprias, abrigando o material que sairia no dia seguinte no JC. Depois de se hospedar no provedor Universo Online (UOL), o NE10 passou a expor imagens, links e um ‘layout’ próprio. Com o tempo, ele ganhou novos serviços e lançou produtos, além de reunir cada vez mais sites de veículos do SJCC e blogs parceiros. Seus principais blogs eram: Blog do Torcedor (futebol), Blog do Jamildo (política), Social 1 (moda e personalidades da sociedade) e Ciência e Meio Ambiente (preservação ambiental, biodiversidade etc). O veículo possuía ainda os seguintes canais fixos: Últimas, Cotidiano, Esportes, Lazer e Turismo, Gastronomia, Educação e JC Kids. Em 2010, o espaço se desvinculou judicialmente do Jornal do Commercio tornando-se uma

⁷ Este estudo considerou apenas dois *page downs* dos seis que compunham o endereço eletrônico, ou seja, foram analisados três dos sete trechos existentes, baseado na premissa de que o internauta, encontra maior praticidade em ler as primeiras páginas, desconsiderando, na maioria das vezes, as demais.

⁸ *Page views* refere-se ao número de vezes que uma página é visualizada em algum navegador.

empresa independente. Pouco tempo depois, no início de 2011, mudou o nome fantasia de JC Online para NE10. Mas a ruptura não se deu de maneira conflituosa. O NE10, que se autodenomina como “a evolução e consolidação” do JC Online, continua dependendo do JC para algumas publicações, e principalmente, apuração de parte do seu conteúdo.

Dez jornalistas compunham o site: um editor, dois editores-assistentes, 4 repórteres e 3 blogueiros. Além deles, havia ainda sete estagiários e dois webdesigners. Enquanto, em 2010, o NE10 tinha 19 pessoas trabalhando na publicação de matérias, o Jornal do Commercio apresentava 120 - 26 editores (incluindo os subeditores), 16 diagramadores, 13 fotógrafos, 52 repórteres e 13 estagiários. O JC é publicado desde 3 de abril de 1919 e figura entre os periódicos de maior credibilidade do Brasil. Sua média semanal de leitores assinantes é de 36.131 e a de não assinantes fica em torno dos cinco mil (5.109)⁹. As editorias que compunham o JC em 2010 eram Segunda Capa (com as notícias mais recentes), Política, Brasil, Internacional, Economia, Esportes, Cidades e Caderno C.

4. Reinterpretações dos Critérios de Noticiabilidade

A observação minuciosa das matérias e do contexto de produção do NE10 revelou que nem todos os valores (de captação, seleção, produção e publicação de matérias) propostos por Wolf, Traquina e Hohlfeldt são utilizados com frequência pelo portal. Por isso, esses aspectos sofrem uma compilação neste trabalho em grupos temáticos para facilitar a classificação das matérias do site. São eles: Entretenimento; Nacional/Internacional; Material visual; e Fragmentação.

4.1 Entretenimento

Esta categoria abarca as notícias mais leves, relacionadas à diversão, como matérias sobre comportamento, esportes, lazer, turismo, gastronomia, cinema, shows, fofocas, jogos de videogame, atrações da TV, cultura, moda, dança, música e mundo infantil. Nela, predominam os valores-notícia *capacidade de entreter, estrutura narrativa e inesperado*. Tais critérios receberam tratamento diferenciado no NE10. No período da análise, a temática do entretenimento apareceu em metade – 259 de 507 - das notícias

⁹ Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC) - Março/10. O IVC é uma entidade nacional e oficial, sem fins lucrativos, responsável pela auditoria de circulação dos principais jornais e revistas do Brasil.

postadas no site. Das aproximadamente 24 matérias dispostas por página principal¹⁰ a cada turno dos dias pesquisados, 12 são referentes a temáticas desse tipo. A *home* das 12h do dia 14 de março, um domingo, apresentou o maior número de matérias de entretenimento. Foram 16 notícias de diversão espalhadas por vários locais da página (veja a Figura 1). Tal destaque dado pelo portal ao valor-notícia *capacidade de entreter* se distancia da prática jornalística dos veículos tradicionais. Nesse mesmo período, na capa do Jornal do Commercio, encontramos 17 pautas sobre esta temática no universo de 79 matérias chamadas – 12 delas tratavam de esportes -, o que forma uma porcentagem de 22%.



Figura 1 – *Home* com a maior porcentagem de matérias sobre entretenimento. Ao lado, as demais chamadas randômicas.

Um recurso relativo à *capacidade de entreter* frequentemente utilizado pelo NE10 era o valor-notícia *inesperado*, uma vez que se refere a fatos que ocorrem onde menos se imagina, correspondendo à típica tese do “homem que morde o cão”. No NE10, este recurso apareceu em forma de curiosidade, normalmente, por meio de pesquisas científicas, fatos tragicômicos, bizarrices, gente comum ou membros da elite em situação insólita, inversão de papéis sociais e feitos excepcionais ou heroicos. Esse tipo de material baseado numa

¹⁰ Este quantitativo é obtido pela divisão entre o total de matérias, 507, e o número de *homes* pesquisadas, 21 (3x7 = 21). Logo, 507/21= 24 matérias.

quebra de padrão veio ainda acompanhado de imagens chocantes ou misteriosas que chamam a atenção do internauta.

Essa preferência por objetos da distração não se dá apenas na observância da essência dos fatos e sua conseqüente seleção. Ela acontece também na edição do material, por meio de uma linguagem própria. A *estrutura narrativa* dos textos é, em alguns momentos, diferenciada, não apenas em função das novas opções de construção textual que a plataforma digital dá ao jornalista, mas em razão da busca por leveza e maior dinamicidade nas matérias por meio do uso constante de hiperlinks, fotos, ilustrações e até outras formas de tratamento do texto e dos personagens envolvidos no fato. O se poderia pensar de um texto intitulado *Aproveite o melhor do Restaurant Week?* Provavelmente se esperaria uma propaganda, em razão do uso do verbo no imperativo, mas ele se trata de uma das chamadas do portal em destaque na manhã da segunda-feira (15):

[...] *O evento começa sem muito burburinho, mas vale a pena fazer uma lista para conhecer ou voltar aos seus estabelecimentos preferidos. E o melhor de tudo, sem ter uma surpresa na conta. O maior trunfo do RW é o preço do menu, fixo em R\$ 29,50 para o almoço e R\$ 41 para o jantar, com entrada, prato principal e sobremesa [...]* (Trecho da matéria *Aproveite o Restaurant Week*, publicada no NE10 em 15 de março de 2010).

E a matéria continua com um clima sutil e prazeroso, enumerando dicas, novamente no imperativo, sobre como o internauta poderia aproveitar melhor o evento:

» Se estiver disposto a arriscar a espera, saia com a *barriga forrada*
» Aproveite os *precinhos camaradas* para experimentar temperos inéditos (grifo nosso) (dicas contidas na matéria *Aproveite o Restaurant Week*, publicada no NE10 em 15 de março de 2010).

Este formato lembra ainda a linguagem de revista de entretenimento, que se permite usar expressões do tipo “barriga forrada” e “precinhos camaradas”. Não é raro as matérias deste site serem acompanhadas de orientações do tipo ‘dicas para não perder seu filho na praia’ ou ‘dicas para se proteger dos raios solares no verão e no inverno’.

Além disso, o uso preferencial por elementos temáticos voltados ao entretenimento altera o critério relativo à *hierarquia dos envolvidos*, que abre espaço para personagens antes pouco explorados pela imprensa. Apesar de permanecer forte a preferência por fontes oficiais, percebe-se a entrada de representantes de outros grupos na grande mídia, uma vez que apresenta frequentemente materiais sobre outras personalidades em destaque na sociedade: as celebridades instantâneas, que rendem pautas com ganhadores de reality shows, fofocas, *posts* no twitter etc.

Essa busca por comunicar e divertir tão marcante no NE10 vai ao encontro do conjunto que a visão funcionalista da imprensa entende como funções fundamentais do jornalismo: política, econômico-social, educativa e de entretenimento (AMARAL, 1987). Assim, apesar de se diferenciar do material publicado no veículo impresso, o conteúdo webjornalístico do NE10 valoriza não somente a informatividade enquanto pura informação, mas a conscientização prazerosa do público diante dos fatos.

4.2 Nacional/Internacional

No que consta a notícias de caráter Nacional/Internacional, vemos no veículo digital a incidência de uma porcentagem de 10% do total de produções chamadas na *home*. Comparando com os resultados do JC, encontramos neste uma proporção um pouco maior entre o total de notícias publicadas na capa, 14%. A semelhança entre a proporção de notícias desta categoria chamadas em ambos os veículos destoa apenas quando analisamos página por página. Enquanto o número de matérias referentes a fatos externos ao Estado pertencentes à editoria de Cidades se aproximou do quantitativo de títulos sobre acontecimentos locais também desta editoria no Online, o impresso fez questão de deixar o local prevalecer sobre o Nacional/Internacional.

A partir dessa tomada de posição, pode-se perceber uma relativa diferença na visão tida do valor/notícia *proximidade*. Se no Jornal do Commercio ele é entendido, principalmente, como uma vizinhança geográfica ou dependência político-financeira, no NE10, além dessa posição, entendeu-se que marcas da globalização, como aproximação entre os países e as culturas e redefinição das fronteiras sociais permitem ao mundo virtual, de alcance mundial, expandir seus limites geográficos. A tarde da sexta-feira (19) trouxe uma aproximação - quase empatada - entre o número de matérias estrangeiras (não referentes a Pernambuco) pertencentes à editoria de Cidades na *home* do portal. Cinco pautas trataram de assuntos nacionais/internacionais e seis trouxeram pautas locais.

Pautas locais:

- Audiência do caso Jennifer dura quase quatro horas. Acusados deixam fórum sob xingamentos
- Professores da rede estadual decidem parar por 24 horas na próxima quarta
- CASO JENNIFER – Advogado não irá mais defender Delma Freire e os Tonellis
- VOO 447 – Navio que fará buscas por avião chega ao Recife na quarta
- PERNAMBUCO – O mar não está para peixe
- Célio Avelino tem 72 horas para apresentar defesa sobre envolvimento em suposta farsa

Nacionais/Internacionais:

- CASO GLAUCO – Justiça autoriza quebra do sigilo telefônico do assassino
- NACIONAL – Governo cancela 86 mil benefícios do Bolsa Família
- Desabamento em Serra Leoa deixa 200 desaparecidos
- Crimes relacionados a torcidas deixa quatro mortos na Argentina em 15 dias
- Advogado de missionários dos EUA é preso por tráfico

No caso do destaque *Crimes relacionados a torcidas deixa quatro mortos na Argentina em 15 dias*, o número relativamente baixo de envolvidos, se comparado a outros crimes internacionais repercutidos na mídia tradicional de Pernambuco, é aproveitado pela mídia online pela associação do valor *proximidade* à violência das torcidas pernambucanas, que têm causado polêmica por espalhar pânico na capital nos dias de jogo. Percebe-se que a semelhança dos problemas enfrentados pelas duas localidades foi suficiente para chamar a informação num local de destaque. Dessa forma, o critério *impacto sobre a nação* levado em conta no momento da publicação do exemplo acima se daria não pelas consequências do ocorrido para o Estado – que seriam ínfimas -, mas pela repercussão que a notificação pode ter ao estimular ações que ajudem a evitar a ocorrência de tais casos também nesta localidade.

Há ainda certa distorção no que consta à importância do fato para os pernambucanos na chamada nacional *Governo cancela 86 mil benefícios do Bolsa Família*. Apesar de o assunto Bolsa Família interessar qualquer região brasileira, o site trouxe na nota apenas informações sobre o número total de cancelamentos. Ela não aponta quantas famílias pernambucanas perderam o benefício, nem particulariza os dados para a região Nordeste. Isso ocorre em função da fonte utilizada, a Agência Estado¹¹. Por ser de âmbito nacional, a agência de notícia não se preocupou em priorizar a situação local - deixando tais brechas na matéria – esta, por sua vez, acabou sendo publicada pelo portal com enfoque nacional e não local. Isso se deve, em grande parte, à submissão do site às agências nacionais de notícia, que, como o próprio nome já diz, são nacionais e possuem textos gerais e raramente regionalizados. Tal procedimento acaba “mantendo, por esse ponto de vista, a relação de dependência informativa de veículos periféricos, os jornais regionais, por exemplo, de sistemas e procedimentos que envolvem a cadeia de distribuição das agências” (SILVA JR, 2006).

¹¹ O NE10 possui um contrato com a Agência Estado pago anualmente que permite o uso de notícias da agência (apenas elementos textuais estão inclusos. Fotos e gráficos entram num pacote extra, caso necessário).

Dessa forma, o entendimento do critério *impacto sobre a nação*, referente à importância da informação para o conjunto de indivíduos de uma mesma nação se amplia para dar espaço não apenas a acontecimentos externos com consequências internas (ao Estado) diretas, mas a variados fatos estrangeiros que cheguem à redação e que possam ser rapidamente publicados.

4.3 Material Audiovisual

O NE10 atribuía grande importância a materiais audiovisuais, utilizando-os sempre que possível na *home*. Entre as origens que menos geravam imagens para o portal estavam seus próprios repórteres, webdesigners e o arquivo do portal. Vimos seis fotos tiradas pelos webjornalistas. Estas costumam abordar pautas de celebridades e gastronomia. Apenas uma fotografia tratava da editoria cidades/cotidiano. A semana analisada trouxe ainda quatro ilustrações de futebol, feitas pelos webdesigners, e duas imagens de arquivo. Tal resultado corrobora com o entendimento de que não há tempo nem quadro de pessoal suficientes para a produção corriqueira de materiais próprios, o que implica na utilização de conteúdos alheios, ainda que creditados a seus respectivos autores.

Outros recursos destacados pelo site no período de análise foram vídeos feitos com celular, de autoria do próprio site, e vídeos aproveitados da TV Jornal. A presença do material é indicada por um selo em forma de câmera filmadora que fica abaixo do título. Não há distinção entre as chamadas para vídeos feitos pelo portal e vídeos vindos de fora dele. Assim como as matérias com vídeos, as com áudios também se diferenciam das demais recebendo um pequeno selo próximo ao título, sem discriminação da origem do material.

Apesar de valorizar a utilização de materiais audiovisuais em suas produções, o NE10 costumava deixar de lado a exclusividade de ter seus próprios vídeos, galerias, fotos... Entendemos tal fenômeno não como prova de um desinteresse por este tipo de material, mas como decorrência de características que geram novos fatores para o ramo jornalístico, tais como, falta de tempo para ir às ruas, número reduzido de profissionais e facilidade em se conseguir material reproduzível via internet.

4.4 Fragmentação

Os critérios considerados por este estudo em relação à fragmentação das informações foram *frequência* (relativo aos meios de informação), *continuidade* (substantivo) e *furo* (relativo à concorrência). Essa categoria entende o jornalismo online como o espaço em que a publicação das matérias se dá quase que instantaneamente, isso quando não ocorre o próprio ao vivo, feito pelo NE10, via celular, em grandes eventos como Carnaval, julgamentos, decisões da política, entre outros. Com o estímulo a postagens quase que instantâneas, o NE10 mantinha uma atualização constante de notícias. Algumas matérias já nascem dependentes de outras que ainda estão por vir, como a nota de abertura de um evento (que deixa implícita a continuidade do fato e sua consequente publicação) ou a notícia de um acidente (acompanhada da promessa de “mais informações em instantes”). Coberturas deste tipo, que dão margem à *continuidade*, encaixam-se bem na logística de um veículo que tem necessidade de postar um quantitativo enorme de informações com um número reduzido de profissionais, pouco disponíveis para pautas que rendam saídas da redação.

A fragmentação passou a ser um conjunto de critérios relevante na escolha das notícias publicadas no NE10 na medida em que permite a adequação da *frequência* dos fatos à *frequência* do veículo digital, ou seja, se um acontecimento traz vários fatores à tona em momentos diferentes do dia, ele rende mais material para ser publicado e alimenta o sistema com mais postagens. Essa fragmentação favorece o encontro de várias matérias do assunto numa mesma *home*, além de permitir que as informações, mesmo que incompletas, sejam postadas no instante em que chegam à redação para que o portal não leve *furo* de outros veículos. Na quarta-feira (17) da semana analisada, foram encontradas cinco matérias referentes às investigações sobre o assassinato da alemã Jennifer Kloker, ocorrido em fevereiro de 2010, na cidade de São Lourenço da Mata, Região Metropolitana do Recife (observe a lista abaixo).

Matéria 1: (manhã) Filho de alemã morta no Recife recebe permissão para deixar o país com a tia, Roberta Freire

Matéria 2: (tarde) CASO JENNIFER – Sogra da alemã irá para a Colônia Penal hoje à tarde, diz delegada

Matéria 3: (tarde) Cunhada de alemã morta vai à PF regularizar passaporte. Hoje, ela recebe o sobrinho no MPPE

Matéria 4: (noite) CASO JENNIFER – Quarto suspeito de participar do assassinato da alemã está preso

Matéria 5: (noite) CASO JENNIFER (II) – Roberta Freire pode, enfim, deixar o país com o sobrinho

O uso da fragmentação em favorecimento da rapidez das publicações tende a elevar a velocidade a um patamar mais alto entre os critérios de noticiabilidade. Assim, o valor da notícia estaria, em alguns momentos, residindo mais na instantaneidade da notícia que em sua credibilidade (ADGHIRNI, 2004).

Os brasileiros têm um tremendo interesse pela atualização instantânea da notícia:

Somos um dos primeiros leitores mundiais em tempo real. A média de atualização dos mais importantes sites jornalísticos é de um minuto. O Últimas Notícias do UOL oferece 60 notícias por hora, total aproximado de 1440 notícias ao longo das 24 horas do dia. No Último Segundo, as matérias são disponibilizadas, em média, a cada 90 segundos, somando cerca de 1.000 notícias por dia (MOHERDAOUI, 2001, apud ADGHIRNI, 2004, p. 4).

Alguns autores, como Moretzsohn (2002), chegam a defender que a velocidade por si só pode ser considerada mais um valor-notícia, senão o principal deles, uma vez que a maior parte dos fatores que influenciam no processo de produção das matérias foi condicionada pela existência da instantaneidade. Este elemento acentuou os critérios contidos nos veículos tradicionais, transformando as relações dos profissionais do jornalismo com seus objetos de trabalho, principalmente no que diz respeito a fatos, aparelhos e fontes. Tais resultados nos fazem questionar cada vez mais sobre as consequências que realidades como essas podem causar (ou estão causando) na concepção do fazer jornalístico. Eles nos inquietam sobre os rumos que o mundo virtual, com seu colaborativismo, suas tecnologias de última geração e repórteres multimídia darão a este campo da comunicação.

Considerações Finais

Este estudo procurou entender como a apresentação de um significativo número de pautas relacionadas a certas temáticas, sujeitos e estruturas textuais publicadas nas chamadas da *home* do NE10 (antigo JC Online) indica reconfigurações e novas priorizações de alguns valores-notícia. Dessa forma, ao analisar o contexto das mudanças nos modos de produção e consumo midiáticos advindos do desenvolvimento das novas tecnologias e da massificação da internet direcionado à realidade dos bastidores de um portal de notícias, este estudo pôde refletir sobre determinados aspectos específicos do *newsmaking* no jornalismo online, além de observar mudanças na maneira como os webjornalistas lidam com o público e com o conteúdo apresentado.

Assim, por meio de dois métodos de análise - da observação participante do *newsmaking* do site e do levantamento quantitativo e qualitativo da incidência de determinadas pautas -, este estudo levantou fatores que indicam ser possível a hipótese inicialmente levantada de que *as características da plataforma web (instantaneidade, hipertextualidade, base de dados, convergência, interatividade e personalização) condicionam uma reconfiguração nos modos de produção no jornalismo online, de forma a gerar mudanças no emprego de alguns critérios de noticiabilidade, que acabam sendo usados com maior ou menor frequência, ou seja, adquirem valores diferenciados em relação aos que possuíam nos veículos tradicionais, como impresso, TV ou rádio.*

No que consta ao contexto de produção do NE10, percebeu-se um quadro reduzido de pessoal (em comparação ao jornal impresso), a necessidade de atualização constante de notícias, a possibilidade de armazenar uma infinidade de dados, a publicação hipertextual das matérias e a disponibilidade do veículo em receber informações provenientes de diversas mídias/plataformas, além de muitos outros elementos decorrentes das características da conexão mundial de computadores, do ciberespaço e da cibercultura. Tais fatores diferem a tal ponto dos vistos nas plataformas tradicionais de produção e divulgação de notícia que implicam em uma reinterpretação da noticiabilidade dos fatos. Essa mudança na ‘hierarquização das pautas’ se manifesta quando vemos exemplos na página principal, seja da incidência do tema entretenimento; da valorização dos acontecimentos nacionais e internacionais em detrimento dos locais (uma vez que estes recebem menos espaço na *home*); da preferência de pautas acompanhadas de imagens/vídeos/fotos (independentemente de quem as tenha produzido); ou ainda da interiorização da ideia de que é válido e, na maioria das vezes, obrigatório, publicar as matérias de forma fragmentada, na medida em que partes da informação vão chegando à redação ao longo do dia.

A partir dessas considerações, espera-se ter contribuído na ampliação do debate e das reflexões sobre a situação atual do jornalismo como um todo e das reconfigurações sociais condicionadas pela internet. Assim, este estudo pretende despertar o interesse tanto da academia quanto dos profissionais do jornalismo para que fiquem atentos a esse fenômeno e procurem considerar os efeitos do mesmo em suas vidas.

Referências

ADGHIRNI, Z. L. Valores-notícia e credibilidade no jornalismo online. **II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo** – SBPJOR. Salvador, 2004.

AMARAL, A; QUADROS, C. **Agruras do Blog: O Jornalismo Cor-de-Rosa no Ciberespaço?** Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n53/amaralquadros.html>>. Acesso em: 14 de maio de 2010.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**. Vol. 1. São Paulo: Brasiliense, 1993.

CANAVILHAS, J. M. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>>. Acesso em: 20 de novembro de 2009.

HARVEY, D., **Condição pós-moderna : uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola. 2003.

HOHLFELDT, A.. Hipóteses contemporâneas em pesquisa em comunicação. In: _____; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MOHERDAUI, L. **Os critérios de composição no jornalismo digital**. Projeto de Pesquisa do curso de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Semiótica e Comunicação. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Orientador: Prof^ª. Dra. Giselle Beiguelman. São Paulo, SP, outubro de 2007.

MORETZSOHN, S. **Jornalismo em “tempo real”**: O fetiche da velocidade. - Rio de Janeiro: Revan, 2002.

PALACIOS, M. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória. In: _____; MACHADO, Elias. (Orgs.). **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

SILVA JR, J. A. **Uma trajetória em redes: modelos e características operacionais das agências de notícias. Das origens às redes digitais: com estudo de caso de três agências de notícias**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2006.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Vol. 1. 2^a ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 6. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.