



A consolidação da linguagem digital nas *hard news* dos portais nordestinos vinculados a empresas de jornalismo impresso¹

Raquel da SILVA²

Gerson MARTINS³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

O presente trabalho mostra como se desenvolve o dispositivo informacional trazido pela hipermídia na construção do processo comunicacional das *hard news* dos portais: Pernambuco.com, DN Online, TN Online e A Tarde Online, mídias digitais que trazem como proposta o exercício do ciberjornalismo. O artigo mostra que a seção de *hard news* dos portais estudados apresenta-se como jornal impresso em suporte digital, o que coloca os portais estudados na segunda fase do ciberjornalismo.

Palavras-chave: linguagem digital; ciberjornalismo; hard news; jornal impresso; portal regional.

Introdução

A mídia digital se configura como um novo espaço de mediação entre os participantes do processo comunicacional, em que este é consolidado por meio de um diferente dispositivo informacional (relação entre os elementos da informação) e comunicacional (relação entre os participantes da comunicação), que atuam no ciberespaço, sendo este novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação possibilitada pelas tecnologias digitais.

“O ciberespaço fez com que surgissem dois dispositivos informacionais que são originais em relação às mídias precedentes: o mundo virtual e a informação em fluxo. Por mundo virtual entende-se como espaço em que as informações se dão de forma contínua. A informação em fluxo designa dados em estado contínuo de modificação, dispersos entre memórias e canais interconectados que podem ser percorridos, filtrados e apresentados ao cibernauta”. (LÉVY, 1999, p.62).

¹ Trabalho apresentado no GT – Cibercultura e Tecnologias da Comunicação, do Iniciacom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Estudante de graduação do Curso de Radialismo da UFRN, e-mail: quequelsouza@gmail.com.

³ Orientador do Trabalho. Professor adjunto do Curso de Jornalismo da UFRN, desenvolve pesquisa em “Ensino de Jornalismo” e “Ciberjornalismo”, e-mail: gmartins@cchla.ufrn.br



Os dispositivos informacionais possibilitados pelo ciberespaço fizeram com que uma nova relação entre os participantes da comunicação fosse estabelecida. Enquanto as mídias tradicionais trabalhavam com categorias de dispositivos comunicacionais um-todos (um centro emissor envia mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos) e um-um (relações recíprocas entre interlocutores, mas apenas em contato indivíduo a indivíduo), as mídias digitais, com o desenvolvimento tecnológico, passam a propiciar ao cibernauta uma relação comunicacional multidirecional todos-todos (também é uma relação recíproca entre os interlocutores, mas, neste caso, o contato é indivíduos a indivíduos), fazendo com que o cibernauta se sinta parte da narrativa, da construção do ciberespaço.

O espaço tecnológico com sua autêntica forma de configuração do dispositivo comunicacional e informacional fez com que novos produtos jornalísticos aparecessem no mercado mundial, bem como no mercado brasileiro. O portal é um destes produtos criados a partir das possibilidades do ambiente digital.

Os portais contribuem como uma nova categoria de jornalismo digital: “o jornalismo de portal, marcado por uma dinâmica mais ágil, principalmente pela consolidação do modelo de notícias em tempo real ou tempo quase real, as chamadas *hard news*”. (BARBOSA, 2004, p. 169).

As notícias em tempo real mudam a rotina das redações, uma vez que estas estavam presas ao modelo de *dead line*, que limita o tempo de apuração e produção das notícias. O suporte anterior ao digital também trazia limitação de espaço, como na paginação dos jornais impressos e na construção da grade de programação das rádios e TVs. “A web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para o material noticioso (sob o formato de texto ou outros formatos midiáticos)”. (BARBOSA, 2002, p.29)

Dentro deste contexto, o presente trabalho constitui-se como estudo de caso dos portais regionais Pernambuco.com, A Tarde Online, DN Online e TN Online, empresas de ciberjornalismo que surgem no mercado brasileiro como mais um produto das empresas de jornalismo impresso do Nordeste, tendo como objetivo a análise da linguagem digital desenvolvida pela seção de *hard news* destas mídias.

1. A hipermídia e a nova relação com o jornalismo



“A hipermídia possibilita ao jornalismo a reconfiguração do estado de produção e disseminação da notícia, uma vez que o jornalismo on-line age em estreito diálogo com as possibilidades hipermidiáticas”. (SILVA JÚNIOR, 2001, p. 137 e 138).

Lucia Leão (1999, p.9) em *O Labirinto da Hipermídia – Arquitetura e Navegação no Ciberespaço* afirma que o termo hipermídia designa um tipo de escrita complexa, na qual diferentes blocos de informação estão interconectados. Devido a características do meio digital, é possível realizar trabalhos com uma quantidade enorme de informações vinculadas, criando uma rede multidimensional de dados.

A hipermídia é uma tecnologia que engloba recursos de hipertexto e multimídia, permitindo ao usuário a navegação por diversas partes de um aplicativo, na ordem que deseja.

“O hipertexto é um documento digital composto por diferentes blocos de informações interconectadas. Essas informações são amarradas por meio de elos associativos, os *links*. Os *links* permitem que o usuário avance em sua leitura na ordem que desejar”. (LEÃO, 1999. p.15).

Para Pierre Lévy, a definição de hipertexto engloba a questão multimidiática, pois esta também seria uma forma de texto:

“Se tornarmos a palavra texto em seu sentido mais amplo (que não exclui nem sons, nem imagens), os hiperdocumentos também podem ser chamados de hipertextos. A abordagem mais simples do hipertexto é descrevê-lo, em oposição a um texto linear, como um texto estruturado em rede. O hipertexto é constituído por nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, seqüências musicais etc.) e por *links* entre esses nós, referências, notas, ponteiros, ‘botões’ indicando a passagem de um nó para outro”. (LÉVY, 1999, p.55 e 56)

Como citado, a hipermídia possibilita uma nova configuração do dispositivo informacional e comunicacional do jornalismo, sendo uma maneira condicionante e não determinante. Por meio do hipertexto e da multimídia, o jornalismo passa a ter uma linguagem não encontrada nas mídias analógica e impressa, ou, não existente em amplo uso.

A nova configuração, a distinção entre o ciberjornalismo e as outras práticas jornalísticas, é caracterizada por cinco pontos, segundo Marcos Palácios (2003, p.17). Assim eles podem ser definidos: multimidialidade/convergência; interatividade; hipertextualidade; personalização e memória.



Abaixo a descrição das características do ciberjornalismo definidas por Palácios (2003, p.18, 19 e 20):

Multimedialidade/Convergência – “No contexto do jornalismo on-line, multimedialidade refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade”.

Interatividade – “A notícia on-line consideram possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se mais diretamente parte do processo jornalístico. Isto pode acontecer de diversas maneiras: pela troca de e-mails entre leitores e jornalistas, através da disponibilização da opinião dos leitores”.

Hipertextualidade – “Possibilita a interconexão de textos através de *links*, possibilitando, a partir do texto noticioso, apontar-se para “várias pirâmides invertidas da notícia”, bem como para outros textos complementares (fotos, sons, vídeos, animações, etc), outros sítios relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos jornalísticos ou que possam gerar polêmica em torno do assunto noticiado, publicidade, etc”.

Customização do conteúdo/personalização – “Também denominada individualização, a personalização ou customização consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses individuais”.

Memória – “A acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. Acresce-se o fato de que na web a Memória torna-se coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõem. Desta maneira, o volume de informação anteriormente produzida e diretamente disponível ao Usuário e ao Produtor da notícia cresce exponencialmente no jornalismo on-line, o que produz efeitos quanto à produção e recepção da informação jornalística”.



Instantaneidade/atualização contínua – “A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material dos jornais da web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse”.

1.1 O portal e as *hards news*

O portal constitui páginas que agregam informações especializadas, serviços de *e-mail*, mecanismo de busca, comunidades virtuais, e, tem como principal característica a superação do limite de tempo e espaço em que as mídias analógicas baseiam seu ritmo de produção, edição e veiculação, sendo esta característica importante para que no portal exista a consolidação de uma nova categoria de jornalismo estruturada na chamada atualização de notícias em tempo real, as *hard news*.

As *hard news* são disponibilizadas dentro do portal em editorias de assuntos específicos (Política, Mundo, Economia entre outros), bem como em uma parte do portal nomeada com a característica de agilidade e instantaneidade deste tipo de notícia: “Últimas Notícias” em o A Tarde Online e TN Online; “Últimas” em o Pernambuco.com e DN Online. O ciberjornalismo é a nova categoria que agrega interatividade, customização de conteúdo/personalização, hipertextualidade, multimídia/convergência, memória e instantaneidade.

2. As *hard news* e os portais TN Online, DN Online, Pernambuco.com e A Tarde Online: jornalismo impresso em plataforma digital

Definido o ciberjornalismo como uma nova categoria do jornalismo, o presente trabalho teve como preocupação verificar como a linguagem digital é desenvolvida por portais que surgiram no mercado brasileiro como produto de empresas de jornalismo impresso e que têm como objetivo a prática do ciberjornalismo. Por causa do orçamento disponível para pesquisa, do deslocamento necessário para a realização de entrevistas e da relevância dos portais para a região que atuam, foram escolhidos como estudo de caso os portais nordestinos Pernambuco.com (PE), TN Online (RN), DN Online (RN) e A Tarde Online (BA).

O principal foco da pesquisa foi verificar a influência do jornal impresso, bem como da linguagem do jornalismo impresso, ao qual o portal está vinculado, na rotina



de trabalho da seção de “Últimas Notícias” destas mídias digitais. Para isso, uma entrevista por meio de um questionário de perguntas e respostas livres foi realizada com os editores dos portais responsáveis pelo gerenciamento de conteúdo e jornalistas. Além da entrevista, foram escolhidos sete dias para fazer a coleta dos dados da seção de *hard news*, tendo como base a postagem de notícias em cada dia da semana, segunda-feira ao domingo.

2.1 Breve história dos portais pesquisados

Os portais TN Online, DN Online, Pernambuco.com e A Tarde Online surgiram como produto de empresas de jornalismo impresso do Nordeste, em que a proposta inicial apenas era ser um site que disponibilizasse a edição diária dos veículos impressos na rede mundial de computadores. Logo em seguida, no final da década de 90, estes sites passam a receber investimentos e constituir redações específicas, desta forma, adotando o formato de portal.

Além de passarem a formar uma nova categoria de jornalismo, estes portais também passaram a ter como proposta o fornecimento de notícias para os estados aos quais as redações estão sediadas, mantendo também a mesma tradição de relação de proximidade exercida pelos jornais impressos que deu origem as empresas de mídia digital, sendo: o Rio Grande do Norte para o TN Online e DN Online, Pernambuco para o Pernambuco.com e Bahia para o A Tarde Online.

Dentro do conceito de portal regional, podemos afirmar que:

Os portais regionais são sites cuja produção de conteúdos, serviços e entretenimento destinam-se a uma localidade ou região específica. Nela, a informação é tratada segundo os critérios de proximidade e é estruturada de acordo com as características do jornalismo naquele ambiente midiático: interatividade, hipertextualidade, multimídia/convergência, personalização e memória (BARBOSA, 2002, p.13)

2.2 Portais jornalísticos de segunda geração

As fases do ciberjornalismo é a forma com que denominam a prática jornalística que vem sendo realizada na World Wide Web (WWW). Segundo Machado (2003, p. 128, 129 e 130), o webjornalismo de primeira geração é apenas a transposição do jornal impresso para a Web. A segunda geração é quando os portais publicam produtos originais, mas dependentes de modelos de produção atrelados às organizações



jornalísticas convencionais. A última geração é a terceira em que para o veículo obter este patamar deve produzir conteúdos originais em formato multimídia, constituindo sistemas descentralizados próprios, capazes de incorporar as contribuições dos usuários, para apuração, produção e circulação de conteúdos.

O trabalho constatou que os portais TN Online, DN Online, Pernambuco.com e A Tarde Online estão na segunda fase do ciberjornalismo. Para chegar a esta conclusão, a pesquisa analisou os seguintes pontos: a interatividade, no caso deste trabalho a possibilidade de o internauta poder comentar as notícias postadas; a hipertextualidade, aqui foi considerada a colocação de *link* no texto e a existência da parte denominada de “Leia Mais”, recurso utilizado pelos portais jornalísticos, no formato de seção dentro de cada notícia, que permite o cibernauta obter outras informações sobre o tema tratado, também por meio de *link*; a multimídia, contar o fato por meio de áudio, vídeo, imagem e galeria de fotos.

Tanto por meio das entrevistas realizadas com os editores, bem como pela análise da postagem de notícias na seção de *hard news*, a pesquisa verificou que os portais TN Online e DN Online não apresentam o espaço para que o leitor comente as notícias, desta forma, não apresentando um dos pontos do ciberjornalismo que os diferenciam das mídias analógicas, a interatividade. Ressaltando que o rádio e a TV possuem certo tipo de interatividade, mas, neste caso, o ouvinte e o telespectador não podem apresentar comentários no momento em que deseja, ou no próprio suporte em que a notícia está veiculada, sendo uma interatividade restrita pelo tempo e pelo espaço.

As editoras à época do TN Online e do DN Online afirmaram durante a entrevista que o sistema de gerenciamento de conteúdo dos portais não contém uma estrutura para a postagem de imagem, áudio, vídeo e galeria de fotos, o que faz com que estas duas mídias não se caracterizem como plataforma multimidiática.

Além da não existência de multimídia, os dois portais, mesmo com as editoras tendo afirmado que os textos podem ter a colocação de *link*, não tiveram notícias com possibilidade de clicar em uma palavra ou frase do texto para a abertura de outro site web. Por este dado, foi constatado que os textos analisados apresentam apenas uma leitura linear, igual à trabalhada pelos jornais impressos, não enquadrando o texto da seção de “Últimas” na característica de hipertextualidade. Os dois portais não contêm a seção de “Leia Mais”.

No caso dos portais A Tarde Online e Pernambuco.com, as editoras à época afirmaram durante as entrevistas que o sistema de gerenciamento de conteúdo



possibilita postagem de áudio, vídeo, imagem e galeria de fotos. A editora do A Tarde Online também afirmou a existência na equipe do profissional responsável pela edição e veiculação destes formatos, chamado operador de mídia.

Mesmo com esta estrutura, a coleta de dados, por meio da análise da seção de *hard news*, constatou a pouca utilização dos recursos de multimídia por parte do A Tarde Online e Pernambuco.com. Além deste fato, a pesquisa ressalta que as imagens postadas são produzidas pela equipe de fotógrafos do jornais impresso, sendo o Diário de Pernambuco no caso do Pernambuco.com e o Jornal A Tarde e Agência A Tarde no caso do A Tarde Online.

2.2.1 Análise da linguagem de convergência midiática do A tarde Online

A análise da seção de *hard news* do portal A Tarde Online ocorreu da segunda-feira do dia 1º de outubro de 2007 até o domingo dia 07 de outubro do mesmo ano. A coleta de dados verificou a postagem de 1226 notícias em que apenas duas tiveram a postagem de vídeo, sendo uma matéria da editoria de “Cultura” na terça-feira (02/10/2007) e uma matéria de “Cidades” na quinta-feira (04/10/2007). O valor percentual neste caso foi de 0,16% de matérias com vídeo.

Em relação à postagem de áudio, foi verificada a existência somente na sexta-feira (05/10/2007) em três matérias de “Esportes”, constando que somente 0,24% das notícias tiveram a utilização do recurso de áudio.

A postagem de uma imagem em uma notícia foi verificada em todos os dias analisados. Mesmo com esta constatação, a média de matérias sem imagem foi de 94%. Já ao que se refere ao recurso de galeria de fotos - por meio de um *link* o internauta abre uma caixa com várias fotografias sobre um tema – quatro dias apresentaram esta linguagem. Porém, a postagem ocorreu somente nas editorias de “Cidades” e “Esportes”. Aproximadamente 99% das notícias dos sete dias de coleta não tiveram galeria de fotos.

2.2.2 Análise da linguagem de convergência midiática do Pernambuco.com

A análise da seção de *hard news* do portal Pernambuco.com ocorreu da segunda-feira do dia 5 de novembro de 2007 até o domingo dia 11 de novembro do mesmo ano. O portal teve a postagem de 401 notícias em que não houve nestas a postagem de vídeo, áudio e galerias de fotos.



O único recurso de multimídia existente durante estes sete dias foi a utilização de uma imagem por notícia nas editorias de “Cultura” e “Cidades” de segunda-feira (05/11/2007) a sexta-feira (09/11/2007). A média de matérias sem imagem foi de 98%.

2.3 A pouca utilização do recurso de hipertextualidade nos portais A Tarde Online e Pernambuco.com

A colocação de *link* no texto da notícia existiu em aproximadamente 8,2% das matérias postadas no Pernambuco.com e 6% das notícias do A Tarde Online. Em ambos os portais as editorias com mais *link* no texto foi “Cidades” e “Brasil”. No que se refere a utilização do recurso de “Leia Mais”, apenas 0,4% das notícias do A Tarde Online tiveram esta seção e aproximadamente 17% das matérias do Pernambuco.com apresentaram este recurso.

3. A dependência dos portais em relação ao jornal impresso

A pesquisa constatou por meio da autoria das notícias dos portais TN Online, DN Online, A Tarde Online e DN Online a dependência destas mídias em relação às agências de notícias, assessorias de imprensa e do jornal impresso o qual a empresa digital faz parte. Todas as imagens de notícias locais são realizadas pela equipe de fotógrafos dos veículos impresso.

O TN Online teve, durante os sete dias, a postagem de 119 notícias das quais apenas sete foram produzidas pela equipe do portal. Aproximadamente 42% das notícias tiveram como autor a Agência Estado. A pesquisa não constatou a existência de matérias de autoria da Tribuna do Norte, jornal impresso ao qual o TN Online mantém vínculo.

Um fato que podemos ressaltar em relação à autoria das matérias do portal DN Online é que, dentre as 387 matérias postadas durante uma semana, 153 não apresentaram autor, número que corresponde a aproximadamente 39% do total. A equipe do DN Online produziu somente 15 matérias do total postado durante sete dias, uma produção de 3,8%. A análise dos dados em relação à autoria verificou também que 36 matérias do jornal Diário de Natal, empresa a qual o DN Online está vinculado, foram veiculadas na seção de “Última Notícias” deste portal. O número de notícias do jornal impresso no portal chega a ser mais do que o dobro das notícias de autoria da



equipe de redação do DN Online e correspondeu a cerca de 9% do total. A Folha Online foi o autor como maior número de notícias postadas, com 51 matérias.

A análise de dados da postagem de notícias do Pernambuco.com verificou que das 401 notícias postadas 205 tiveram como autoria a equipe do portal. Porém, do total produzido pelo Pernambuco.com, 33 eram matérias realizadas com informações do jornal Diário de Pernambuco, jornal impresso da mesma empresa do portal. Desta maneira, diminuindo do total de matérias produzidas pelo portal o número de notícias com informações do jornal impresso, a análise de dados constatou que a equipe de redação do Pernambuco.com teve uma produção de aproximadamente 42% em relação às 401 notícias postadas durante a semana. Depois da equipe do portal, a Agência O Globo é a autoria que teve o maior número de notícias veiculadas, com 152 matérias.

O portal A Tarde Online, entre os portais pesquisados, foi a mídia digital que apresentou o maior número de notícias postadas durante uma semana na seção de *hard news*, sendo 1226 matérias. Este número corresponde a três vezes o número de notícias do portal Pernambuco.com, que foi a segunda mídia digital pesquisada com maior número de matérias veiculadas. Mesmo com a quantidade de notícias do A Tarde Online sendo três vezes a quantidade de matérias do Pernambuco.com, a Agência Estado foi, com 842 notícias, o autor de entorno de 68% das matérias postadas no portal baiano. A equipe do A Tarde Online produziu 146 notícias, número que corresponde a quase 12% do total de 1226 matérias publicadas durante a semana. A pesquisa verificou que foi postada 139 notícias do jornal A Tarde, empresa de jornalismo impresso que o portal está vinculado, quase o mesmo número da produção realizada pelo A Tarde Online.

4. Mídias digitais: jornalismo de “gabinete”

Outro fato verificado pela pesquisa é a prática do “jornalismo de gabinete”, em que o repórter não sai da redação para fazer a apuração das matérias, uma vez que boa parte das notícias é apurada pelos repórteres por meio do telefone. Esta afirmação foi dada por todas as editoras de conteúdo dos portais pesquisados durante as entrevistas.

Esta prática exclui o papel social do jornalista, sendo o de relatar ao leitor os fatos do cotidiano pelo noticiário, uma vez que “o repórter está onde o leitor, ouvinte ou espectador não pode estar. Tem uma delegação ou representação tácita que autoriza a serem os ouvidos e os olhos remotos do público”. (LAGE, 2001,p.23)



O jornalismo de “gabinete” praticado pelas mídias digitais pesquisadas está em desacordo com outra importante característica do ciberjornalismo, como ressalta o autor Elias Machado em o livro *O Ciberespaço Como Fonte Para Os Jornalistas*. Sendo o fato de que a redação do portal é um centro de gravidade, em que o próprio jornalista acompanha os fatos e não necessita mais voltar à redação para redigir suas matérias. Do lugar mesmo em que cobriu os fatos, envia fotos, textos, vídeos e áudios por celular ou pelo computador para a redação.

“ Sem a necessidade da presença dos jornalistas no local, a redação do jornal digital ocupa o lugar de um centro de gravidade para onde converge o fluxo de matérias enviadas pelos profissionais, colaboradores e usuários do sistema. Em vez da divisão em editorias como ocorre no jornalismo convencional nas redações digitais os membros de publicação são dispostos de forma mais livres para facilitar o trabalho em torno de uma temática comum”. (MACHADO, 2003, p.31).

Uma característica verificada em todos os portais é que as equipes de redação têm como principal foco a apuração de notícias relacionadas a assuntos das editorias de “Cidades” e “Esportes”. As matérias relacionadas a “Cidades” boa parte são notícias de teor policial que parecem com um boletim produzido pela polícia, pois não mostram relatos das personagens envolvidas com o fato, geralmente é produzido um texto com informações de um policial da central de atendimento (190).

A explicação para a existência do jornalismo de “gabinete” nestes portais vem do fato de a equipe de jornalismo ser pequena em relação às tarefas que envolvem a atualização dos portais durante as 24 horas

4.1 A estrutura da equipe de redação dos portais

a) TN Online (entrevista realizada em 27/09/2007)

O portal tem em sua equipe um jornalista e quatro estagiários. O jornalista é a editora de conteúdo responsável pela verificação da qualidade de postagem das notícias de todo o portal e da atualização da *home page*, bem como do gerenciamento da equipe de repórteres-estagiários.

O TN Online tem três turnos de trabalho, sendo: das 08h00 às 13h00, das 13h00 às 18h00 e das 18h00 até o fechamento do jornal impresso. A editora afirmou, em



entrevista, que não existe um profissional ou estagiário responsável pelo conteúdo da seção de *hard news*. A equipe desenvolve a atualização de todo o portal.

No final de semana e nos feriados, a equipe trabalha em regime de plantão, sendo apenas quando existe este sistema no jornal impresso. Durante o sábado, três repórteres são responsáveis pela apuração das matérias de polícia e pela transposição do jornal Tribuna do Norte para o portal. No domingo, não há atualização de matérias locais e a publicação de conteúdo é realizada pela editora em sua residência, por meio das matérias recebidas pelas agências de notícias contratadas.

b) Pernambuco.com (entrevista realizada em 11/11/2007)

A equipe de redação do Pernambuco.com é composto por sete jornalistas e dois estagiários que executam a parte programação e design do portal e um estagiário que faz a transposição do Diário de Pernambuco para a internet.

Dos sete jornalistas, um é responsável pela parte comercial e linha editorial da mídia digital, um editor é responsável pela verificação da qualidade do conteúdo, dois são responsáveis pela seção de últimas, bem como um deles pela editoria de cultura, um pertence ao canal de “Vestibular” e “Tecnologia”, um para atualização do canal de “Turismo”, “Comunidade” e “Repórter Cidadão” e um jornalista responsável pela editoria de “Esportes”.

Os expedientes começam em cinco horários diferentes: o primeiro jornalista chega às 07h00, o segundo às 09h00, o terceiro e quarto às 14h00 e o quinto às 15h00. O dia de trabalho termina por volta das 20h00 ou depende da pauta esportiva.

Um profissional trabalha no sábado e outro no domingo, sendo o expediente no final de semana, geralmente, das 10h00 até 16h00. Nos feriados, trabalha um repórter ou, segundo a editora, toda a equipe dependendo da necessidade para apuração do feriado, como exemplo dado por ela, o carnaval.

c) A Tarde Online (entrevista realizada em 06/06/2007)

O portal A Tarde Online, entre os pesquisados, é o que possui a maior equipe. São 10 jornalistas, cinco estagiários e dois operadores de mídia. A equipe de redação está dividida em um editor chefe, três sub-editores, em que cada trabalha em um dos



três turnos, seis repórteres e cinco estagiários responsáveis por toda a atualização do portal.

Os turnos de trabalho começam e terminam junto com o do jornal A Tarde. Este fato ocorre, de acordo com a editora, porque o prédio abre e fecha no mesmo horário para as equipes do grupo A Tarde, formado por jornal impresso, rádio, agência de notícias e portal. Os turnos do A Tarde Online são: das 07h00 até 15h00, 14h00 às 21h00, 17h00 à 01h00.

O sistema de plantão do final de semana ocorre de forma que trabalham seis jornalistas no sábado e seis no domingo, os profissionais que trabalham em um dia não trabalha o outro. O expediente ocorre das 09h00 às 16h00 e das 16h00 às 22h00. Nos feriados, a editora afirmou que toda equipe trabalha.

d) DN Online (entrevista realizada em 30/07/2007)

O portal tem na equipe quatro jornalistas, sendo: um editor responsável pelo gerenciamento de notícias e de repórteres, bem como produção de conteúdo, um que transpõe as matérias do jornal Diário de Natal para o portal, um jornalista responsável pela atualização de todas as editorias, com ênfase em matérias policiais, e outro jornalista também incumbido de postar conteúdo em todas as editorias, mas com o foco na produção de notícias esportivas.

O expediente começa às 07h00 e termina com o fechamento do jornal impresso. Os expedientes são: das 08h00 às 13h00, das 14h00 às 18h00 e das 18h00 até por volta das 24h00.

No final de semana e nos feriados, um jornalista fica de plantão. A publicação de notícias, nestes casos, ocorre das 08h00 às 13h00 e no período noturno, com notícias esportivas.

5. Considerações Finais

Mesmo com a existência do jornalismo de portal há mais de 10 anos no Brasil, a presente pesquisa mostra que os portais nordestinos vinculados a empresas de jornalismo impresso ainda não se consolidam como uma nova categoria de jornalismo, não são mídias digitais que fazem o amplo uso do dispositivo informacional trazido



pelas novas tecnologias. Desta maneira, podemos afirmar que as transformações tecnológicas se dão em uma velocidade maior que as práticas na plataforma digital.

Além da pouca ou da não utilização da linguagem digital, é importante também ressaltar o fato de que os portais também devem rever a forma de apuração das notícias, que acabam por nem desempenhar a prática tradicional do jornalismo impresso, televisivo e radiofônico e, muito menos, traz uma nova forma de pensar como a notícia deve ser apurada, editada e veiculada. Outro fato que deve ser revisto pelos portais é que a apuração do jornal impresso é utilizada para a realização de matérias das mídias digitais, mas os portais quase não oferecem material para o jornal impresso.

A equipe de redação dos portais não trabalha no mesmo ambiente físico da mídia impressa. Isto acaba suscitando ao pensamento de que a convergência de redações pode ser uma das possibilidades para melhoria da qualidade do conteúdo dos portais, desde que a integração das redações não seja apenas juntar mesas e salas. Esta solução é trazida em razão da constatação de que a falta de estrutura dos portais é o que limita estas mídias digitais à simples digitalização de matérias do jornal impresso e à atualização contínua de notícias com material oferecido por agências e assessorias de imprensa.

Outro ponto detectado pela pesquisa que também deve ser repensado é a característica de os jornalistas acumularem diversas funções dentro da mídia digital. Por meio deste trabalho, podemos constatar que a responsabilidade de atualização de diversas editorias não implica na mesma medida a produção de notícias que vão da editoria de “Cidades” à editoria de “Política” pela equipe de redação da mídia digital. Os repórteres apenas produzem matérias de polícia e de esportes, neste último caso notícias sobre futebol.



Referências bibliográficas

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o Uai e o IBahia**. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas)- Departamento de Comunicação Social. Bahia: Universidade Federal do Bahia.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo de Portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital** in PALACIOS, Marcos e MACHADO, Elias (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEÃO, Lúcia. **O Labirinto da Hipermídia: Arquitetura e navegação no Ciberespaço**. 3.ed. São Paulo: Iluminuras, 1999.

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

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos e MACHADO, Elias. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2004.

SILVA JÚNIOR, José. **Do hipertexto ao algo mais: uso e abusos do conceito de hipermídia pelo jornalismo on-line** in LEMOS, André, PALACIOS, Marcos (Orgs). **Janelas do Ciberespaço - Comunicação e Cibercultura**. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2000.