

Fragmentação e Noticiabilidade na Web¹

Carlysângela Silva FALCÃO²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O artigo analisa de que forma a reconfiguração das lógicas produtivas do webjornalismo contribui para a publicação fragmentada das notícias, assim como para uma reinterpretação dos tradicionais critérios de noticiabilidade. Para responder a essas questões, a pesquisa centra as atenções no acompanhamento das atividades dentro da redação do portal de notícias pernambucano NE10, por meio da observação participante; no monitoramento das publicações do portal, com análise do conteúdo exposto em suas páginas principais; e na pesquisa bibliográfica sobre o novo leitor da web e os tradicionais valores-notícia.

PALAVRAS-CHAVE

Webjornalismo; fragmentação; critérios de noticiabilidade.

1. Introdução

O presente artigo é fruto dos debates realizados na linha de pesquisa Mídia, Tecnologia e Cotidiano, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, referentes às reconfigurações que a internet tem causado nos diversos âmbitos sociais, entre elas, as que tangem a produção de notícias online. Neste modo, a perspectiva refletida aqui pretende pôr luz sobre determinados aspectos específicos das mudanças nas lógicas produtivas e na noticiabilidade no webjornalismo. Com o objetivo de perceber a relação entre esse novo *newsmaking*, a fragmentação das notícias e o uso dos critérios de noticiabilidade, foi gerada uma hipótese central, que considera: *o contexto de produção das novas redações contribui para a fragmentação das notícias e com a reinterpretação de tradicionais critérios de noticiabilidade.*

De forma a comprovar a hipótese inicial, optou-se por três instrumentos metodológicos: a) o acompanhamento das atividades dentro da redação do NE10, por meio da observação participante; b) o monitoramento das publicações do portal e a análise do

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Bolsista Capes. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, e-mail: carlysangela@gmail.com.

conteúdo exposto em suas páginas principais; e c) a pesquisa bibliográfica sobre o novo leitor da web e os tradicionais valores-notícia. Utilizou-se como parâmetro de estudo uma semana comum, sem feriados extensamente comemorados e sem férias escolares (no intuito de que representasse a realidade que a redação enfrenta durante a maior parte do ano). O período escolhido foi a terceira semana de março de 2010. As *homes*³ do portal foram captadas três vezes ao dia, o que forneceu um total de 24 páginas principais.

Este artigo divide-se em três momentos de abordagem. Primeiramente, são contextualizadas características do ciberespaço que estão moldando os processos comunicativos dos usuários da rede mundial de computadores. Em seguida, relata-se como funciona um dia de trabalho na redação do NE10, para que se tenha ciência da quantidade e qualidade das atribuições de seus profissionais. No terceiro e último momento, relaciona-se os dois pontos anteriores com as mudanças na interpretação dos critérios de noticiabilidade tradicionalmente empregados nos veículos analógicos (Rádio, TV e Impresso).

Apesar das diferentes referências contidas nos termos relacionados ao jornalismo de internet, este trabalho considerou que todas elas se manifestaram em diferentes graus no objeto de estudo. Logo, ao mesmo tempo em que transmite informações em tempo real - sendo classificado como *online* - e constrói conteúdos webjornalísticos, o NE10 ocupa uma plataforma digital. Assim, quando nos expressarmos com alguma destas denominações nas páginas que seguem (jornalismo digital, jornalismo online, jornalismo virtual, jornalismo eletrônico, webjornalismo ou ciberjornalismo), estaremos fazendo menção à realidade desse veículo, que, sendo complexa, compõe-se por todos os momentos.

2. O Novo Público da Internet

O aprimoramento de linguagens e instrumentos de comunicação utilizados na construção hipertextual, típica da linguagem de internet, nos deixa frente a frente com uma evolução do público leitor. Independente e participativo, o internauta faz questão de desenvolver seu novo papel na leitura e vai além do movimento dos olhos diante de uma tela.

No ciberespaço, a informação transita à velocidade da luz. As reações motoras, perceptivas e mentais também se fazem acompanhar por uma mudança de ritmo que é visível na agilidade dos movimentos multidirecionais, ziguezagueantes na horizontal, vertical e diagonal com que o olhar do infonauta varre ininterruptamente

³ Páginas principais do portal.

a tela, na movimentação multiativa do ponteiro do *mouse* e na velocidade com que a navegação é executada (SANTAELLA, 2004, p.181-182).

Para Santaella (2004), as recombinações dos diversos tipos de mídia; o aparecimento de novas interfaces e equipamentos; e a utilização de recursos de comunicação em rede e de comunicação móvel estariam desenvolvendo aspectos cognitivos, como atenção, percepção e criatividade. Tal contexto favoreceria o aparecimento do leitor imersivo, que começa a emergir nos ‘espaços incorpóreos da virtualidade’, tendo como grande marca identificatória a interatividade, na qual todos se fazem negociadores de um fluxo indefinido de signos que surgem e desaparecem em função do acesso e das comutações.

O consumidor de produtos midiáticos da web recebe ainda outra denominação. Nielsen (1997 apud DALMONTE, 2009) propõe chamarmos esse personagem de leitor *scanner*, uma vez que, segundo o autor, em 79% dos testes que fez, percebeu que os usuários sempre scaneavam cada nova página enquanto apenas 16% lia palavra por palavra. Assim, teríamos uma nova modalidade de leitura, não-linear, focada em palavras-chave destacadas, como *links*, com cores e fontes diferenciadas.

A partir da percepção dessa nova forma de leitura, Nielsen aplica a noção de leitura diferenciada ao consumo do webjornalismo, propondo uma reorganização da tradicional fórmula da pirâmide invertida, que guiava a construção de notícias baseada na leitura linear e de cima para baixo, na qual as informações principais (o quê, quem, quando, onde, por quê) apareciam no primeiro parágrafo, deixando os detalhes do fato para os trechos posteriores. Para Nielsen, os usuários da web não usam a barra de rolagem e, por isso, não leem, necessariamente, de cima para baixo, mas para os lados, a ponto de não se ter certeza do que é priorizado naquele mesmo lugar em que se encontram fotos, vídeos, textos e infográficos. O uso do hipertexto acrescenta ao material a presença de várias pirâmides invertidas, como se cada nó contivesse em si um conjunto de informações que se cruzariam com muitas outras através dos *links*, por isso, as cinco perguntas clássicas do *lead* (o quê, quem, quando, onde, por quê) apareceriam de forma segmentada. Dessa forma, haveria uma reorganização conceitual da noção de texto jornalístico que transitaria de uma organização vertical, por meio de uma estrutura linear, segundo a metáfora da pirâmide invertida, passando para uma estrutura horizontal, o que permite a “fragmentação hipertextual de uma notícia” (SALAVERRÍA, 2005 apud DALMONTE, 2009).

3. O *Newsmaking* na Web, o Dia a Dia do NE10

Os repórteres de portais de notícia redigem textos num tempo bastante reduzido, os do NE10, por exemplo, dispunham de um tempo médio de cinco minutos para elaboração de uma matéria⁴, ficando impossibilitados de, muitas vezes, confirmarem as informações ou até de apurarem seus próprios dados. Temos como resultado disso a prática da constante observação de *sites* concorrentes, blogs, telejornais, flashes de rádio, notícias de jornais impressos, Twitter de artistas e endereços eletrônicos institucionais. Se compararmos o número de profissionais presentes nas redações *online* com os das tradicionais redações de impresso, encontraremos uma substancial diferença. Um exemplo são as equipes do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação. Enquanto, em 2010, o NE10 tinha 19 pessoas trabalhando na publicação de matérias, o Jornal do Commercio apresentava 120. Dez jornalistas compunham o *site*: um editor, dois editores-assistentes, 4 repórteres e 3 blogueiros. Havia ainda sete estagiários. Os editores/editores-assistentes revezavam-se durante a manhã, a tarde, a noite e parte da madrugada para atualizar a home – das 7h30 às 17h (editor), das 14h às 20h ou das 16h às 22h (cada subeditor) -, enquanto recebiam o suporte dos repórteres, na redação ou na rua, e dos estagiários.

Cabiam ainda aos editores e editores-assistentes 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 (incluindo as chamadas dos blogs nessa página) e o *site* do Jornal do Commercio (que acontece uma vez por dia - após o fechamento do mesmo). 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, feita com texto e vídeo (normalmente, gravado com um celular). Já os repórteres, normalmente responsáveis pela atualização de canais específicos, 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 - elaboração de páginas/canais especiais, ilustrações, tabelas, galerias de imagem, gráficos, infográficos animados e *hot sites* (*sites* promocionais provisórios) - ficava sob a responsabilidade de dois *webdesigners*.

⁴ Dado retirado de entrevista com repórter do NE10.

De segunda a quinta, o *site* ficava apenas quatro horas sem atualização. Nas sextas-feiras, ele era atualizado das 7h às 1h da madrugada, aumentando esse intervalo para oito horas, uma vez que, no sábado, o expediente começava às 9h. No domingo, a alimentação do *site* também se iniciava às 9h, deixando um vão de onze horas entre a última postagem do dia anterior e a primeira da semana. A jornada terminava às 00h para voltar ao ciclo semanal às 7h da segunda. Um aspecto relevante na postagem das notícias no período em que ninguém está na redação é a mobilidade que os profissionais do veículo possuem em redigir, editar e publicar as matérias de qualquer lugar com acesso à internet, podendo fazer todo o processo de produção da notícia na própria residência.

Se até a consolidação do jornalismo digital, o computador era utilizado apenas como elemento auxiliar para a produção de informações, em seu quadro atual, este instrumento (aliado a suas extensões tecnológicas, como *tablets* e celulares) constitui 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).

Em 2010, o NE10, já apresentava a maior parte desses fatores, tendo já conquistado sua autonomia em relação ao jornal impresso e possuindo intensa participação de seu público na confecção do material informativo. Sua estreia na internet se deu em 1994, como uma espécie de boletim eletrônico em gopher (protocolo de redes de computadores que atua como um mecanismo de busca). No momento inicial deste sistema, não tinha matérias próprias, mas abrigava o material que sairia no dia seguinte no Jornal do Commercio. Na época, o *site* fazia referência estrita ao impresso, sendo uma versão *online* deste. Depois de modernizar a cada ano suas coberturas, o NE10 tornou-se um portal, com hospedagem no provedor Universo Online (UOL), e 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. O portal apresentava características marcantes do webjornalismo contemporâneo, como *podcasts* de áudios, reportagens multimídia, interatividade, transmissões de vídeos em tempo real e a cobertura de grandes eventos (a exemplo das

coberturas das Eleições 2008, do Vestibular 2010 e do Carnaval 2010). Sendo o portal mais acessado do Norte/Nordeste do Brasil, o veículo alcançava picos de 82 milhões de *Page Views* por mês⁵ e de 10 milhões de visitantes únicos mensais (UOL/Ibope 2009).

Em 2010, o espaço se desvinculou judicialmente do Jornal do Commercio (JC) tornando-se uma 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 auto denomina como “a evolução e consolidação” do JC Online continua dependendo do JC para algumas publicações, e principalmente, apuração de parte do seu conteúdo.

3. A Fragmentação e a Reinterpretação dos Valores-Notícia

Assim como Wolf (2001), Traquina (2005) e Hohlfeldt (2008) acreditamos na existência dos valores-notícia no decorrer de todo o processo de produção da notícia. Dessa forma, entendemos que 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). Ao mesmo tempo em que são compartilhados, quase que de maneira consensual, entre os profissionais da área, 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, valores-notícia ajudam a narrativa jornalística a descontextualizar e recontextualizar cada fato (HOHLFELDT, 2008), adaptando a interpretação dos acontecimentos a determinadas realidades.

Os critérios considerados por este estudo em relação à fragmentação das informações foram *frequência*, *formato*, *disponibilidade* (relativos aos meios de informação), *continuidade* (substantivo) e *furo* (relativo à concorrência). Além de atuar sob a pressão da instantaneidade, a plataforma do webjornalismo permite a publicação infinita e sem limites quanto ao formato e tamanho. 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 conseqüente publicação) ou a notícia de um acidente (acompanhada da promessa de “mais informações em instantes”). Coberturas deste tipo encaixam-se bem na logística de

⁵ *Page Views* refere-se ao número de vezes que uma página é visualizada em algum navegador.

um veículo que tem necessidade de postar um quantitativo enorme de informações com um número reduzido de profissionais.

A fragmentação passa a ser um critério 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. Assim, “quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio de informação, mais provável será a sua seleção como notícia por esse meio de informação” (GALTUNG; RUGE, 1965, apud WOLF, 2001, p. 211). O que nos leva à valorização de mais um fator relacionado à frequência, a *continuidade*. Pautas que prometem repercussão e rendem “o desenrolar do fato”, permitem maior ‘alimentação’ do portal, já que são publicadas com a promessa de novos *posts* (publicações), garantindo a audiência do público interessado no assunto e material para postagens futuras.

Essa fragmentação favorece o encontro de várias matérias do assunto numa mesma *home*. Na quarta-feira (17) da semana analisada, foram encontradas cinco matérias referentes às investigações sobre o assassinato da alemã Jennifer Kloker⁶, 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

Outro recurso decorrente da fragmentação e que facilita o trabalho dos jornalistas é retrospectiva padrão “Entenda o caso”, colocada ao final dos textos, seja por meio de um link ou em parágrafos. Ela é usada quando o assunto leva dias, semanas ou meses para ser concluído e, nesse intervalo de tempo, rende publicações para o veículo. Nessas situações, as matérias atualizadas trazem consigo um relato do que causou todas aquelas decorrências. A maioria das notícias referentes ao Caso Jennifer continha um intertítulo chamando para

⁶ A alemã, de 22 anos, foi assassinada, na Região Metropolitana do Recife, PE, numa simulação de assalto encomendada pelo marido. O esquema incluía ainda os sogros da jovem, que estavam presentes no momento do suposto assalto. A armação foi descoberta pelos policiais, quando juntavam pistas sobre os ‘assaltantes’, e os envolvidos foram presos.

alguma lembrança relacionada ao assassinato da alemã. Até mesmo a matéria *Cunhada de Jennifer vai à PF regularizar passaporte*, que abordava a visita da cunhada da vítima à Polícia Federal para regularização do passaporte, trouxe, ao final do texto, quatro parágrafos para relembrar o caso. O trecho-padrão representou metade da publicação, que teve um total de oito parágrafos. Logo, a retrospectiva, mesmo que repetida, além de complementar o sentido do material, serviu para incrementá-lo. Esse acúmulo de material é possível em função do *formato* expansivo, democrático e maleável do webjornalismo, que permite haver uma gama infinitamente maior de publicações, já que praticamente não possui limites espaço-temporais e de extensão. Tamanho espaço disponível na base de dados e permissão criativa favorece mudanças na *disponibilidade* do jornalista de internet, que, evita, na maioria dos casos, o deslocamento das redações, para publicar a quantidade de material necessária para acompanhar o ritmo acelerado da web. Tal mudança na postura do profissional só é possível devido ao uso de novos instrumentos na captação, seleção e elaboração da notícia, como *tablets*, câmeras filmadoras/fotográficas e gravadores, que agilizam a produção informativa.

A fragmentação permite ainda a publicação do que se tem para um futuro esclarecimento ou detalhamento do fato. Nessas situações, usa-se a expressão “atualizada às xx horas”, como no caso da matéria *TRE-PE anula concurso. Nova seleção ainda sem data e Conesul terá que devolver taxa* (manchete da *home* da tarde da segunda-feira, 15). Já se esperava um posicionamento da presidência do Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco (TRE-PE) sobre o cancelamento do concurso, porém, a antecipação da decisão não permitiu uma maior apuração sobre o assunto. As primeiras informações sobre o cancelamento foram postadas no *site* às 10h17, mas a concretização da notícia só aconteceu à tarde, com a adição de uma entrevista em vídeo, feita pelo próprio *site*, com a representante dos ‘concurseiros’ de Pernambuco; de oito *hiperlinks* do tipo ‘Leia Mais’ (ligando para matérias antigas sobre o assunto) e de um link para o *site* do TRE-PE; além da complementação do texto, que ficou com sete parágrafos. Apesar de ter sido publicada pela manhã, a matéria traz a seguinte frase em caixa alta, em baixo do título e da referência ao autor da publicação: “atualizada às 14h15” (como pode ser visto na Figura 1).

TRE-PE anula concurso

Publicado em 15.03.2010, às 10h17

Do JC Online

ATUALIZADA ÀS 14:15

O Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco (TRE-PE) decidiu anular o concurso realizado no último dia 17 de janeiro e romper o contrato com a empresa responsável pelo certame. A informação foi antecipada, na manhã desta segunda-feira (15), pelo presidente do TRE-PR, Roberto Ferreira Lins. Não existe previsão para realização de novo concurso. De acordo com Roberto Lins, a empresa responsável - Fundação Conesul de Desenvolvimento (Conesul), do Rio Grande do Sul - vai ser obrigada a devolver as taxas de inscrição cobradas dos candidatos.

Figura 1– Trecho de matéria com atualização declarada (destaque para o trecho “atualizada às 14h15”)

Essa estratégia de postar o imediato e adicionar novas informações na medida em que elas aparecem acaba estimulando o leitor a voltar à página várias vezes para acompanhar a adição de novas informações àquela matéria. A plataforma da internet foi determinante na complementação dos dados e no enriquecimento do material, uma vez que possibilitou a divulgação imediata e a posterior ordenação do fato. Esse exemplo nos traz ainda o uso típico do hiperlink. Esse recurso permitiu ao jornalista relatar a situação atual sem a preocupação de ler matérias anteriores para construir uma retrospectiva, esta se formou pelo simples encadeamento dos *links* mais importantes sobre protestos em prol da anulação do concurso e notícias ainda mais antigas sobre o órgão em questão. Isso possibilita que o profissional realize suas produções em menos tempo e que o internauta tenha a escolha de aprofundar o assunto. Os *hiperlinks* dão sentido ao conjunto desmembrado, ultrapassando, muitas vezes, os limites informativos destacados ao leitor, como em casos de textos sobre estreias de cinema em que apareçam *links* para trailers, biografias, críticas cinematográficas, promoções etc. Assim, eles são dotados de função dêitica por monitorarem a atenção do leitor, selecionando os focos de atenção, além de desempenharem uma função coesiva por amarrarem as informações ‘soldando’ peças esparsas de maneira diferente (KOCH, 2007, apud VENTURA, 2009).

Ao mesmo tempo em que a edição dos textos já publicados possibilita o enriquecimento das informações, quando relacionada à velocidade e medo do *furo* jornalístico, ela favorece erros⁷. Os meios jornalísticos observam as publicações uns dos outros e tentam chegar à frente do concorrente quando desconfiam que este trará à tona determinada pauta no dia seguinte. Caso não seja possível ‘dar em primeira mão’ a história,

⁷ Por não ter acompanhado as postagens do portal em tempo integral, este estudo não pode recolher exemplos de casos de enganos quanto às informações divulgadas, já que elas são corrigidas ao longo do dia. A coleta das *homes* feita uma vez por turno e o acompanhamento das matérias ao final de cada dia limitou as amostras.

vale ser o primeiro a mostrar o ‘lado obscuro’ daquele assunto ou informar elementos novos do fato que ainda não tenham sido cogitados pelos demais veículos. Essa disputa pelo pódio se torna ainda mais intensa no jornalismo *online*, em que as notas são publicadas quase que em tempo real, com pouco ou nenhum tempo para checagem dos dados.

O exemplo na Figura 2 (abaixo), do dia 24 de março - uma quarta-feira posterior à semana de análise -, foi construído com dados retirados pelo portal de seu parceiro na internet, o UOL (responsável pela hospedagem do NE10 na web). Ele é uma mostra não de um erro explícito, mas de uma atitude perigosa no que tange à garantia da credibilidade do material divulgado. A simples cópia de uma informação que começa a ser espalhada por diversos veículos abre brechas para possíveis enganos. Da mesma forma, ela elimina a existência dos furos, que não duram mais que poucos minutos, uma vez que, ao descobrir o ‘desfalque’ – a falta da matéria em suas páginas – o NE10 corre atrás daquela informação. O grau de apuração ou, ao menos, de tentativa de confirmação do ocorrido, acaba sendo relativo, variando de acordo com a subjetividade do editor/editor-assistente que estiver à frente das publicações naquele momento.

DATA

Enem 2010 pode ser no primeiro fim de semana de novembro

Publicado em 24.03.2010, às 14h46

Do JC Online

Com informações do UOL

O Ministério da Educação (MEC) já tem uma possível data para a realização do Enem 2010 (Exame Nacional do Ensino Médio). As provas poderão ser aplicadas nos dias 6 e 7 de novembro. Nessa terça (23), durante reunião com os reitores das universidades federais, o Ministério da Educação (MEC) apresentou um cronograma preliminar, com início das inscrições em junho e encerramento do processo em janeiro de 2011. As datas ainda estão sendo analisadas pelo Inep (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais).

O ministro da Educação, Fernando Haddad, já afirmou que as provas deveriam ocorrer apenas após o segundo turno das eleições.

Figura 2 – Texto construído com informações do UOL

Na matéria *Enem 2010 pode ser no primeiro fim de semana de novembro* (leia a notícia na Figura 2), as informações nem chegaram a serem confirmadas. O material é enxuto justamente pelo pouco conteúdo que pode absorver do texto de origem (a nota divulgada no canal Educação do UOL). Apesar de ter divulgado a matéria com mais de duas horas de antecedência (Figura 3), o portal do UOL não leva o mérito do furo. A fonte que produziu os

dados iniciais copiados por diversos outros *sites* foi a Agência Brasil, veículo governamental que oferece notícias gratuitamente. A agência divulgou o fato por volta das 11h.

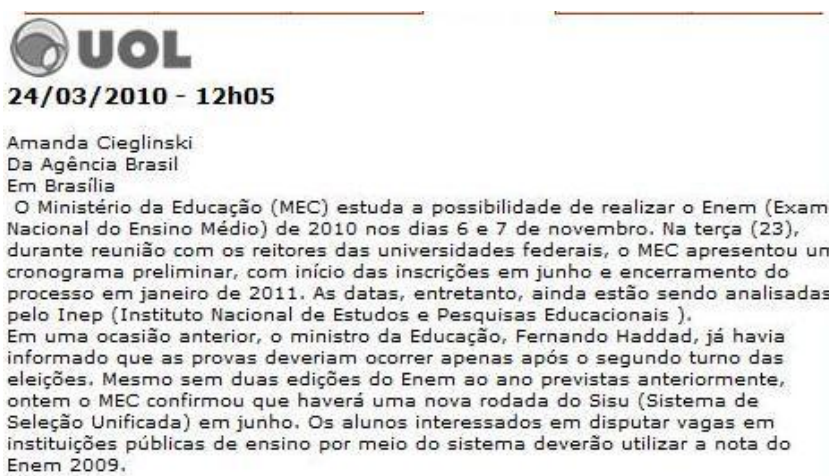


Figura 3 – Texto do UOL, única fonte da matéria *Enem 2010 pode ser no primeiro fim de semana de novembro*

Essa cadeia informativa, em que o UOL copia o texto da Agência Brasil e o NE10 absorve o material do UOL sem fazer *hiperlinks* com os *sites* utilizados como fontes (há apenas a atribuição do crédito, mas não um link para que o leitor possa checar na fonte de origem) é feito propositalmente. Dalmonte (2009), resgatando Dimitrova (2003), destaca que existe medo por parte dos *websites*, de que *links* externos levem o leitor para fora do portal, sob o risco de que o usuário não volte mais.

Os resultados [da pesquisa⁸] mostram que a maioria dos *hiperlinks* (94.8%) leva o leitor para o material relacionado localizado no próprio *site* do jornal. O destino do *hiperlink* era um outro *Website* em apenas 137 (4.1%) dos casos. Os links externos, em sua maioria, conduziam a endereços genéricos, “.com” (64.9%). Os demais conduziam a destinos “.org” (29.9%) e “.gov” (3.6%). (DIMITROVA, 2003 apud DALMONTE, 2009, p. 168).

A reprodução quase que idêntica feita a partir do material da agência institucional nos leva a pensar ainda sobre os bastidores da produção webjornalística e os valores do mundo virtual. Seguir o caminho contrário ao que estes veículos fizeram seria seguro para obter mais detalhes e uma certeza sobre o fato, porém, se as mesmas informações fossem publicadas horas ou dias depois, elas se tornariam um conteúdo velho, ultrapassado, pois, mesmo que incertas, já teriam sido lidas e entrado em debate na sociedade.

⁸ O estudo sobre a cobertura online da execução do terrorista Timothy MC Veigh, com 15 principais portais norte-americanos, identificou que os links internos superavam em quantidade os externos.

Por ser uma fonte ligada ao governo federal, a Agência Brasil goza de certa oficialidade, e, por isso, pode ser considerada credível em divulgações unilaterais, como no caso da data do Enem, em que não haveria como uma contestação revelar novas informações ou enquadramentos, no entanto, há casos de ‘copia e cola’ a partir de textos de twitters, blogs ou até mesmo outros *sites* jornalísticos. Essas atitudes parecem enveredar pela escolha da velocidade em primeiro lugar, em ser primeiro a qualquer custo. Assim, o valor da notícia estaria, em alguns momentos, residindo mais em sua instantaneidade do que em sua credibilidade (ADGHIRNI, 2004).

4. Considerações Finais

Essa busca do NE10, e possivelmente, dos demais portais jornalísticos, pela publicação de cada vez mais notícias em um menor intervalo de tempo leva, inclusive, à compreensão de que há um público que demande este fenômeno. Assim, entende-se que existe um tremendo interesse dos internautas pela atualização instantânea da notícia, como destaca Adghirni (2004), em relação à população brasileira:

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).

A partir da observação dos contextos de produção que prezam pela instantaneidade, 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. Para a autora, a preferência por correr o risco de se retratar no ar em vez de relatar o fato com cautela representa uma maior valorização do “chegar na frente” que do “dizer a verdade” (MORETZSOHN, 2002, p. 120). 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. Da mesma forma, a relação do jornalista com a linguagem do hipertexto passa a ser de intimidade, de forma que não se pode pensar em atualização constante, base de dados, instantaneidade e convergência sem o uso dos infinitos nós da web.

Ao constatar esse fenômeno, o presente estudo, por meio da reflexão sobre características da cibercultura, do acompanhamento do *newsmaking* do NE10 e da análise das publicações do portal em questão, à luz do emprego dos critérios de noticiabilidade, confirmou a hipótese inicial de que *o contexto de produção das novas redações contribui para a fragmentação das notícias e para a reinterpretação de tradicionais critérios de noticiabilidade*. No que consta aos valores-notícia, notou-se que a plataforma da web reconfigura o emprego dos mesmos. *A frequência* se readapta ao ritmo instantâneo dos sites, logo, no caso do NE10, permite que fatos que se desenrolem ao longo do dia tenham presença marcante na página principal, que chegou a apresentar até cinco matérias sobre o mesmo assunto em um único dia. Tal fenômeno remete ao segundo critério analisado, *continuidade*, que garante a atualização contínua do portal, pois, uma vez publicado, o fato que já nasce com a ‘promessa’ de um desencadeamento de outros fatos assegura ao veículo que ele terá mais notícias para serem oferecidas ao público. Em contrapartida, o próprio público, dando-se conta de que o fato renderá mais informações, se manterá atento ao portal, à espera da repercussão. Outro fator determinante para a fragmentação no jornalismo online pôde ser visto em seu *formato* expansivo, democrático e, principalmente, baseado em sua base de dados, que permite o acúmulo infinito de publicações instantâneas. No que diz respeito ao medo do *furo*, quando colocado diante da prática comum na web do ‘copia e cola’, ele pode ter consequências ainda piores do que quando nos veículos tradicionais. Isso porque, ainda que a reprodução integral de textos já publicados em outros portais possibilite que o público seja informado, ela carrega em si o risco de falhas na apuração. Tal discussão está extremamente relacionada com o critério da *disponibilidade*. Devido à atualização instantânea de notícias e às novas tecnologias virtuais, os webjornalistas ficam cada vez mais presos às redações e, por sua vez, mais mediados (por agências de notícia, blogs, redes sociais, concorrência...) no trato com os fatos.

Assim, percebemos que cada vez mais os novos contextos de produção e as ferramentas de linguagem virtual possibilitam reconfigurações na prática jornalística, tanto na cadeia produtiva quanto na escala de consumo. Esse contexto nos desperta para necessidade de se estudar os rumos que o mundo ciber, com seu colaborativismo, com suas tecnologias de última geração e com os repórteres multimídia, estão dando a este campo da comunicação.

5. Referências

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

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.

DALMONTE, E. F. Webjornalismo: das inovações tecnológicas às inovações discursivas. In: **Pensar o discurso no webjornalismo**: temporalidade, paratexto e comunidade de experiência. Salvador: EDUFBA, 2009.

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.

LÉVY, P. A metáfora do hipertexto. In: **As tecnologias da Inteligência**. O futuro do pensamento na era da informática. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

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.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço**. O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

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

VENTURA, M. de S. Hipertexto, noticiabilidade e teoria do jornalismo na web. In: **Encontro Nacional de Professores de Jornalismo**. 12. ed., abr. 2009, Belo Horizonte.

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