

# Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências

Thaís Helena Ferreira Neto  
(Organizadora)

 **Atena**  
Editora

Ano 2018

Thaís Helena Ferreira Neto  
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo:  
Conceitos e Tendências

Atena Editora  
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

#### Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C741 Comunicação e jornalismo: conceitos e tendências [recurso eletrônico] / Organizadora Thaís Helena Ferreira Neto. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-026-1

DOI 10.22533/at.ed.261190901

1. Comunicação social. 2. Jornalismo. 3. Mídia digital. I. Ferreira Neto, Thaís Helena. II. Série.

CDD 303.4833

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

A obra “Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências” volume 1 é composta por 13 artigos que abordam discussões envolvendo comunicação e produção de conteúdo através de dispositivos móveis, como aplicativos (apps), mídias digitais, plataformas interativas, mobilidade e convergência midiática. Tendências que permeiam o Jornalismo nas multitelas.

Pensar o Jornalismo como impulsionador dessas ferramentas digitais é oportunizar novas opções de diálogo para o cenário, seja no jornalismo televisivo, radiofônico, impresso, investigativo, na assessoria de imprensa ou no próprio jornalismo digital.

A digitalização do jornalismo, as capacidades que a internet oferece aos jornalistas na obtenção de dados e de acesso à informação, a proliferação de canais de comunicação e a potencialmente da interatividade entre jornalistas e fontes e entre jornalistas e público, são fatores que apontam para a existência de um campo jornalístico envolvendo todos os agentes sociais.

Essa tendência de pesquisa com foco no jornalismo digital é reflexo do cenário que hoje tem como alguns temas latentes as redes sociais, polarização política, checagem de fatos, jornalismo de dados, audiência e estatísticas, desinformação e representatividade. Assuntos em pauta, importantes para um diálogo plural e consciente.

Thaís Helena Ferreira Neto

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>7</b>
INTERAÇÃO, INTERATIVIDADE E SUBJETIVIDADE: UM ENSAIO SOBRE CONTRATO DE LEITURA NAS REDES DIGITAIS	
César Steffen	
DOI 10.22533/at.ed.2611909011	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>19</b>
A INTERATIVIDADE NOS CIBERMEIOS DE DOURADOS: COMO OCORRE A PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS NA WEB	
José Milton Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.2611909012	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>31</b>
A COBERTURA DO NOVO JORNAL NOS ATENTADOS DO CRIME ORGANIZADO NO RN: PRODUÇÃO NOTICIOSA E INTERAÇÃO NO <i>FACEBOOK</i>	
Adriano Charles Silva Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.2611909013	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>42</b>
REDESSOCIAIS E SEXUALIDADE: CONCEPÇÕES A PARTIR DAS VIVÊNCIAS DOS ADOLESCENTES DO <i>CAMPUS IFAM/HUMAITÁ</i>	
Alline Penha Pinto	
Paulo Severino da Silva	
Flávia Heloísa da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.2611909014	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>50</b>
FACEBOOK E NUTRIÇÃO	
Samara Carolina Fernandes Ferreira	
Graciele Stolarski	
Ana Paula Machado Velho	
Tiago Franklin Rodrigues Lucena	
DOI 10.22533/at.ed.2611909015	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>57</b>
MÍDIA ONLINE: COMO O CIBERJORNALISMO ABORDA AS DOENÇAS PSÍQUICAS	
Jacir Alfonso Zanatta	
Bianka Macário	
Valesca Soares Consolaro	
DOI 10.22533/at.ed.2611909016	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>66</b>
UMA ENQUETE <i>ONLINE</i> : MODELAMENTO MATEMÁTICO DE TEMPOS DE RESPOSTA E ANÁLISE CRÍTICA	
Paulo Roxo Barja	
Cláudia Regina Lemes	
DOI 10.22533/at.ed.2611909017	

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>77</b>
MT TV- 1ª EDIÇÃO: REFLEXOS DE INTERATIVIDADE NO CONTEÚDO NOTICIOSO DO TELEJORNAL	
Ulislávio Oliveira Evangelista	
Roscéli Kochhann	
DOI 10.22533/at.ed.2611909018	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>87</b>
REMEDIAÇÃO SEM INTERAÇÃO: UM EXAME SOBRE A PRESENÇA DE O GLOBO NO FACEBOOK	
Telma Sueli Pinto Johnson	
Warley Bueno Pereira Jr.	
DOI 10.22533/at.ed.2611909019	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>104</b>
THE ENTIRE HISTORY OF YOU: OBSESSÃO MNEMÔNICA E ARQUIVISMO COMPULSIVO NOS HARDWARES DE MEMÓRIA ARTIFICIAL	
Tiago Ricciardi Correa Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.26119090110	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>112</b>
SEMINÁRIO DE LINGUAGENS COMPARADAS: UNIR SABERES PARA UM JORNALISMO DE EXCELÊNCIA	
Caroline Maria Beccari	
Sônia Regina Schena Bertol	
DOI 10.22533/at.ed.26119090111	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>125</b>
UMA REVISTA MAGRA: COMO A VEJA ONLINE ABORDA A ANOREXIA	
Bianka Macário	
Jacir Alfonso Zanatta	
DOI 10.22533/at.ed.26119090112	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>135</b>
CONTEÚDO VOMITADO: COMO A VEJA ONLINE ABORDA A BULIMIA	
Ingrid Rocha de Moraes	
Jacir Alfonso Zanatta	
DOI 10.22533/at.ed.26119090113	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>144</b>

## A COBERTURA DO NOVO JORNAL NOS ATENTADOS DO CRIME ORGANIZADO NO RN: PRODUÇÃO NOTICIOSA E INTERAÇÃO NO *FACEBOOK*

**Adriano Charles Silva Cruz**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte,  
Departamento de Comunicação, Natal-RN.

**RESUMO:** Analisamos a cobertura do Novo Jornal sobre as ações criminosas ocorridas no Rio Grande do Norte (RN) em julho e agosto de 2016. Esse veículo surgiu, em 2009, no contexto das transformações produtivas na era da convergência e da sociedade midiaticizada. Além da versão impressa, os jornalistas produziam conteúdo para o site, redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram) e disponibilizaram uma conta no WhatsApp para comunicação com os leitores. No período, aconteceu uma série de ações criminosas provocadas por uma facção que dominava os presídios no RN. Os repórteres realizaram uma cobertura jornalística de cerca de 160 horas explorando as potencialidades das redes sociais, das tecnologias móveis e das lógicas da cultura digital. As ações se alicerçaram na desconstrução das fake news e dos boatos, na interação com os leitores, na checagem dos fatos e na atualização imediata dos acontecimentos. Com isso, o número de seguidores do Facebook passou de 23 para 40 mil no período. Nossos estudos se fundamentam nas teorias da cibercultura, da midiaticização e dos estudos do jornalismo. A pesquisa é de caráter interpretativista e utiliza a netnografia,

entrevista semiestruturada e observação não participante. Os resultados indicaram que a linguagem usada, o imediatismo, a interatividade e a convergência das mídias foram determinantes para atrair novos leitores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Convergência. Facebook. Interatividade. Midiaticização. Redes sociais.

**ABSTRACT:** We analyzed the coverage of Novo Jornal about criminal actions that occurred in Rio Grande do Norte (RN) in July and August of 2016. This communication vehicle emerged in 2009 in the context of productive transformations in the age of convergence and mediatized society. Besides the print version, journalists produced contents for the website, social media networks (Facebook, Twitter and Instagram) and they made a WhatsApp account available for communication with readers. During this time, a series of criminal actions was provoked by a criminal group who dominated prisons in the RN. Reporters made a press cover of about 160 hours exploring the potential of social media networks, mobile technologies and the logic of digital culture. The actions were based on the deconstruction of fake news and rumors, as well as the interaction with readers, fact checking and immediate updating of events. Thereby, the number of Facebook followers rose from 23 to 40

thousand in that period. Our studies are based on cyberculture theories, mediatization and journalism studies. This interpretative research uses in its methodology the netnography, semi-structured interview and non-participant observation. The results indicated that the language used, the immediacy, the interactivity and the convergence of the media were decisive in attracting new readers.

**KEYWORDS:** Convergence. Facebook. Interactivity. Mediatization. Social networks.

## 1 | INTRODUÇÃO

As transformações que a sociedade midiaticizada impôs às práticas sociais são bastante perceptíveis, pois as tecnologias se expandem no cotidiano: *stories*, *lives*, fotografias “photoshopadas” abundam nas redes sociais. Sem contar a proliferação de novos *experts* em comunicação, youtubers e blogueiros, que se profissionalizam a cada dia. A narração dos acontecimentos noticiosos, antes hegemonicamente um domínio dos jornalistas, passa a ser realizada pelas fontes e pelos então “receptores” dos processos comunicacionais. Este texto narra a cobertura de uma equipe de jornalistas no Rio Grande do Norte (RN) dentro de um quadro de uma nova dinâmica interacional com o público, proporcionada por essa ambiência de intensa midiaticização, onde novos fluxos e atores sociais complexificam os processos de produção e recepção.

Entre os dias 29 de julho e 7 de agosto uma série de incêndios e ataques a prédios públicos promoveram um clima de tensão e medo no Rio Grande do Norte. A onda de crimes foi comandada por um agrupamento criminoso em represália à implantação de um bloqueador de sinal de celular. Segundo a Secretaria de Defesa Social do RN, houve 109 atentados: 63 incêndios, 31 tentativas de incêndio, sete disparos contra prédios públicos, quatro ataques com explosivos e quatro depredações, atingindo ao todo 38 cidades. Ao lado desses acontecimentos negativos, pululavam boatos e *fake news*, intensificando o debate público e gerando incertezas quanto à dimensão do problema. A onda de violência atraiu a atenção da mídia local e nacional e longos debates nas redes sociais.

A era da conexão e a “midiaticização da cultura e da sociedade” (HJARVARD, 2014) impuseram desafios ao jornalismo impresso: agilidade, mobilidade, interatividade e convergência midiática são algumas das características desejáveis à produção noticiosa. Em 2009, nasceu o *Novo Jornal* no contexto dessas transformações produtivas; além de impresso e online, administravam uma *Fan Page*, perfis no Instagram e no *Twitter* e uma conta no *WhatsApp*. Essas redes sociais, sobretudo o *Facebook*, eram a ferramenta usada cotidianamente para focar os acontecimentos factuais que, em seguida, eram aprofundados no impresso.

Durante aquela onda de atentados, os repórteres do jornal intensificaram a cobertura jornalística e produziram posts nas redes sociais durante 160 horas de atividades. Assim, o número de seguidores no *Facebook* passou de 23 mil para 40 mil

durante o processo, conforme informações do próprio jornal, publicadas no dia 7 de agosto de 2016.

Quais as razões dessa aderência ao veículo? Como se articulava a linguagem no impresso e nas redes sociais? Essas questões norteiam esta pesquisa. Assim, objetivamos entender como foi construída essa cobertura e como fora recebida pelos seguidores nas redes sociais.

A investigação que realizamos tem caráter qualitativo, histórico e lança um olhar interpretativista ao fenômeno comunicacional. Recordo que uma versão deste trabalho foi apresentada no 7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo, realizado na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, em outubro de 2016. Dessa forma, este texto conta com as contribuições de outros pesquisadores e participantes do nosso grupo de trabalho.

Em um primeiro momento, realizamos uma observação não participante da *Fan Page* do Novo Jornal. Segundo Kozinets (2014), trata-se de uma “netnografia”, imersão online nas comunidades virtuais e nas questões culturais que lhe são pertinentes.

Em um segundo momento, entrevistamos os repórteres e editores que atuaram diretamente no caso. As entrevistas foram semiestruturadas e realizadas por telefone ou pelo aplicativo *WhatsApp*. Atribuímos aleatoriamente uma numeração aos entrevistados com o objetivo de não identificá-los, conforme estabelecido previamente. Por fim, mantivemos as marcas da oralidade nas transcrições das entrevistas.

Essas duas metodologias complementares produziram uma radiografia das rotinas produtivas em tempos de alta midiatização e de um jornalismo participativo.

## 2 | CULTURA DA CONVERGÊNCIA E PARTICIPAÇÃO

A maneira de se fazer jornalismo se transforma constantemente em razão dos avanços tecnológicos e da necessidade de maior interação e participação efetiva dos leitores. A convergência midiática e as potencialidades das mídias móveis produziram uma aceleração na cobertura jornalística. As redes sociais na palma da mão – a partir dos dispositivos móveis – permitem uma inigualável circulação de informações – nem sempre confiáveis – em movimentos difusos e interconectados. “Na web, com ferramentas cada vez mais fáceis de gerar e atualizar páginas pela Internet, qualquer fato novo pode ser inserido em tempo real se houver uma máquina” (PRADO, 2011, p. 50).

Jenkins (2009) aponta que os processos de convergência se dão a partir dos conteúdos, tecnologias, modelos organizacionais e atividades profissionais. Nesse sentido, as tecnologias de conteúdos multiplataforma, a ampliação do processo de cobertura jornalística colaborativa e o uso das tecnologias móveis promovem importantes mudanças no modo de produção da notícia. “Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através das múltiplas plataformas de mídias, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos”

(JENKINS, 2009, p. 29). Assim, esse encontro entre mídias sociais, alternativas, tradicionais, produtor e consumidor se torna perene. O jornalista, outrora detentor das informações, compete com o cidadão comum e o seu *smartphone*. Conforme nos ressalta Mielniczuk (2013 p. 123):

[...] cada cidadão em potencial é produtor de informação, não importando se com intenções ou com ambições jornalísticas, mas atuando de alguma forma no campo do jornalismo ou muito próximo dele. Nesse cenário tão recente, o celular desafia com velocidade e força atozes as práticas do fazer jornalístico.

No caso da cobertura do *Novo Jornal*, esse foi um dos fatores na circulação e produção noticiosa, como observa o entrevistado 1: “A gente recebia muita informação tanto pelo *Facebook* quanto pelo *WhatsApp*. Nosso papel foi receber essa informação, checar e devolver checada” (entrevistado 1). Dessa forma, a tarefa de separar acontecimento dos boatos e das *fake news* foi a tônica da mediação jornalística. Ressaltamos que embora os boatos também sejam narrativas equivocadas, nem sempre há a intenção de levar ao erro. Já, segundo Allcott e Gentzkow (2017, p. 4), as *fake news* são “notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsas, e podem enganar os leitores”.

A “cultura participativa” (JENKINS, 2009) insere-se num contexto de convergências, de produção e de distribuição de conteúdos em diversas mídias e plataformas. Assim, um vídeo produzido por um usuário do *Facebook* pode estar no site do jornal local como um “furo de reportagem”; analisado por especialistas em um programa de TV ou replicado em “memes” na Internet. No jornalismo, essa é uma tendência mundial que engendra uma série de reflexões sobre a produção noticiosa. “O jornalismo com a participação de colaboradores ganha várias denominações: jornalismo aberto, jornalismo colaborativo, jornalismo *open source*” (PRADO, 2011, p. 185).

Esse “jornalismo aberto” foi uma das estratégias usadas na cobertura dos atentados no RN: “Nós nos abrimos completamente. Para receber sugestões, para falar com leitor, com tudo. A gente responde quase tudo. Você precisar ver o nível de interação que há no *WhatsApp* entre os leitores e a gente (entrevistado 1)”. Essa nova dinâmica de interação foi confirmada pelo depoimento do jornalista 2: “A adesão foi motivada pela rapidez na apuração e pela pronta resposta aos leitores. A nossa cobertura foi feita com a plena – e irrestrita – participação dos leitores (entrevistado 2)”.

Nesse contexto, consumidores e produtores de informação não estão mais separados no processo, ao contrário, cooperam na produção de noticiabilidade. A facilidade do uso tecnológico móvel possibilita a entrada de novos “comunicadores”, ampliando a rede de informações e a zona de circulação. De certa maneira, “[...] estamos vivendo cada vez mais no interior das culturas baseadas na inteligência criativa” (JENKINS, 2009, p. 184).

A revolução tecnológica alicerçada nas tecnologias da informação e comunicação remodelaram as estruturas sociais contemporâneas em ritmo frenético. O mundo

do trabalho, as organizações e a vida cotidiana sofrem alterações pelo excesso de informação oriunda das redes sociais, da radiodifusão e dos outros fluxos informais. Aliado a isso, a convergência midiática concentra e remodela o acesso ao mundo, deslocando as fronteiras espaciais. Já as redes sociais digitais modificam as estruturas jornalísticas e desafiam a produção de conteúdos em um mundo hiperconectado. Como lembra Castells (2005, p. 40), vivemos

[...] um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e dos humores dos indivíduos.

Assim, construímos novas formas de sociabilidade e proporcionamos mais acesso aos canais de produção comunicacionais. As redes sociais evocam o desejo de participação e conectividade. “Sempre quisemos ser autônomos, competentes e conectados; só que, agora, a mídia social se tornou um ambiente para acionar esses desejos, mais do que suprimi-los” (SHIRKY, 2011, p. 82-83).

Vive-se o tempo da sociedade midiaticizada, flexível, em rede e aberta à multiplicidade. Em outras palavras, as práticas midiáticas afetam todas as práticas sociais. Essa lógica de produção em rede altera as experiências relacionais do sujeito com a alteridade e promove novas discursividades e maneiras de se situar no mundo, como nos recorda Castells (1999, p. 565):

Embora a forma de organização em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. [...] essa lógica de redes gera uma determinação social em nível mais alto que a dos interesses sociais específicos expressos por meio das redes: o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder. A presença da rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade: uma sociedade que, portanto, podemos apropriadamente chamar de sociedade em rede, caracterizada pela primazia da morfologia social sobre a ação social.

Se outrora era impossível fugir da mediação das mídias tradicionais, podemos afirmar que não concebemos a sociedade contemporânea sem a onipresença das relações sociais *online*. E, por conseguinte, o aprofundamento da integração do público no fazer jornalístico colaborativo. Como adverte Jenkin (2009), há uma série de possibilidades e riscos nesse processo. “Quando as pessoas assumem o controle das mídias, os resultados podem ser maravilhosamente criativos; podem ser também uma má notícia para todos os envolvidos” (JENKINS, 2009, p. 45). Nesse sentido, é fulcral a curadoria e a mediação dos jornalistas no oceano das redes sociais.

### 3 | OS DESAFIOS DA COBERTURA E OS ACONTECIMENTOS JORNALÍSTICOS

A cobertura começou na tarde do dia 29 de agosto de 2016, quando os jornalistas receberam via *WhatsApp* um vídeo em que alguns detentos da penitenciária de

Parnamirim (RN) ameaçavam uma retaliação contra um bloqueador de sinal telefônico. Horas depois, os criminosos atearam fogo em um ônibus da região da Grande Natal. As ações se repetiram por sete dias consecutivos até o envio das tropas nacionais.

Esse acontecimento negativo estava prenhe de “valores-notícia” (TRAQUINA, 2005) que logo despertaram o interesse social. Violência, negatividade e inusitado se imbricavam nos fatos e os tornavam manchetes nacionais.

Traquina (2005, p. 79) defende um sistema de classificação dos valores-notícia, destacando a violência, o conflito e a infração como elementos fulcrais para o interesse jornalístico. Portanto, esses abundavam no cenário de tensão provocado pelos atentados no RN.

No jornal impresso, há uma necessidade de maior apuração e profundidade comparando-o com os telejornais. Esse *delay* entre o fato e o noticiado constitui-se em um desafio constante para os jornalistas. Por outro lado, as redes digitais e a blogosfera desempenham um papel importante na divulgação inicial dos acontecimentos. Ao cobrir uma pauta, o jornalista multimídia não só produz o texto, mas por vezes, realiza um vídeo, fotografa e edita o material que será recebido e divulgado rapidamente. Esse processo de produção contínua foi atestado pelo entrevistado 1:

*A gente já pegava nossos celulares. Todo mundo tem um administrador do Facebook do Jornal. Daí a gente já fez uma transmissão ao vivo. Isso virou padrão. Várias saídas que a gente fez, ativamos esse ao vivo”* (entrevistado 1).

Diante da quantidade de acontecimentos negativos e os inúmeros boatos, não havia tempo para a produção das pautas ou estabelecimento dos repórteres nas redações. A cobertura se fazia *always on* a partir dos dispositivos móveis, como explica o entrevistado 4:

O trabalho foi atípico. A gente não precisava estar na redação, apurar lá. Então era assim: se eu fosse no caminho de casa e presenciasse alguma coisa que ocorreu... De lá mesmo, eu já enviava informações. Todo mundo ligado nos grupos de WhatsApp e das informações que chegavam no Facebook. Não tinha como pautar ou se pautar, era que fosse acontecendo. A gente, ligado em tudo, uns com os outros. E a gente tentava confirmar tudo por conta própria, com os contatos que a gente tinha. A gente se via tanto quanto cidadão que passava por aquilo quanto como repórter, como jornalista... A gente também sofria com a onda de boatos. A cobertura foi desenvolvida em cima dos dispositivos móveis. 24 horas por dia (entrevistado 4).

A agilidade na produção noticiosa e a inserção nas redes sociais promoveram uma intensa participação dos usuários que passaram a colaborar ativamente com o envio de material e informações que eram divulgadas e depois checadas. Todavia, conforme o entrevistado 1, os jornalistas mantinham um diálogo franco e alertavam a necessidade de apuração posterior da “notícia”, conforme o fragmento:

*Às vezes, a gente recebe a informação igual a um blog, jornais etc. O blog ele não checa, ele solta. Se a informação estiver correta, ponto pra ele. Se o jornal for checar ainda para depois publicar, dançou, perdeu. O leitor, muitas vezes, não quer saber se está checado. Então a cobertura de jornal, hoje em dia, não deve se dar ao luxo de se passar horas checando uma coisa. Ela tem que ser instantânea.*

*Chegou a informação, embora não esteja correta, você tem que deixar claro que foi uma informação que chegou, mas que você ainda vai checá-la. E você checa e dá a resposta para o leitor. Pode acontecer da informação não ser correta? Pode. Daí você continua a manter o diálogo com o leitor (entrevistado 1).*

Essa tensão entre o trabalho do jornalista e do usuário comum das redes sociais também foi observada no discurso dos outros entrevistados. A questão da apuração e da credibilidade é um dos elementos destacados no discurso a seguir:

*O boato se desconstrói com a apuração. Éramos práticos; recebíamos informações e tudo era checado com as fontes oficiais. Além disso, a nossa rede de leitores nos deu um ótimo feedback. Sabíamos de ações bem antes dos agentes de segurança. Essa relação de confiança/confiabilidade foi muito importante para o nosso trabalho. Os leitores se mostravam satisfeitos ao verem suas informações transformadas em notícias (entrevistado 2).*

Os aspectos positivos da cultura da conexão e da construção de um fazer jornalístico colaborativo se encontravam com a fluidez das informações nas redes sociais. Por vezes, as pessoas postam irrefletidamente notícias e comentários inverossímeis. A circulação de *fake news* se intensifica em escala global promovendo incertezas. Nesse contexto, cresce a necessidade de checagem para o discernimento do que é fato. Se antes o repórter era o único *gatekeeper*, agora a sua função é identificar o que é verdade no universo de informações que jorram dos incontrolláveis portões em tempos de “pós-verdade”.

Na cobertura de acontecimentos negativos, os boatos e as *fake news* tendem a se espalhar rapidamente. O *Novo Jornal* criou uma linha do tempo mostrando o que realmente era acontecimento e o que era boato: as informações tinham o seguinte *slogan*: “Eu estou bem informado!”. E reunia, em um único local, uma síntese de todos os acontecimentos. Nela, as informações falsas eram destacadas em caixa alta. Como no exemplo: “16h11 – BOATO: o vídeo de fumaça perto do presídio de Alcaçuz era na verdade queima de lixo. Fora isso, tudo normal”.

Segundo os jornalistas entrevistados, tal checagem foi decisiva no sucesso da cobertura e na adesão de novos seguidores nas redes do jornal. Aliada a uma constante interação com os leitores, que traduzia essa nova dinâmica de produção jornalística mais participativa:

*A credibilidade foi essencial. Em meio a muitos boatos, o Novo apareceu como um central de confirmação de informações. A comunicação com o público também foi importante. Dar feedback, tirar dúvidas, trazer o leitor para dentro do processo de produção e fazer com que ele se sentisse parte do jornal foram ações que causaram empatia e fidelizaram as pessoas (entrevistado 3).*

De fato, esse aspecto é reforçado no depoimento do entrevistado 5, que relata como se dava o processo de mediação jornalística:

*Foi um trabalho dobrado, no entanto importante e necessário, jornalístico. Trabalhamos para fazer as matérias do dia a dia e para desmentir os boatos. A apuração se dava por meio das informações oficiais da Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social e dos envolvidos nos fatos. Checando e recheando veracidade de fotos, vídeos e correntes que circulavam nas redes sociais (entrevistado 5).*

## 4 | A INTERAÇÃO EM REDE



Figura 1: Estatísticas da cobertura nas redes sociais.

Fonte: *Novo Jornal*, 2016.

Os dados apresentados pelo *Novo Jornal* indicaram uma adesão significativa, sobretudo, para um veículo que não era o líder de assinaturas do estado. De fato, observamos que no início dos atentados, os *posts* tinham poucos compartilhamentos e visualizações, não mais que uma dezena. Com o desenvolvimento das ações e o aprofundamento da cobertura, identificamos postagens que alcançaram um engajamento de mais de 1.500 pessoas, entre comentários e curtidas.

A interação com os leitores foi um dos destaques da cobertura. A linguagem utilizada permitiu maior proximidade com o usuário, percebemos que se operava um diálogo informal, próximo ao contato entre duas pessoas.

Dessa forma, o jornal deixava de ser, naquele momento enunciativo, uma instituição formal para se assemelhar a parceiro do seguidor, construiu-se um efeito de cumplicidade entre os emissores e os leitores. Acompanhem um exemplo dessa interação: a postagem no *Facebook* era um *link* de uma matéria que informava a suspensão da frota de ônibus em Natal; com medo dos atentados, os empresários decidiram tirar os veículos da rua. Observamos o diálogo, nos comentários, entre uma seguidora (A) e o jornal, que se assemelha a uma conversa informal entre amigos:

Seguidora A: “Agora ‘reiou’, como vou pra casa com essa ‘presepada’?”

Novo Jornal: Avisa quando chegar, A.

Seguidora A: “Cheguei já faz umas 2 horas. Obg!”.

Esse efeito de proximidade é bastante evidente no *post* analisado, há uma construção dialógica próxima àquela do dia a dia, com expressões regionalistas e informais. Em outra postagem do *Facebook*, essa interação dialógica se opera para

desmistificar boatos, mantém-se, de maneira análoga, a informalidade própria do diálogo:

Seguidora B: “E o bloqueio do Whats”.

Novo Jornal: “É boato das redes sociais”.

Por vezes, os seguidores reclamavam das ponderações que o jornal fazia das coberturas. Expressões como: “ainda não sabemos se tem relação com os atentados” ou “ainda precisamos apurar” inquietavam um certo público, sedento por notícias negativas. Observemos as postagens dos seguidores C e D:

Seguidor C: “Vcs do jornal me parecem que estão com medo de botar a boca no trombone. Fica com essa de eu acho. Tão querendo esconder os números?”.

Seguidor D: “E ainda precisa de confirmação? Meu Deus... Quando penso q melhorou... Snif, snif.”.

Por outro lado, identificamos um conjunto maior de elogios em quase todas as postagens. A checagem dos fatos e a agilidade na publicização dos acontecimentos renderam discursos positivos ao veículo, conforme ilustram os posts:

Seguidor E: “Show essa cobertura do Novo. Parabéns”.

Seguidor F: “Este jornal é 1000%%%/”.

Seguidor G: “Q boa notícia! Parabéns pelo excelente trabalho da polícia e de vcs do Novo Jornal nos mantendo atualizados”.

A interação dos seguidores se deu por meio de *likes*, comentários e compartilhamentos. Os *posts* com maior participação registrada ocorreram nos casos em que a violência apareceu mais claramente, com destaque para as notícias da capital do estado. A maioria das pessoas participava apenas clicando nos *likes*; embora, algumas também postassem comentários reiteradas vezes. Percebemos ainda um diálogo entre os seguidores num processo de comunicação que se ramifica “de muitos para muitos”.

O jornal não se limitou ao papel de mediador, mas procurou interagir e estabelecer um diálogo, para produzir um efeito de intimidade. Por outro lado, percebemos a presença de muitos comentários reacionários e com discurso de ódio que foram ignorados pelos *social medias*, possivelmente para evitar conflitos e polêmicas alheias à cobertura.

## 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos que a agilidade na cobertura e a interação com os usuários aproximaram as duas pontas do processo comunicativo. O jornal falava com um grande público nas páginas impressas e no site, mas, também, se dirigiu de maneira individualizada aos leitores na rede social. Nesse sentido, ocorreram processos

simultâneos que se autoalimentavam: a seleção das informações no emaranhado das redes, a checagem e a posterior divulgação das notícias.

Também, nelas, o leitor respondia às questões, opinavam sobre a cobertura e dialogava com o jornal. Defendemos que esse é um efeito discursivo promovido pelos *social media*, o que não invalida a satisfação do consumidor da notícia em se tornar também um produtor ou um avaliador direto do conteúdo. Dessa forma, exerceram também uma mediação entre os acontecimentos e os relatos, outrora tarefa exclusiva dos jornalistas.

Ademais, as redes sociais superam as limitações de espaço do jornal e as potencialidades de acolhimento das múltiplas linguagens ampliaram a cobertura: vídeos, fotos, gráficos e ilustrações foram atrativos para os leitores durante os atentados. Imersos numa cultura da participação, os usuários reproduziram e produziram novas informações num processo contínuo de mixagem dos acontecimentos, nessa nova dinâmica da midiatização.

Ao se abrir para as contribuições dos leitores, os jornalistas assumiram o desafio de lidar com as *fake news* que se avolumavam e propiciavam uma atmosfera de terror, típica dos acontecimentos negativos. Por outro lado, essa coparticipação engendrava maior interesse e proporcionava agilidade na descoberta das notícias. O público de fato tornava-se uma fonte noticiosa e, por vezes, produtor de conteúdo.

O recurso da linha do tempo sobre os acontecimentos funcionava como mecanismo de triagem das notícias verdadeiras e falsas; se desenvolvia um processo de *fact-checking* a partir do que era produzido nas redes por esses “novos atores” comunicacionais. Esse didatismo agradou os usuários que procuravam discernimento entre os fatos e as falsas notícias.

O *Novo Jornal* conseguiu alguns furos de reportagem como a prisão do principal comandante dos ataques e a notícia do incêndio de um importante prédio público em Natal. Segundo o relato dos entrevistados, as informações chegavam em ritmo acelerado, não havia tempo para retornar às redações. Assim, as potencialidades das mídias móveis – *smartphones* e *tablets* – foram essenciais na celeridade da cobertura.

O interesse pelo acontecimento e os valores-notícia a eles agregados também motivaram a produção dos jornalistas. A “tribo jornalística” imbuída de sua cultura e de seus valores axiológicos impregnou o fazer dos repórteres que saíam no próprio carro em busca da notícia. Apesar disso, em dezembro de 2017, o jornal deixou ser impresso e a equipe de jornalistas foi demitida. Encerrava-se mais um capítulo da história do jornalismo impresso no RN.

## REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal Of Economic Perspectives**, [s.l.], v. 31, n. 2, p. 211-236, maio 2017.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**, v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

MIELNICZUK, Luciana. O celular afronta o jornalismo. In: MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana. **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: Labcom Books, 2013.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-026-1

