

O PAPEL DO JORNALISTA NA ERA DIGITAL:

Um estudo de caso das rotinas de produção, reportagem e edição do G1 Pará¹

Samara Suely Souza da SILVA²

Fabício Santos de MATTOS³

RESUMO

Este artigo traz uma reflexão acerca do papel do jornalista na Era Digital através de um estudo de caso do G1 Pará, analisando as rotinas de produção, reportagem e edição na redação do Portal. A pesquisa busca também analisar a prática profissional aplicada ao jornalismo online a partir da experiência dos repórteres, produtores e editores do G1. Podemos observar que hoje, as novas tecnologias ao mesmo tempo em que aproximaram o público pela interatividade, trouxeram também novos aspectos ao jornalista para desempenhar o seu trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: webjornalismo; jornalismo online; G1 Pará; portais de notícias.

1 INTRODUÇÃO

A chamada Era Digital trouxe à sociedade uma nova forma de ampliar e potencializar a disseminação de conteúdo a este acesso, onde ele escolhe o que deseja consumir e compartilhar. O avanço das tecnologias de informação e comunicação, a internet e as redes sociais modificaram a forma de fazer jornalismo. Podemos observar que hoje as novas plataformas, ao mesmo tempo em que aproximaram o público pela possibilidade de interação, trouxeram também novas formas de trabalho para o jornalista.

A partir disto, o presente artigo faz um estudo de caso a partir das rotinas de

¹ Artigo apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, orientado pelo Professor Me. Fabrício Mattos.

² Graduada em Comunicação social, habilitação em jornalismo na Faculdade Estácio do Pará. E-mail: samara.silva02@gmail.com.

³ Orientador do Trabalho. Professor dos Cursos de Jornalismo e Publicidade da Faculdade Estácio do Pará. E-mail: fsdemattos@gmail.com

produção, reportagem e edição do G1 Pará, analisando a estrutura organizacional, buscando suas origens, e enfatizando a importância dos portais de notícias que geram conteúdo por meio de plataformas digitais. E também evidencia a convergência profissional dos atuantes da área.

O webjornalismo readaptou as linguagens jornalísticas dos outros meios, entretanto não podemos dizer que os antigos perderam o seu teor. Os meios tradicionais (impresso, radiofônico e o televisivo) habilitaram diferentes práticas do jornalismo na web, o dinamismo de ter a notícia em “tempo real”, a interação do usuário com o veículo ou com o próprio profissional.

As novas tecnologias facilitaram a procura pela informação em tempo real. E o jornalismo se adapta as novas regras, que são muitas vezes ditadas pelas práticas dos usuários nas redes. A narrativa jornalística contemporânea funciona melhor na web quando utiliza os recursos que são já conhecidos dos usuários, como links, imagens, vídeo ou som.

De acordo com o mercado e suas exigências, o presente artigo faz um estudo sobre as características mais consideráveis para o processo de produção e elaboração das reportagens no Webjornalismo, e analisa-se também de que forma o profissional pode usar deste meio para se destacar no campo. No entanto, como são as rotinas de produção e elaboração de reportagem nos veículos digitais? Quais habilidades o jornalista tem que ter num momento de convergência tecnológica?

Assim o objetivo geral desta pesquisa é compreender as rotinas profissionais e o processo de produção do jornalismo em portais de notícias a partir do estudo de caso do G1 Pará. São objetivos específicos: descrever a estrutura organizacional do portal G1 Pará; apontar como as rotinas de produção são realizadas pela equipe; classificar os critérios de seleção de notícias do G1 Pará; e identificar as tendências do jornalismo online a partir da experiência o G1 Pará.

O Jornalismo produzido no Brasil ganha força no meio digital, pois o crescimento de produção de conteúdo online está cada vez mais presente na realidade do país. Segundo pesquisas do Digital News Report, divulgado anualmente pela agência de notícias britânica Reuters e a Universidade de Oxford, um estudo comparativo sobre o consumo de notícias online em doze países – o mercado de mídia no Brasil está sendo identificado como a maior fonte de geração de conteúdo via redes sociais em toda a América Latina⁴.

⁴ As instituições entrevistaram mais de 70 mil consumidores de notícia online de 36 países. O índice de confiança no Brasil chegou de 60% entre os entrevistados, só não ultrapassando o da Finlândia, de 62%. Fonte: Digital News Report, 2017

A principal fonte de notícia no Brasil já é a internet, e os portais de notícias estão inclusos neste meio. A motivação pela realização da pesquisa é a necessidade de compreender como essa informação é mediada ao público a partir das novas rotinas de produção jornalísticas e como o digital altera essas práticas profissionais.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa pode ser descrita como um Estudo de Caso, dividido em três fases: a fase de campo, com realização de entrevistas e a análise das rotinas de produção de conteúdo jornalístico. É um estudo de caso porque descreve

uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas várias relações internas e nas suas fixações culturais, quer seja essa unidade uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma comunidade ou uma nação. (YOUNG, 1960, p. 269 , *apud* GIL, 2002, p. 59)

Na primeira fase para a condução do estudo foi feito um contato via e-mail eletrônico com o editor-chefe do G1 Pará para obter informações a respeito da disponibilidade da pesquisa de campo e as entrevistas estruturadas com a equipe do portal. Este momento pode ser caracterizado como um estudo de campo, pois

focaliza uma comunidade, que não é necessariamente geográfica, já que pode ser uma comunidade de trabalho, de estudo, de lazer ou voltada para qualquer outra atividade humana. Basicamente, a pesquisa é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo. (GIL, 2002, p.58-59)

O objetivo foi compreender como ocorrem as rotinas de produção e elaboração de reportagem do G1 a partir das entrevistas realizadas com os jornalistas da equipe do portal, onde foi feito um detalhamento da estrutura organizacional e de alguns referenciais teóricos que foram de suma importância para definição do sentido da pesquisa.

Em um segundo momento, a partir da análise da estrutura produtiva e das rotinas

jornalísticas, serão analisadas as funções dos repórteres e editores do portal e seus papéis na construção do jornalismo online. As entrevistas serão presenciais na redação do G1, e feitas a partir de roteiro pré-estruturado (APÊNDICES A e B).

3 CONVERGÊNCIA E JORNALISMO ONLINE

Com a chegada da internet e das novas plataformas digitais surgem mudanças na forma estrutural do fazer jornalístico. Conforme Mielniczuk (2001, p.1), os pesquisadores ainda não entraram em entendimento a respeito do vocabulário à praticidade do jornalismo feito na Internet, podendo ser identificados como: **jornalismo online, jornalismo digital, jornalismo eletrônico, jornalismo hipertextual ou ciberjornalismo.**

O jornalismo online conta com o auxílio da internet, e o meio de comunicação ganha um novo canal de veiculação gerador de conteúdo, as mídias sociais auxiliam na busca de uma pauta, na interação com o usuário, ou na produção de uma reportagem especial. Além do compartilhamento em massa de textos, vídeos, imagens, hiperlinks, a chamada convergência midiática.

Ainda em Jenkins (2009, p.29), "A convergência ocorre dos cérebros de consumidores individuais e suas interações sociais com os outros", nesta perspectiva, o autor se refere à circulação imediata de conteúdos e a participação ativa dos usuários através da ampla disponibilidade de plataformas na mídia possibilitando experiências na construção, na organização e na compreensão da informação, que resulta em um entendimento coletivo.

Portanto, o momento vivenciado diverge nas épocas anteriores, onde o conhecimento que é gerado hoje fomenta a relação de interação coletiva de saberes.

A Era de Informação vem transformando o jornalista e o papel do jornalista, e no que diz respeito à produção e difusão da notícia, o internauta vivencia uma era de conteúdo informativo uma necessidade de convergência tecnológica. "Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia". (CANAVILHAS, 2001, p.1)

O Jornalismo Online proporcionou algumas novas características na elaboração da notícia, uma vez que o internauta busca por facilidade neste acesso. Fatores como a interatividade, a leitura não-linear ou multilinear, a multimídia, a instantaneidade, a atualização contínua e a personalização são características elaboradas para o uso da estrutura

desta modalidade.

A interatividade nos meios digitais possibilita que o usuário interaja com a informação que foi transmitida a ele, a mensagem é encaminhada e o receptor a partir desse fator cria diálogos, debates e surgem ideias a ser discutida, a “opinião pública”. Para Canavilhas (2001, p.2) “[...] a possibilidade de interação directa com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo.” O usuário pode ter uma relação imediata com o jornalista por meio de formatos do jornalismo digital, como o correio eletrônico, onde ele irá articular de que forma a notícia foi repassada enviando a como uma resposta, uma vantagem de versatilidade tanto para o receptor como ao emissor. Desta forma, a notícia que foi veiculada naquele portal de notícia ou site passa por um filtro entre os usuários, e ele irá remitir a informação através de comentários do conteúdo disponível no ambiente digital.

A leitura não-linear ou multilinear, permite a liberdade ao usuário de não ter apenas um sentido único no entendimento da notícia, ou seja, a organização dessa estrutura narrativa oferece múltiplas diretrizes e sentidos que provocam o sentido final.

A linguagem para o webjornalismo é uma narrativa diferenciada que precisa atrair o usuário permitindo a liberdade no uso da navegabilidade. Entretanto, a informação tem como obrigatoriedade ser repassada de forma objetiva, concisa e clara.

O Jornalismo Online exige que o conteúdo veiculado faça uso dos recursos de multimídia (texto, imagem, vídeo e áudio), oferecendo a notícia de forma atrativa e interativa ao usuário. Já que a troca de informação no webjornalismo é compactada pela possibilidade de inovação da difusão da notícia, de maneira que a navegação do utilizador seja satisfatória de acordo com aquilo que ele procura. Além de requerer, a instantaneidade da informação, a notícia em “tempo real”, a era digital busca a necessidade de ter a reportagem dos fatos ou acontecimentos transmitida de forma instantânea acompanhada ao vivo, ou noticiada através das plataformas digitais que o jornalismo se habilita.

No webjornalismo ao contrário da televisão, e especialmente do jornal impresso não se entrega um conteúdo finalizado (BARBOSA, 2001). A internet permite uma atualização contínua de conteúdos gerados por horas e minutos, isto é, uma reportagem pode ser atualizada várias vezes na rede. O usuário tem a notícia à disponibilidade de acesso 24 horas ao dia. Ou seja,

a atualização dos conteúdos acontece de maneira constante, não há dead line estabelecido. Em qualquer momento, na medida em que novas

informações ou acontecimentos vão sendo produzidos, pode-se disponibilizar algo novo. Esta renovação contínua tem a intenção de manter o leitor/internauta mais tempo dentro de determinado site, entretido em suas páginas e links e recebendo informação nova. (BARBOSA, 2001, p.6)

Essa reconstituição de difusão da notícia através de um novo meio se desprende da migração do jornal impresso para o *online*. O novo paradigma comunicacional surgiu com modificações em vários âmbitos jornalísticos.

Dentro disto percebe-se que a sociedade se torna convencional ao mundo tecnológico. A prática de consumo do usuário na era digital é caracterizada por atrativos e vantagens que os meios já existentes não apresentam, isto é, ela proporciona um ambiente de oportunidades, uma narrativa atrativa, onde o internauta vai buscar a notícia de acordo com a sua necessidade, a linguagem interativa traz ao usuário novas práticas comunicacionais em todo o mundo, e correspondendo a um *feedback* jornalístico, a resposta que o jornalismo online necessita para obter novas práticas profissionais com o advento da internet.

Com as tendências do jornalismo online as mídias tradicionais estão se adaptando às mídias digitais, e buscando novas formas de reinvenção junto a esse meio, a chamada lei da reconfiguração. O jornalismo se introduz no ambiente digital criando uma nova modalidade, entretanto os seus princípios e fundamentos continuam com a mesma percepção desde o seu desenvolvimento no mercado de trabalho. Os fundamentos do jornalismo são a pesquisa de coleta de dados, investigação e apuração dos fatos. Portanto, com o advento da internet isto permanece, apenas ocorre uma reconfiguração da profissão e de seus profissionais, que buscam novos métodos de fazer jornalismo de acordo com as novas adaptações impostas.

Com o mundo tecnológico que se avança a todo o momento, novas plataformas, redes sociais, novos meios comunicacionais surgem e, assim a presença de veículos (empresas) se tornam essenciais neste meio para o seu desempenho diante do seu usuário, que exige a sua introdução no ambiente digital. Pois, ele não se contenta mais com um *lead* que não esteja acompanhado de multimídia, instantaneidade e interatividade. Diante disso, os profissionais assumem um papel de buscar novos parâmetros para a elaboração de conteúdo jornalísticos, adquirir novos conhecimentos referentes a esta expansão digital, e incluir a prática no cotidiano da profissão.

Uma primeira lei seria a lei da Reconfiguração. Devemos evitar a lógica da substituição ou do aniquilamento. Em várias expressões da cibercultura trata-se de reconfigurar práticas, modalidades midiáticas, espaços, sem a substituição de seus respectivos antecedentes. (LEMOS, 2003, p.18)

As novas práticas surgem com a reconfiguração das modalidades midiáticas, isto é, a adaptação da tecnologia ao jornalismo, as mídias tradicionais se reinventam buscando novos posicionamentos e direcionamentos na elaboração e produção da notícia.

Canavilhas (2001, p.3) argumenta que “[...] os utilizadores preferem navegar livremente num texto separado em blocos a seguir obrigatoriamente a leitura de um texto compacto escrito seguindo regras da pirâmide invertida.”. Com isto, percebemos a necessidade de estudo e qualificação na formação jornalística referente às transformações que surgiram com o advento da internet.

3.1 Webjornalismo, Jornalismo Digital ou Jornalismo Online?

O Webjornalismo é a reconfiguração do jornalismo nos meios tradicionais feito especialmente para a internet. A internet como auxílio para práticas jornalísticas se deu nos primórdios dos anos 90, como explica Mielniczuk (2001, p.1):

a rede já era utilizada para a divulgação de informações, porém os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de e-mails, de boletins disponibilizados através do Gopher ou de recursos semelhantes. A Internet passa a ser empregada, de forma expressiva, para atender finalidades jornalísticas, a partir de sua utilização comercial, que se dá com o desenvolvimento da Web no início dos anos 90.

O jornalismo se modifica e se reinventa a todo instante, principalmente com a *popularização* da internet, que prossegue em constante aprimoramento de utilização, acompanhando as evoluções das tecnologias de informação. Os profissionais deste meio usam a sua criatividade diante das atividades jornalísticas na internet, a interatividade é uma característica que fundamenta essa prática que facilita o diálogo entre os usuários e os jornalistas proporcionando várias formas de consumo que criam novos produtos neste meio. “Para o jornalismo, especificamente, a Internet vem alterando a constituição do *savoir-faire*, ativando novas funções e instaurando o paradigma da interatividade que é a marca do jornalismo online.” (BARBOSA, 2011, p.7).

A produção de conteúdos é gerada pela era de informação, onde permite um mundo de possibilidades, e o usuário pode provocar reações ou “pré-julgamentos” na rede. Os

formatos da informação e do conteúdo de fazer jornalismo na web reque uma adequação ao aspecto de transmitir a notícia, criando uma linguagem diferenciada para os meios digitais, na concepção de buscar atrativos para manter a atenção do usuário.

O mundo globalizado diante do jornalismo na web nota-se acompanhado a transformação do jornalismo existente de hoje, isto é, cria caminhos na forma de repercutir a notícia a partir de uma versão Online dos jornais impressos, e explora as potencialidades que este canal de comunicação oferece, possibilitando, um conteúdo mais atrativo ao internauta.

Na fase a que chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura. (CANAVILHAS, 2006, p.02)

O ponto crucial do webjornalismo é a possibilidade de interação com o usuário, a participação do mesmo seja através de opiniões, denúncias, sugestão de pauta, envio de conteúdo, imagens, vídeo (gravados pelo próprio de um acontecimento na cidade), dentre outros recursos inclusos no meio digital. Outra característica que pode ser citada é a de retroalimentação da notícia, não existem horários de fechamento da edição, a atualização é feita por hora. Ao contrário dos outros meios, como já foi citado neste artigo, o webjornalismo não se entrega um conteúdo finalizado, existe um fechamento programado. “Um primeiro aspecto, muito importante a ser considerado, é que o meio referido opera online e a noção de tempo e de espaço são diferentes das utilizadas para o jornal impresso, para a televisão e para o rádio.” (MIELNICZUK, 2001, p.5).

O jornalismo digital cria o conceito da notícia ou acontecimentos em “tempo real”, a narração dos fatos, a produção de reportagens, além das funcionalidades multimídia que o formato permite. Segundo João Canavilhas (2011, p.2) “perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de uma leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes.”. Essa modalidade engloba a tecnologia digital como plataforma, possibilitando inovações na reprodução da notícia, tanto os usuários atuais como os da “era do papel” estão inserindo nesse cenário, isto é, a partir da chegada dessa era da informação, o jornalista além de informar, ele precisa estar atento de como vai levar essa informação de acordo com as mudanças e novas características que as mídias digitais proporcionaram a este profissional.

Hoje, qualquer indivíduo através de um smartphone com internet (3G)⁵ pode ter acesso a um conteúdo diferenciado de acordo com as suas necessidades no chamado jornalismo online.

O jornalismo online proporcionou ao usuário interações tanto individual como coletiva, onde ele pode expor a sua opinião, criar diálogos, construir debates com temas pautados pela mídia.

3.2 Portais de Notícias

Com a reflexão no presente artigo sobre o jornalismo e suas modalidades praticadas na internet, ou na web. Agora é o momento de abordar sobre os portais de notícias, que surgiram com a *propagação* da internet. A criação e definição do termo “portais” foram adotadas pelos americanos. Os portais surgiram no Brasil em 1998. Caracterizados por oferecer diversidade de conteúdos de diversos gêneros na rede, podemos citar como exemplo: notícias, classificados, jogos, serviço de e-mail, shoppings virtuais, entre outros conteúdos. Para

Barbosa (2001, p.7,8) com a evolução da internet e a sua popularização, o segmento jornalístico das empresas de comunicação percebeu a necessidade de migração em versões online dos jornais impressos, e os jornais teriam as suas edições impressas na internet, tendo em vista que a proximidade com o usuário é um processo útil para o êxito da sua visibilidade.

Ao longo dos anos, o conceito de portal foi se modificando e vieram os portais de notícias e, sucessivamente outras plataformas com a disponibilidade de gerador de conteúdos dos mais diversos gêneros. O portal é um site que funciona como uma espécie de acumulador e distribuidor de tráfego para outros diversos sites na manipulação do domínio e subdomínio da organização diretriz do portal.

[...] para designar os sites de busca que, além dos diretórios de pesquisa, começaram a oferecer serviços de e-mail gratuito, bate-papo em tempo real e serviços noticiosos. Hoje os portais são entendidos como todo e qualquer site que sirva para a entrada dos usuários na World Wide Web, a primeira parada a partir da qual os internautas decidem os passos seguintes na rede mundial. (PINHO, 2003, p.122)

⁵ Telemóvel com recursos de computadores que operam através de um sistema operacional que trabalha por meio de aplicações.

De modo geral, os portais de notícias são ligados a uma equipe de mídia ou veículos de comunicação que dirigem o seu conteúdo publicado, e monitoram a sua produção. Com o objetivo de publicar notícias em tempo real, e também oferecer diversos serviços e conteúdos. A World Wide Web (WWW) é um recurso que contribui no processamento de dados na hipermídia dos sites, oferecendo a exploração de documentos ligados por links de hipertexto.

Os veículos tradicionais com o auxílio das novas tecnologias exploram as plataformas digitais para a disseminação de conteúdos diferenciados de forma gratuita.

3.3 Critérios de noticiabilidade online

O fluxo na grande quantidade de informação que é gerada por meios midiáticos não significa qualidade, tampouco credibilidade. Diante disso, é importante ressaltar os critérios de noticiabilidade, inclusive com mais atenção no jornalismo online visto que a circulação de informações neste meio de comunicação ocorre com grande velocidade.

O jornalista desempenha o papel de identificar e perceber se um fato pode ser ou não considerado como notícia. “O que é notícia?” “Qual é a maneira correta de identificar se uma notícia tem relevância ou não para ser publicada?”, é perguntas um tanto difícil de tentarmos resolver, os critérios de noticiabilidade são um tanto quanto complexos para definir a notícia somente como interesse público.

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir o valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’”. (TRAQUINA, 2005, p.63)

As relações de valores, objetivos em comum entre o veículo de comunicação e o internauta, além dos interesses pessoais do público-alvo influenciam na decisão do uso de determinada plataforma digital.

4 O portal G1 Pará

O G1 Pará foi ao ar no dia 16 de abril de 2012. De acordo com entrevista concedida

pelo editor-chefe do G1 Pará, Ingo Muller e Jorge Sauma⁶, o site possui maior número de acessos nos dias de semana, das 11 às 18 horas registrando cerca de três milhões em média mensais. Atualmente o portal conta com uma equipe organizacional de seis jornalistas e um estagiário de jornalismo. As postagens diárias, segundo informações fornecidas pelo G1 Pará são de 25 a 30 em média.

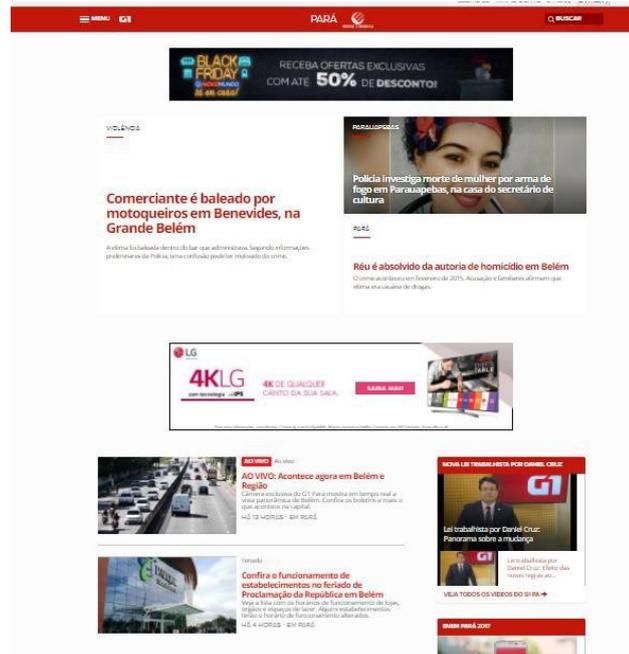
O site pertence a um projeto nacional da Rede Globo que é o *globo.com* dentro disto estão divididos outros subprojetos, o site jornalístico G1 (portal de notícias da Globo), que hoje conta com 35 redações no Brasil.

O G1 Pará conta com o apoio da TV Liberal (filiada da Rede Globo) na definição de portal de notícias local. O conceito do G1 nacionalmente é o G1 sendo a Rede Globo na internet, diante desta capilaridade que o portal está presente em todos os estados do Brasil, na capital e alguns municípios. Nessa linha é considerado que o G1 Pará é a TV Liberal na internet. A relação do G1 Pará com o jornalismo da TV Liberal é estreita e direta em priori é automática através do acesso ao sistema que disponibiliza todo o conteúdo jornalístico. A partir disso é elaborada a produção das matérias jornalísticas do portal.

A página de exibição do site segue o padrão da Rede Globo na definição de layout. No site são exibidas notícias da cidade e algumas matérias regionais, seguindo a mesma linha editorial e organização da emissora.

Figura 1 – Layout da Página do G1

⁶ No início da pesquisa de campo, realizada em agosto de 2017, o editor-chefe do G1 Pará era o jornalista Ingo Muller. A partir de setembro de 2017, o jornalista Jorge Sauma assumiu a coordenação do portal de notícias.



FONTE: g1.globo.com/para/

O G1 Pará dispõe do conteúdo gerado pela emissora, acrescentando reportagens de autoria de sua equipe com vídeos produzidos pela TV. A integração das equipes são feitas a partir de um sistema ao acesso de um mesmo servidor que reúne informações como agenda de contatos, matérias, espelhos e pautas jornalísticas da emissora. Além disso, o portal possui acesso comum aos estúdios interno e externos, equipamentos e ao trabalho do setor de apuração (escuta) da TV Liberal. Com base nisso, o funcionamento do portal é permitir que o telespectador da emissora consumisse as notícias de uma forma não consequencial, ou seja, o internauta não precisa estar assistindo o telejornal para se manter informado, as notícias estarão disponíveis na página do portal, é uma convergência de meios.

A equipe atua na produção e elaboração de matérias jornalísticas das seguintes editorias: Ciência e Saúde, Cinema, Brasil, Economia e Negócios, Concursos e Emprego, Carros, Games, Música, Mundo, Política, Planeta Bizarro, Pop & Arte, Pará, Tecnologia e Vestibular e Educação que são subsidiadas pela Rede Globo. Além dessas, as editoriais *VC no G1*, que recebe informação e conteúdo enviados pelos internautas. As matérias são regionais cobrindo os municípios paraenses que abrange um total de 144 na região.

Nesse ponto é importante evidenciar algumas diferenciações diante de outros portais locais de notícias. O G1 Pará tem limitações expostas pelas *Organizações da Globo*, a linha editorial do site é subordinada a direção de jornalismo do G1 em São Paulo que faz ligação

com o editor-chefe e a direção do jornalismo local, sendo acompanhada em tudo que envolva a produção e elaboração jornalística. Segundo Sauma (2017) “Por exemplo: ocorre um acidente na cidade de São Paulo com três paraenses, o acidente foi em São Paulo, mas o rapaz é de naturalidade paraense, entretanto a prioridade de produção é de onde ocorreu o fato”, ou seja, a matéria jornalística de cada site ocorre dentro da área de atuação local.

O G1 São Paulo tem um sistema de interação com todas as redações dos portais de notícias de todos os portais locais dos Estados.

4.1 Estrutura da equipe do Portal

A equipe do G1 Pará é formada por sete jornalistas, sendo o editor-chefe, dois editores, três repórteres e um estagiário. Mesmo com um quadro de funcionários reduzidos, segundo o editor-chefe do G1 Pará, Ingo Muller, a equipe é alinhada na sua produção.

Nós temos uma equipe enxuta, não existe redação no Brasil hoje com excedentes de profissional em qualquer meio, em qualquer lugar você irá ouvir a chefia ou os funcionários dizendo "poxa se a gente tivesse mais gente ia ser melhor", isto é uma realidade, é uma crise do jornalismo? Não. É uma crise econômica nacional. (MULLER, 2017).

A equipe também conta com o apoio de jornalismo da TV Liberal (filiada da rede Globo), as chefias e a produção do jornalismo de algumas reportagens para o site.

As rotinas de produção, reportagem e edição do G1 Pará acontecem da seguinte forma: ocorre um monitoramento de todo o material produzido pelos telejornais da emissora que serão aproveitadas nas reportagens de autorias da equipe com vídeos produzidos pela TV, entretanto existem materiais de autoria própria do portal que são os conteúdos especiais e os factuais. O G1 Pará hoje conta com reportagens especiais produzidas por repórteres do site, séries de vídeos mensais, monitoramento ao vivo de tempo e trânsito na cidade e vão lançar um programa com reportagens produzidas para a web. Foram encontrados dois elementos de interatividade da redação do G1 Pará com o internauta, sendo uma através dos comentários e outra por compartilhamento de vídeos, fotos e sugestões de pauta pelo aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp*. É importante mencionar que os comentários observados dos internautas são de cunho opinativo ou de pré-julgamento.

Figura 2 - Exemplo de comentários encontrados no site



FONTE: <http://g1.globo.com/pa/para/>

Além da rotina de produção de reportagens *factuais* que ocorrem durante o dia, são produzidos conteúdos de monitoramento ao vivo de tempo e trânsito nas ruas da cidade pelo menos uma vez por turno (manhã, tarde e noite), até às 23h30min.

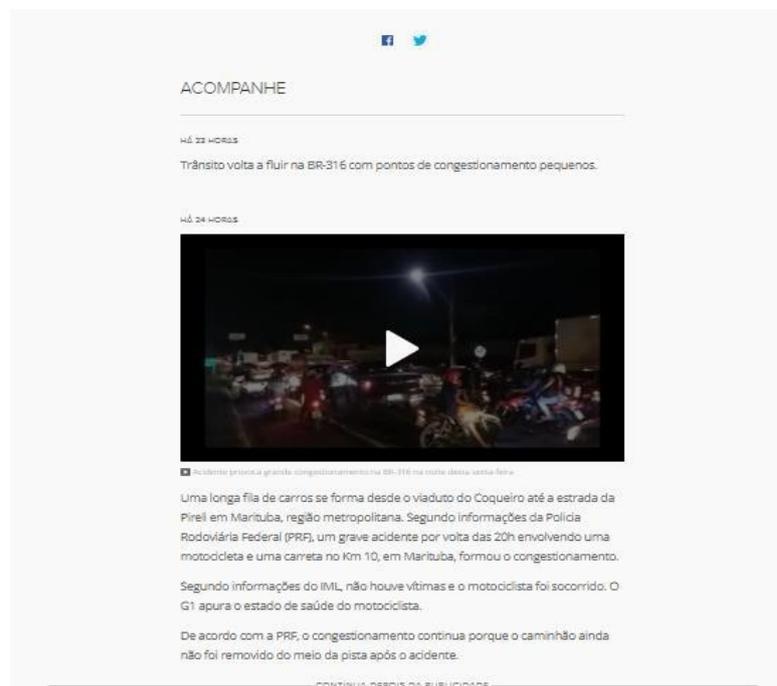
Figura 3 - Apresentação de monitoramento da câmera na cidade com cabeçalho redigido pela redação do site



FONTE: <http://g1.globo.com/pa/para/>

Dentro desse produto de conteúdo especial são elaborados boletins das matérias ou fotos enviadas pelos internautas. Podemos observar:

Figura 4 - Exemplo de boletins produzidos pela equipe jornalística do site



FONTE: <http://g1.globo.com/pa/para/>

Uma das características que são desenvolvidas pelos editores e repórteres do G1 é o devido cuidado na exposição de imagem e informações do personagem, sem violação dos Direitos Humanos.

O G1 Pará trabalha com três pilares: agilidade, profundidade e multimídia. Segundo Muller (2017) toda a matéria do site prioriza pela qualidade da informação, “não adianta ser o primeiro a noticiar algo sem a apuração devida” pela agilidade também – a notícia em tempo real – “não adianta ser o último a noticiar muito bem algo” e pela multimídia, “para facilitar o consumo de informação do nosso internauta”.

O site é voltado no conceito “segunda tela” ao mesmo tempo em que o usuário está consumindo a informação pelo meio televisivo (TV Liberal), ele está navegando pela internet (G1 Pará), sendo totalmente expansivo para Mobile⁷ de fácil acesso para todos.

Segunda tela é um termo utilizado para se referir à utilização de dispositivos móveis (segunda tela) simultânea a uma programação televisiva (primeira tela), a fim de interagir com outros telespectadores e interessados

⁷ Telefone celular ou móvel.

e/ou acessar informações sobre o assunto do programa. (BARCELLOS; BOZZA; GONZATTO, 2014, p. 88)

O recurso facilita o complemento à informação do telejornal, da forma que o internauta possa acessar o conteúdo disponível do programa no portal de notícia.

4.2 O jornalista na era digital a partir do estudo de caso do G1 Pará

O meio de comunicação sendo digital ou impresso, televisivo ou radiofônico, se as notícias são publicadas em texto, áudio, imagens ou vídeos, as atribuições e a função do jornalismo continuam sendo as mesmas. Dessa forma, independente da mídia ou do suporte utilizado, o jornalista, no exercício de sua função, possui o compromisso de responsabilidade social. A convergência tecnológica ao mesmo tempo em que aproximou o público pela interatividade nas plataformas digitais, trouxe novos aspectos ao jornalista para desempenhar o seu trabalho. Para o repórter do G1, Arthur (2017):

o jornalista tem a responsabilidade social se caso aconteça um fato que ele não esteja em serviço, ele precisa reportar o fato por questões de responsabilidade social, de web isso é muito mais exigido, a cobrança é muito forte. Não tem um revisor. Primeiro que as pessoas procuram logo a internet para ser manterem informadas, a notícia em tempo real.

O jornalista na era digital precisa acompanhar o internauta de acordo com a necessidade de busca, mas afinal qual é a maneira eficaz para atingir o usuário neste meio que se reconfigura a todo tempo com os avanços tecnológicos e o rápido acesso as informações?

A era digital proporcionou ao jornalista novas habilidades na forma de fazer jornalismo, entretanto é importante ressaltar que a matéria-prima do jornalismo continua sendo a informação. O trabalho do jornalista não se modifica, apenas se reconfigura com o surgimento das plataformas digitais. “O jornalista não depende de papel, o jornalista não depende de ondas eletromagnéticas de televisão, o jornalista não depende de fibra ótica da internet. O bom jornalista, ele vai ser independente do suporte que utilizar para dar vazão àquilo que ele está noticiando.” (MULLER, 2017).

As novas tecnológicas tornaram o meio de produção do jornalismo mais acessível a todos, permitindo uma readaptação na distribuição da notícia e o compartilhamento de conteúdos na forma horizontal, o que contribui ao cidadão comum a possibilidade de criar

diálogos, debates, gerar discussões e expor a sua opinião. A maior proximidade entre jornalista e usuário foram um dos pontos positivos da era digital, já que os sites e portais de notícias trouxeram o recurso da notícia em tempo real, sem obrigatoriedade de uma publicação semanal ou mensal no aspecto de segurar uma informação.

Outro ponto a respeito do desempenho do jornalismo online a ser discutido seria: Quais habilidades o jornalista tem que ter num momento de convergência tecnológica? Conforme Sauma (2017):

velocidade, apuração, o texto é importante? É. Mas é apenas uma parte disso, não necessariamente possuir um texto bom é suficiente, tem que englobar várias coisas, saber apurar, ser conciso, conseguir transformar aquilo em uma informação com velocidade que todos entendam, e ter percepção. É o jornalista chegar a uma coletiva e saber identificar o que é a notícia naquele momento, onde ela está e encontrar a notícia, percebê-la.

Já para Arthur (2017), o jornalista na era digital precisa ser: “Dinâmico, "antenado", atento, presente nas redes sociais, ágil e preciso. As matérias na web têm a questão do tempo, mas tem como segurar. Se demorar um pouco a publicar a matéria, e o concorrente postar primeiro, na web estará muito próximo ao concorrente.”.

4.2.1 A rotina de produção dos editores

A rotina de produção dos editores no jornalismo online a partir das experiências dos profissionais do G1 Pará notou-se que a sobrecarga de função das tarefas, os editores não apenas editam o texto, definem se a reportagem está com todos os dados necessários, objetiva, clara e concisa, analisando para melhor adequá-la a linha editorial do site, conferindo os elementos de multimídia, a linguagem, links, personalização, e com outros assuntos relacionados ao formato do conteúdo. Da forma que a notícia deve ser repassada ao internauta. Sendo os responsáveis por garantir a qualidade da produção de conteúdos online. Entretanto no G1 Pará a partir do estudo de caso analisou-se que a divisão de função do portal

não funciona da forma adequada e mais apropriada, são feitas combinações de funções antes de todo esse processo, que desafiam os profissionais a fazer jornalismo. Segundo a editora do G1 Pará, Gil Mota (2017):

Sou editora, mas combinamos muitas funções, eu edito, mas primeiro eu

escrevo bastante, enquanto a editora deveria está à procura de pauta, observando o que está acontecendo, pensando materiais especiais, orientando os repórteres para verificar o melhor formato, eu não consigo fazer. Ou bem eu edito, pauto, fico produzindo as coisas, ou eu faço a coisa do dia-a-dia, e eu acabo fazendo a do dia-a-dia e isso prejudica, por exemplo, a nossa produção de conteúdo exclusiva, acabamos fazendo o que está todos estão pautando ao invés de pensar em conseguir fazer umas matérias mais robustas, mais investigativas de levantamento de dados para problematizar algum fato de uma maneira mais aprofundada.

A edição de conteúdo na web se torna cada vez mais indispensável para o meio digital, por conta da difusão de informações que são geradas nesse meio de comunicação. Então é necessário ser revisado e precisa ter um preparo definitivo antes de serem divulgados no site.

4.2.2 Repórteres e o processo de elaboração das reportagens online

O processo de elaboração das reportagens online é necessário que a sua produção seja o mais rápido possível, são feitas em formato instantâneo, a notícia em tempo real, mas não imprudentemente e sempre ter consciência de que só porque a notícia é veiculada na web, não que dizer que deva ser menos apurada. O jornalista de web segue os mesmos princípios de um jornalista do impresso. As informações são colhidas e apuradas de forma precisa antes de serem divulgadas no site, existem as reportagens especiais que possuem um conteúdo mais insensível que necessita de mais tempo para apuração e publicação, que possuem uma narrativa mais longa, com mais entrevistados e detalhes. Com base na experiência do repórter do G1 Pará, Arthur (2017) a elaboração de reportagens no site são:

Nós seguimos o que a pauta do G1 São Paulo nos impõe, o que ficamos restritos em trabalhar regionalmente, por exemplo, outros portais que temos aqui são encontrados naquele portal as notícias do Brasil inteiro, do mundo todo, no G1 Pará só serão encontradas notícias regionais. Temos as nossas editorias que vem de São Paulo, que tem um costume de sempre procura e checar, e nunca antecipar muita coisa. Antecipar: eventos, ações, protestos, não anunciamos que irá ocorrer.

O G1 Pará acompanha uma rotina estruturada, além do portal, são feitos cortes de vídeos e a implementação dos jornais da TV Liberal. Às 6h a jornalista Thais Rezende apresenta as notícias na programação da emissora que são destaques no G1 Pará. Desse modo, facilitando o acesso à informação. Os repórteres verificam as notícias mais relevantes,

que tiveram repercussão durante o dia. A partir desse processo é feito a elaboração das reportagens. As que são produzidas não necessariamente serão reportagens *quentes*, mas existem reuniões de pauta sempre que necessárias (não diárias) e as reportagens dos jornais são publicadas no portal. Segundo os editores, nas reportagens online o internauta quer agilidade até na leitura, não há a necessidade de incrementar muito, mas sim deixá-la precisa e o mais curta possível. Esse é o formato padrão do G1.

A principal função do repórter de web é a pesquisa e produção do conteúdo. Como a internet é um meio de comunicação que busca o dinamismo e instantaneidade, os portais de notícias precisam priorizar a rapidez da transmissão de informações, notícias e reportagens.

A média é cada um fechar quatro ou cinco matérias por dia. Como trabalhamos 5 horas por dia, mantemos o padrão de ser produzida uma matéria por hora, dependendo do movimento que tem a rotina do dia, vamos agendando as matérias inclusive para ter espaço de uma hora ou 30 minutos caso aconteça algum fato recente ou importante, ou factual para termos tempo de correr atrás e produzir e encaixar a matéria. (SOBRAL, 2017)

Existem as reportagens suítes (reportagens com conteúdos que aconteceram no dia anterior) com assuntos que repercutem, ou que discutem dando continuidade. Além da elaboração de reportagens factuais. Ter cuidado de checar as informações antes de serem publicadas.

5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no que foi abordado nesta pesquisa, as mudanças com o surgimento da internet no campo de comunicação tornaram o exercício da profissão de jornalismo mais interativo, a nova relação entre os jornalistas e o internauta. O avanço das tecnologias tornou o cidadão comum capaz de produzir e compartilhar informação neste meio.

O jornalista na era digital necessita ter a capacidade de boa distribuição dos produtos jornalísticos para a elaboração de uma informação correta e de qualidade, obedecendo aos critérios de credibilidade que agregam relevância de acordo com a veracidade dos fatos. Diante da circulação do rápido acesso a informação na rede, foram conduzidos novos aspectos ao desempenho da função do jornalista, cabe a este profissional ser dinâmico, ter ineditismo do conteúdo publicado, o olhar crítico a seleção de notícias, considerando a boa

qualidade do texto e dos conteúdos que são voltados para veiculação nos portais de notícias.

O G1 Pará tem a sua produção voltada para acontecimentos locais ou regionais nos limites geográficos do Pará. As rotinas de produção, reportagem e edição na redação do Portal são adaptadas a partir da tecnologia das redes, são estruturadas com as seguintes características: agilidade, profundidade, multimídia, a partir disso ocorre à distribuição de conteúdos jornalísticos e de serviços direcionados aos seus internautas. O papel do jornalista na era digital se adapta a este canal de comunicação a respeito das práticas jornalísticas, seja o cuidado com a linha editorial, ou os repórteres na elaboração das reportagens que apuram e checam antes de disseminar a notícia na rede, ou os editores na produção dos conteúdos.

O G1 Pará é um portal de notícias que aliado a uma estação televisiva agregada a outra grande emissora, no caso a Rede Globo, com isto podemos dizer que contribui na imagem que o site repassa criando credibilidade diante da relevância que a emissora retrata a sociedade.

O jornalismo online preza pela interatividade com o internauta, a notícia em tempo real. O G1 Pará na sua forma de fazer jornalismo na web destaca a informação local e oferece ao internauta as notícias que ocorrem ao seu redor, mas não deixando de informar sobre conteúdos nacionais que segundo informações oferecidas pelo G1 Pará são os que possuem grande repercussão de acessos no site. O portal de notícia determina a partir dessas características do jornalismo online proximidade da notícia com determinado grupo de internautas, informando sobre acidentes, boletins de trânsito, reportagens especiais de eventos regionais, uma estratégia inteligente para atrair o internauta, e assim criando visibilidade para o grupo de comunicação através das plataformas digitais que oferecem os recursos das ferramentas de *hiperlinks*.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais**, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>> Acessado em 26 de out. de 2017.

BARCELLOS, Zanei Ramos; GONZATTO, Rodrigo; BOZZA, Gabriel. **Jornalismo em segunda tela: Webjornal produzido com dispositivos móveis em redação virtual**. V.3, 2, 2014. Disponível em: <<https://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/viewFile/185/74>> Acessado em 09



de nov. de 2017

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web**, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>> Acessado em 14 de ago. de 2017.

_____. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>> Acessado em 15 de ago. de 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª edição. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

LE MOS, André. **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003.

MARTINS, Célia. **Jornalismo Online: a convergência dos meios**, 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/martins-celia-2013-jornalismo-online-convergencia.pdf>> Acessado em 31 de ago. de 2017.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e Implicações do Jornalismo na Web**, 2001. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf> Acessado em 26 de out. de 2017.

MULLER, Ingo. Entrevista concedida à Samara Silva em 15 de setembro de 2017.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003. – (Coleção novas buscas em comunicação; v. 71)

SAUMA, Jorge. Entrevista concedida à Samara Silva em 8 de novembro de 2017.

SOBRAL, Arthur. Entrevista concedida à Samara Silva em 8 de novembro de 2017.

Relatório de notícias digitais. Reuters Institute, 2017. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/brazil-2017/>> Acessado em 23 de ago. de 2017.

APÊNDICE A

– ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA O EDITOR CHEFE DO G1 PARÁ

- 1 - Como são as rotinas de produção e elaboração de reportagem do G1?
- 2- Quais habilidades são necessárias para se fazer webjornalismo?
- 3- Quais são os critérios de seleção de notícias do G1?
- 4- Como aconteceu a criação do G1 Pará.
- 5- Como está funcionando a estrutura organizacional do portal?
- 6- Como é feita a integração com a equipe da Tv Liberal?
- 7 - Qual é a média das postagens diárias do portal?
- 8 - Como é definido o que é, e o que não é notícia no portal?
- 9- Qual é o número médio de acesso do G1?
- 10- Como são feitos os conteúdos especiais e recursos multimídia do G1?
- 11- Quais são as matérias modelo do G1?

APÊNDICE B

– ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA OS REPÓRTERES E EDITORES DO G1 PARÁ

- 1 - Como são as rotinas de produção e elaboração de reportagem do G1?
- 2- Quais são os critérios usados para matérias assinadas no portal?
- 3- Quais são os critérios de noticiabilidade do G1?
- 4- Qual é a média de matérias fechadas por dia?
- 5 - São feitas reportagens especiais? Se sim, como é desenvolvida?
- 6 - Como é feita a divisão de funções e troca de turnos na redação do portal?