

Uma Notícia e Duas Plataformas: Publicações Sobre o Mesmo Assunto nos Meios Impresso e Digital do Jornal O POVO de Fortaleza/Ce¹

Lérida Freire Caetano²
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Como resultado da convergência jornalística, as redações de jornais no Brasil e no mundo têm passado por constantes modificações na estrutura física e na produção de conteúdo. Os jornalistas, agora integrados em redações unificadas, passaram a ser multifuncionais e a exercer atividades antes atribuídas a outras pessoas. Como consequência dessa mudança na elaboração de notícias, alguns jornais têm repetido conteúdos nas diferentes plataformas com as quais trabalham. A proposta desse artigo é analisar notícias publicadas nas versões impressa e digital do jornal O POVO, em Fortaleza/Ce, sobre o mesmo assunto. Além disso, será possível observar o esforço do jornalista, diante das modificações na rotina de trabalho, em passar para o leitor notícias novas ou aprofundadas sobre um assunto já publicado.

Palavras-chave: notícias; convergência jornalística; rotinas de produção; plataformas.

1. INTRODUÇÃO

A chegada da internet aos jornais modificou e ainda modifica as rotinas de produção às quais os profissionais estavam acostumados e, em alguns veículos de comunicação, essa tecnologia integrou redações a fim de melhorar a produção de conteúdo para as diferentes plataformas, desde a impressa à multimídia. As novas rotinas são caracterizadas pela mudança de tarefas ou acúmulo delas. Um repórter que antes produzia conteúdos apenas para o meio impresso, por exemplo, precisa agora se adequar ao modelo de jornalismo feito para portais, com maior agilidade e sem deixar com que a qualidade da informação diminua.

Para Fígaro (2013), as mudanças provocadas pelo advento da internet às redações “redesenham as maneiras de se trabalhar”. O que tem sido visto nas redações de jornais são profissionais multifuncionais que possam produzir com qualidade e rapidez – consequência do imediatismo que a internet propõe – conteúdos para as mais diversas plataformas. Sobre essa multifuncionalidade que os profissionais precisam ter com novas atividades diante da

¹ Trabalho apresentado no IJ Jornalismo, XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, email: leridafreire@gmail.com

integração das redações e da convergência jornalística, Fígaro (2013) comenta que os jornalistas “precisam de habilidades e competências que permitam a atuação em diversas plataformas: impressa, tevê, rádio, internet; e em diversas linguagens: verbal, escrita, sonora, fotográfica, audiovisual, hipertextual”.

Essa convergência jornalística, bem como a mudança de rotina dos profissionais e a integração das redações pode ser observada no Grupo de Comunicação O POVO (GCOP), em Fortaleza/Ce. O jornal possui redações de impresso, rádio, tevê, portal e mais recentemente um ambiente reservado à produção multimídia. Em 1997, o grupo decidiu implantar o portal O POVO Online, mas somente em 2013 houve a integração das redações de impresso e portal. No início do ano de 2016, a redação de tevê passou a funcionar junto à de impresso e digital, e em meados do mesmo ano a redação de multimídia também foi implantada no mesmo espaço.

Essa integração possibilitou mudanças nos hábitos dos profissionais e nas produções realizadas pelos jornalistas que antes produziam conteúdo apenas para uma das plataformas. A produção de notícias mudou deste então, exemplo disso são as notícias factuais que antes eram publicadas apenas no meio impresso e migraram para o portal.

Observando essa mudança na rotina de produção dos jornalistas e nas multi funções que agora eles desempenham, e estando também inserida em alguns processos de produção para ambas as plataformas enquanto estagiária do meio impresso do jornal O POVO, percebi algumas inconstância nas produções de conteúdo que eram publicadas tanto no portal e como no impresso. Como pesquisadora-participante, busco analisar, neste artigo, como o jornal O POVO tem produzido notícias para as plataformas impressa e digital sobre um mesmo assunto.

A motivação para a análise parte da explicação dada por gestores e editores do GCOP para que uma mesma notícia seja publicada em, pelo menos, dois meios distintos e da inquietação da pesquisadora em observar que a decisão tomada pela gestão do jornal não foi atendida na maioria das publicações analisadas. Os gestores afirmaram que notícias já publicadas anteriormente pelo portal O POVO Online poderiam ganhar espaço na versão impressa caso houvesse informações novas sobre o assunto ou o aprofundamento deste não realizado na versão digital. Esse seria argumento também para que os leitores continuassem pagando pelo meio impresso, já que todo o conteúdo disponibilizado no meio online é gratuito e qualquer internauta pode acessar sem obter assinatura.

2. METODOLOGIA

As notícias podem ser produzidas de variadas formas dependendo da prioridade da informação, do meio em que serão publicadas e da relevância para determinado público. Com a convergência jornalística, tais formas e prioridades se mesclam, dada a relação entre os meios para os quais os jornalistas devem produzir conteúdos.

Além da análise de conteúdo das notícias que será realizada, observaremos também a mudança no universo profissional do jornalismo, da qual Fígaro (2013) comenta: “(...) o mercado de trabalho quer um profissional multiplataforma e polivalente. Dele é exigido que tenha domínio dos mais variados meios e linguagens”.

A análise das publicações nas plataformas impressa e digital do jornal O POVO será feita a partir do que foi modificado ou o que permaneceu em cada notícia e o motivo para que uma mesma informação seja repassada para o leitor duas vezes.

Editores, em reuniões diárias de pautas, definem o que será noticiado no jornal impresso e no portal online, delimitando quais informações merecem ser disponibilizadas aos leitores de maneira rápida, e quais informações podem esperar até o dia seguinte para serem lidas. A consequência dessa escolha, segundo os gestores, é que o leitor que já teve acesso à informação no dia anterior pelo portal tenha o interesse em comprar o jornal impresso para obter informações novas ou desdobramentos da notícia já publicada e perpetuada pelo meio online e redes sociais do jornal. Conforme Silva (2011), essa tentativa do jornal de levar algo novo para o leitor de impresso foi a maneira que o jornalismo dessa plataforma encontrou para recuperar em qualidade dos conteúdos e credibilidade o que tem perdido em velocidade com a internet.

As reuniões de pautas são feitas com todos os editores de todos os cadernos. Nesse momento, editores responsáveis pelo portal, pela rádio, pela tevê e pelas produções multimídias também são convidados a participar dos encontros. Cada editoria se reúne, posteriormente, com os respectivos repórteres e nesses encontros são discutidas também as pautas, mas na maioria das vezes são para debater produções jornalísticas que podem envolver outros meios, como rádio, tevê e multimídia ou para buscar, junto aos repórteres, possibilidades diferentes de escrever uma mesma matéria para plataformas diferentes³.

³ O grupo também busca preparar os profissionais de jornalismo (editores, repórteres e estagiários) quanto aos novos e diferentes formatos de noticiar com palestras e encontros mais técnicos. O 120i (série de conferências sobre o cenário mundial e local da comunicação e para debater jornalismo) é uma dessas tentativas de colocar o jornalista ciente do que está acontecendo no país e no mundo com relação à profissão e como solucionar problemas diários na produção jornalística.

Em uma das reuniões que tive a oportunidade de participar com repórteres e editores do caderno de Cotidiano, o debate foi justamente esse: como levar para o leitor de impresso informações novas sobre um assunto já publicado no dia anterior pelo portal. Nessa mesma reunião foi explicado que tal demanda por informações novas ou aprofundadas era a motivação para que o impresso continuasse a ser publicado com informações factuais. Essa “preocupação” iniciou quando o portal tomou forma e começou a produzir o que alguns portais do país já produziam, e então o jornal impresso passou a ser o meio em que apenas notícias frias e “de gavetas” eram publicadas. Ou se as factuais eram veiculadas, havia repetição do que já havia sido colocado no meio digital.

No entanto, tais repetições ainda ocorrem, como será observado a seguir na análise das notícias. Ainda diante disso, há uma tentativa dos repórteres e editores em tentar mudar essa realidade de publicações iguais nos meios impresso e digital.

A proposta de observação dos conteúdos publicados é analisar como as notícias são propagadas em dois meios diferentes e quais mudanças ocorreram obedecendo às diretrizes da chefia do jornal para que apenas notícias novas ou desdobramentos de um assunto sejam publicados na plataforma impressa.

A data de publicação será um dos pontos analisados, com o intuito de mostrar que a notícia tinha factualidade e estratégias de apuração e escrita para que fosse publicada nas duas plataformas. O conteúdo das matérias também será observado. *Lide*, narrativa, fontes e informações relevantes serão comparadas nos textos dos dois meios: impresso e digital. A análise será feita por notícias, comparando o conteúdo em cada plataforma. As matérias publicadas no meio impresso foram recortadas do jornal que é disponibilizado na íntegra na plataforma digital para assinantes. As notícias do meio online estão acessíveis a assinantes e não assinantes e foram copiadas do site para a análise.

3. CONVERGÊNCIA E INSTITUIÇÕES JORNALÍSTICAS

O tratamento da informação após o surgimento da internet mudou o fazer jornalístico. Grupos de comunicação que apostam em mais de um meio, como o jornal O POVO, começaram a integrar as redações e treinar os repórteres para atender à demanda da convergência jornalística.

Segundo Negredo e Salaverría (2008), “a convergência jornalística é uma ótima oportunidade para reconverter a organização das empresas jornalísticas do século XX em empresas informativas do século XXI”. As instituições jornalísticas, com a chegada da

internet para dentro das redações e que, por meio dela, perpetuam notícias, têm tido duas opções a seguir: investir em uma nova plataforma, em que há uma reflexão maior e uma atenção diferente voltada para a produção e o aproveitamento de conteúdo; ou continuar inerte aos modelos atuais. O jornal O POVO parece estar seguindo pelo primeiro caminho, investindo em conteúdo para uma nova plataforma, porém sem conseguir administrar bem os conteúdos produzidos para tal.

Produzir notícias para veículos diferentes requer atenção do repórter principalmente sobre o tipo de público que terá acesso às informações. A partir desse entendimento é que o profissional conseguirá demarcar as técnicas para cada meio e o tempo de produção que cada um exige.

3.1. Aspectos da convergência jornalística

Para Negredo e Salaverría (2008), a convergência é um processo gradual que não será realizado rapidamente e que talvez não tenha fim. Segundo os autores, as empresas jornalísticas precisam perceber o processo de convergência em várias dimensões, e que não basta integrar redações e atribuir novas atividades aos jornalistas sem adotar medidas para organizar a produção de conteúdo.

Entre essas dimensões, Negredo e Salaverría (2008) destacam quatro esferas: tecnológica, empresarial, profissional e editorial. Na dimensão tecnológica, pode-se observar a mudança dos aparatos tecnológicos dentro das redações impressas, que passaram a utilizar computadores no lugar de máquinas de datilografar, por exemplo. Essas mudanças atingem diretamente os leitores, que também modificaram, em certa medida, a forma como consomem as notícias – antes apenas por meio da plataforma impressa e mais recentemente também pela plataforma digital, podendo integrar áudio, vídeo e texto. A esse processo, Negredo e Salaverría (2008) chamam de convergência tecnológica.

Outra dimensão é a empresarial, em que as empresas jornalísticas propõem mudanças na composição das redações e das plataformas que gerem para alcançar a liderança entre outras empresas. A unificação das redações dentro dos grupos de comunicação representa uma lógica dentro do processo de convergência empresarial.

Já a dimensão profissional está ligada ao jornalista, que está diretamente em contato com as mudanças ocorridas na empresa jornalística e no processo de produção dos conteúdos. Negredo e Salaverría (2008) afirmam que a convergência profissional leva os jornalistas a exercerem funções que antes cabiam a outros profissionais.

Hoy no es extraño que um periodista de prensa desempeñe simultáneamente labores de reporte, redacción, edición, documentación, maquetación, reporte y edición fotográfico. Pero esta acumulación de tareas no es nueva. Viene ocurriendo al menos desde hace medio siglo, cuando los reportes de calle se convirtieron, además, en redactores de mesa (NEGREDO; SALAVERRÍA, 2008, p. 48).

Essas novas funções atribuídas aos jornalistas conferem a eles novos perfis, chamados pelos autores de polivalência funcional e midiática. A primeira se refere às várias atividades que o jornalista deve desempenhar dentro e fora da redação, como escrever para diversos meios, fotografar, gravar em vídeo e até editar o material. Já a polivalência midiática está ligada às plataformas em que o jornalista deve saber atuar. Profissionais que se julgam especialistas apenas em escrever matérias precisam se adequar e saber produzir conteúdos para rádio e tevê, por exemplo.

Nos referimos en realidad a aquel periodista que cubre la información sobre un determinado evento para distintos medios – impresos, radiofónicos, televisivos, de internet – en el extranjero o en los corresponsales de guerra. Cuando trabajan para un grupo multimedia, lo común hoy día es que este tipo de periodista preste sus servicios a varios medios de la misma empresa. Generar un único contenido periodístico y transmitirlo a través de distintos canales es lo que denominamos polivalencia mediática (NEGREDO; SALAVERRÍA, 2008, p. 49).

De acordo com Silva (2011), essa mudança de funções decorrente da convergência jornalística muda não somente o cenário das redações, mas também e principalmente a visão do jornalista sobre a própria profissão. A autora cita que os profissionais são “desafiados pelas novas tecnologias a saírem da zona de domínio do conhecido para lidar com tarefas e significados que podem resultar na assunção de novas identidades”. Isso é percebido entre os repórteres do jornal O POVO, que antes do processo de convergência exerciam apenas uma função dentro da redação.

Por último, a dimensão editorial, ligada aos conteúdos. Segundo Negredo e Salaverría (2008), quando um mesmo conteúdo jornalístico é publicado em diferentes meios sem qualquer modificação há convergência de conteúdo. A informação é a mesma, só se modifica o meio em que é propagada. Outra interpretação citada pelos autores para convergência de conteúdos é quanto à linguagem que se constrói pela combinação de texto, áudio e imagem. Uma consequência da convergência de conteúdo é a redundância e repetição de informações repassadas aos receptores por meio das várias plataformas. Silva (2011) atenta para essa tautologia:

A redundância de conteúdos e a falta de capacidade para discernir que tipo de cobertura é mais adequada a um meio específico são aspectos superficiais dos problemas de consolidação da convergência jornalística, cuja ausência de colaboração desponta como a entrave mais profunda do processo. (SILVA, 2011, p. 239).

3.2 Redações integradas

A integração de redações une jornalistas das diferentes plataformas e gera mudanças não apenas na estrutura física das empresas, mas principalmente no modo de produzir notícias e na rotina dos profissionais. De acordo com Silva (2011), a integração das redações e a convergência jornalística “são processos incisivos que alteram o comportamento, a rotina de trabalho dos sujeitos e, ainda, em algumas situações, colocam em xeque os saberes tradicionais relativos à profissão”.

Para Negrodo e Salaverría (2008), redações integradas são aquelas que teoricamente são capazes de produzir e abastecer as plataformas com conteúdos variados. No jornal O POVO, as redações de impresso, digital, tevê e multimídia são integradas, ocupando o mesmo espaço dentro da empresa. Essa união entre as redações de impresso e digital é nova, ocorreu em 2013. No início do ano de 2016, a redação de tevê passou a funcionar junto a de impresso e digital, e meados do mesmo ano a redação de multimídia também foi implantadas no mesmo espaço.

Essa proximidade entre os jornalistas melhora a comunicação referente a pautas que podem ser apuradas para mais de uma plataforma. Porém, em alguns momentos, foi observado na redação integrada do jornal O POVO que jornalistas denominados “de impresso” e “de portal” discordavam durante a apuração das notícias sobre o que deveria ou não ser publicado no portal. Essa discordância, a partir do relato de alguns profissionais, está ligada à posição identitária que cada um tem da função que quer exercer. De acordo com Silva (2011), os jornalistas se autodenominam de acordo com o meio: jornalistas de impresso, jornalistas de rádio, jornalistas de online, jornalistas de televisão e assessores de imprensa. Aquele profissional que depois de formado buscou especializar-se em um meio apenas, agora se vê diante de novas tarefas em novas plataformas e acabam relutando, inicialmente, para exercer as funções exigidas por cada meio.

Negrodo e Salaverría (2008) analisam que cada empresa jornalística deve avaliar aspectos como perfil de cada redação, audiência dos meios e ciclos de produção ao agregar as redações. Essa avaliação pode, por exemplo, evitar esse tipo de divergência entre os

jornalistas. Além disso, os autores também mencionam que a integração é um resultado do processo de convergência jornalística, e não a própria convergência.

5. ANÁLISE DE DADOS

Para entender o perfil do possível leitor do jornal O POVO, buscamos analisar dados levantados pela Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM 2015), que entrevistou 18.312 pessoas em 848 municípios em todo o país.

Um total de 48% desses entrevistados utiliza a internet, e entre os que utilizam todos os dias, houve aumento entre o PBM de 2014 e o de 2015, contabilizando 26% e 37%, respectivamente. A leitura permaneceu estável entre os brasileiros que leem jornais pelo menos uma vez por semana: 21%. A porcentagem de brasileiros que fazem leitura dos jornais nas versões impressa e digital foi de 79% e 10%, respectivamente. De acordo com a pesquisa, Piauí, Ceará e Paraná são os estados com maior adesão às versões online dos jornais: 39%, 25% e 22%, respectivamente. Os estados do Amapá, Amazonas e Rio Grande do Sul são os que têm menos adesão, respectivamente, 2%, 3% e 3%.

Alguns brasileiros, por consequência do crescimento da internet como meio de comunicação, migraram da versão impressa para digital. Dos 79% dos leitores de jornal impresso, uma parcela de 10% migraram para o ambiente online e apenas 4% utiliza ambas plataformas. Já entre os leitores cearenses, 68% afirmaram ler os conteúdos dos jornais prioritariamente na versão impressa, 25% leem mais na versão digital, 0% ambas e 7% não souberam informar ou não responderam.

6. ANÁLISE DO OBJETO

A rotina na redação do jornal O POVO é tranquila no período da manhã, ainda repercutindo as informações apuradas no dia anterior e que estão publicadas no jornal do dia e, ao chegar o período da tarde, a redação integrada começa a receber mais profissionais e mais informações chegam às editorias. Com a integração, os jornalistas debatem, organizam e tomam decisões sobre pautas que têm potencial para serem publicadas nos meios impresso e digital. Matérias chamadas “quentes”, ou factuais, são publicadas no mesmo dia em que acontecem por meio do portal de notícias do veículo. Algumas dessas matérias são republicadas no meio impresso que estará disponível para o leitor no dia seguinte à ocorrência do fato.

Apenas notícias factuais foram analisadas, e data de publicação foi um dos pontos observados com o intuito de mostrar a factualidade da informação, bem como foram analisadas também as estratégias de apuração e escrita para que a informação chegasse às duas plataformas. A análise será iniciada pela matéria intitulada “Pedalando, cerca de 200 pessoas homenageiam ciclista morto após atropelamento na José Bastos”, publicada no meio digital no dia 10 de fevereiro de 2016. A publicação contém foto e não há caracterização de texto principal ou secundário, como no meio impresso. Na plataforma online é possível observar o horário em que o texto foi publicado: às 17h57min. Isso mostra que a pauta foi apurada no turno da manhã e/ou tarde e escrita pelo repórter ao chegar à redação.

Figura 1: Notícia publicada na plataforma online. Data de publicação: 10/02/16.

NESTA TARDE 10/02/2016 - 17h57

Pedalando, cerca de 200 pessoas homenageiam ciclista morto após atropelamento na José Bastos

Os ciclistas saíram em comboio da praça Luiza Távora, na Aldeota, rumo ao Cemitério Parque da Paz, no Passaré, onde Xuxa foi sepultado



NOTÍCIA 3 COMENTÁRIOS



João Marcelo Sena
joao-marcelosena@opovo.com.br



O último adeus para o amigo de muitas pedaladas. Cerca de 200 ciclistas se reuniram na tarde desta quarta-feira para prestar homenagem a Vicente Veloso Neto, 67, também conhecido como o Xuxa, ciclista que morreu após ser

atropelado por um ônibus na última segunda-feira na avenida José Bastos.

Os ciclistas saíram em comboio da praça Luiza Távora, na Aldeota, rumo ao Cemitério Parque da Paz, no Passaré, onde Xuxa foi sepultado e recebeu homenagens com uma missa de corpo presente.

Portando bexigas brancas simbolizando a paz no trânsito, os ciclistas seguiram o cortejo de homenagem. Junto a eles estava a "Amarelinha", bicicleta que pertencia a Vicente e tratado como uma "filha" por ele.

Xuxa foi atropelado por um ônibus às 9h30 da manhã da última segunda-feira. Ele tentava desviar de um buraco na avenida José Bastos, próximo ao viaduto que dá acesso à avenida Eduardo Girão, quando foi atingido por um ônibus.

O motorista prestou os primeiros socorros a Vicente, que foi encaminhado com múltiplas fraturas ao Instituto Dr. José Frota (IJF). Às 21 horas da última terça-feira, Xuxa não resistiu ao politraumatismo.

Dos 67 anos de Xuxa, 50 foram dedicados ao ciclismo urbano, sua maior paixão. Ele participava de vários grupos de bikers na cidade como o Amigos da Bike, o Segunda da Bike, o Quinta da Bike e o Calangos da Bike.

"Perseverança, garra, simpatia. Essas eram algumas das características do Xuxa que sempre foi muito prestativo nos passeios. Ele estava sempre cuidando dos mais novos e ajudando com assistência mecânica das bicicletas", conta Vivian Collins, que trabalha mercado financeiro e era amiga de Xuxa.

De acordo com Paulo Benício, um dos organizadores de grupos de bikers, está prevista uma mobilização de ciclistas para o próximo dia 15. A manifestação deve ocorrer no local do acidente de Xuxa.

"Nossa ideia é parar a avenida por cinco minutos não para atrapalhar o trânsito, mas para alertar as pessoas por um trânsito com mais paz. Hoje o ciclismo tem muita visibilidade, muito por conta do Xuxa, mas ainda é necessário educação e respeito ao ciclista", explica Paulo.

Fonte: (SENA, 2016).

A matéria do meio impresso está dentro do que o jornal O POVO intitula como matéria secundária, por causa do tamanho e quantidade de caracteres. A matéria contém

foto e o quadro “O Cidadão”, utilizado quando o repórter insere informações relevantes a partir da fala de algum personagem. Na publicação *online* não há o quadro “O Cidadão”, como é observado no impresso. O texto desse quadro fica em outro link dentro do portal, por vezes difícil de ser encontrado.

Figura 2: Notícia publicada no jornal impresso. Data de publicação: 11/02/2016

Xuxa

Pedalando, amigos fazem homenagem a ciclista morto

FOTOS MAURI MELO

A Quarta-feira de Cinzas foi de despedidas e homenagens a Vicente Veloso Neto, o Xuxa, ciclista de 67 anos que morreu na última terça-feira, 9, após ser atropelado por um ônibus na avenida José Bastos. Cerca de 200 pessoas pedalarão da praça Luíza Távora, na Aldeota, até o cemitério Parque da Paz, no Passaré, local do sepultamento, na tarde de ontem.

Xuxa pedalava há 50 anos, era militante do uso das bicicletas em Fortaleza e figura carimbada nos passeios ciclísticos da Cidade. “Comecei a pedalar por causa do Xuxa. Ele sempre chamava a mim e meu irmão e sempre nos ajudava na manutenção das bicicletas”, contou o estudante Nadson Lima, 20.

Os ciclistas que participaram do cortejo em homenagem a Xuxa levavam balões brancos para simbolizar a paz no trânsito. A Amarelinha, bicicleta que Xuxa tinha como filha, também esteve no comboio. Ele utilizava a bicicleta para deslocamento diário e participava de vários grupos ciclísticos da Capital como o Amigos da Bike, o Segunda da Bike, o Quinta da Bike e o Calangos da Bike.

O acidente de Xuxa aconteceu na manhã de segunda-feira. Segundo relatos de amigos, ele tentava desviar de um buraco próximo ao viaduto que dá acesso à avenida Eduardo Girão quando foi atingido por um ônibus que trafegava na via. O condutor do coletivo prestou socorro a Vicente, que foi encaminhado ao Instituto Doutor José Frota (IJF), no Centro. No hospital, ele



Cerca de 200 pessoas seguiram pedalando para o velório de Xuxa

DIVULGAÇÃO



Vicente Veloso Neto, o Xuxa, tinha 67 anos e foi atropelado

recebeu atendimento, mas não resistiu ao politraumatismo e morreu na noite de terça-feira.

De acordo com Paulo Benício, um dos organizadores de grupos de ciclistas de Fortaleza, está prevista uma mobilização para o próximo dia 15. A manifestação deve ocorrer no local do acidente de Xuxa. “Nossa ideia é parar a avenida por cinco minutos para alertar as pessoas por um trânsito com mais paz”, diz Paulo. (João Marcelo Sena)

O cidadão



Marcus Medeiros, 40, corretor de imóveis

“Irmão de todo mundo”

“O Xuxa era o mais antigo do Estado nos passeios ciclísticos. Ele foi um dos poucos que já foi ao Maranhão de bicicleta com a idade que tinha”, lembrou Marcus. O corretor comentou ainda que Xuxa se destacava nos grupos ciclísticos de que participava. “Era como um irmão para todo mundo. Foi uma pessoa que incentivou muita gente que aderiu ao uso da bicicleta. Um pilar nesse crescimento das bikes em Fortaleza”, disse.

Comparando os dois textos, o primeiro item a ser observado é o tamanho do título. Pela limitação de espaço no meio impresso, o título do texto nessa plataforma precisa ser sintético e direto. No meio online é possível desenvolver melhor o título e dar mais informações ao leitor que não quiser abrir o link para ler a matéria.

A marcação feita nos dois textos, em vermelho, diz respeito aos *lides* das matérias. Percebe-se que o repórter se utilizou de temáticas diferentes para iniciar cada texto. No impresso, o profissional faz referência à quarta-feira de cinzas, dia em que os amigos se reuniram para pedalar em homenagem ao ciclista morto (e dia também em que a vítima foi sepultada), e a partir daí desenvolve o primeiro parágrafo do texto com discreta comoção, a partir das palavras que utiliza, sem se distanciar da real função do *lide* que é dar as primeiras e essenciais informações sobre o assunto.

Já no texto da plataforma digital, o repórter usa no início do parágrafo uma frase que também sugere comoção ao leitor. O desenvolvimento a partir daí é parecido com o que foi feito no texto para o impresso. No meio online é possível utilizar ferramentas para “ganhar tempo”. É o caso da marcação na frase “(...) atropelado por um ônibus na última segunda-feira na Avenida José Bastos”. A oração, que aparece em negrito na matéria online, fica em destaque com cor diferente no site do portal. Ao clicar na frase, o leitor é conduzido à matéria sobre o acidente, que contém todas as informações necessárias sobre o ocorrido. A ação é importante para que o repórter não precise explicar novamente o caso, e o leitor, se quiser, pode ler o conteúdo do link novamente ou pela primeira vez.

Ao longo dos dois textos o que pode ser observado é que o repórter modificou algumas palavras e a posição de algumas frases para repassar a mesma informação. O último parágrafo foi quase que completamente repetido em ambos os textos.

Nessa perspectiva, deve-se problematizar o fato de o veículo repetir uma matéria com as mesmas informações já repassadas anteriormente, contradizendo a postura citada pelos gestores de que as notícias já colocadas no portal só devem se repetir no meio impresso se houver informações novas. O texto publicado no impresso não contém informação nova, apenas uma ou outra fala de personagens envolvidos na ação. O fato de haver o quadro “O Cidadão” no corpo da matéria não a caracteriza como diferente ou nova, é apenas mais um recurso do meio para prender a atenção do leitor.

É certo pensar que nem todos os leitores do jornal impresso acompanham as notícias pelo portal online ou têm acesso fácil à internet. É dever do jornal manter os leitores de ambas as plataformas informado sobre os desdobramentos do assunto em todas as




plataformas com as quais trabalha. Porém, a proposta do grupo de comunicação é justamente pensar nos dois públicos sem interferir na qualidade da informação. O leitor que tem acesso aos dois meios e já havia lido a matéria na plataforma digital, certamente gostaria de encontrar no meio impresso novas informações ou conteúdo relevante sobre o assunto, e não o mesmo texto com pequenas modificações.


Figura 3: Notícia publicada na plataforma online. Data de publicação: 30/03/16.


GREVE 30/03/2016 - 12h31

Fiscais do município deflagram greve na manhã desta quarta-feira

Categoria reivindica reestruturação salarial a partir da revisão do Plano de Cargos e Carreiras. Dezenas de profissionais estão na sede da Agefis em mobilização desde o início desta manhã

 246
 


NOTÍCIA 0 COMENTÁRIOS  A* A*


Lérida Freire
 leridafreire@opovo.com.br

Fiscais do município entraram em greve na manhã desta quarta-feira, 30. A categoria reivindica, na sede da Agência Municipal de Fiscalização (Agefis), no bairro Passaré, por melhoria salarial com a revisão do Plano de Cargos, Carreiras e Salários.

De acordo com os fiscais, profissionais da Capital têm o menor salário do país, se comparado ao de cidades com o mesmo porte de Fortaleza. A presidente da Associação dos Fiscais do Municípios (Afim), Ana Lúcia Oliveira, explica que desde setembro do ano passado a categoria negocia com a Prefeitura de Fortaleza.

“A prefeitura quer nos dar, temporariamente, um abono de R\$ 200. Nós não aceitamos. Estamos aberto à nova negociação”, afirma. O abono, uma espécie de gratificação, seria repassada aos fiscais até dezembro deste ano. Nesta quinta-feira, 31, os fiscais devem realizar nova manifestação no Paço Municipal.

Os fiscais do município realizam trabalhos de fiscalização voltados para a vigilância sanitária, meio ambiente, resíduos sólidos, obras públicas e privadas, entre outras atribuições. Segundo Ana Lúcia, os dois principais trabalhos que serão afetados com a paralisação são as fiscalizações dos resíduos sólidos e da vigilância sanitária.

Para a presidente da Afim, a greve pode dificultar as ações de enfrentamento ao mosquito *Aedes aegypti*, já que fiscalizações de resíduos sólidos e vigilância sanitária, principalmente, ajudam a combater o agente transmissor de doenças como dengue, zika e chikungunya.

Fonte: (FREIRE, 2016).

O texto acima informa sobre a greve dos fiscais do município de Fortaleza e está enquadrada no que se denomina como matéria factual. Como havia outros grupos de comunicação no local da manifestação, a pauta sinalizava que informações sobre o ato fossem passadas o quanto antes para os repórteres do portal através de mensagens de texto via telefone móvel ou mesmo por ligação telefônica.

O grande problema do texto publicado na mídia online é a falta de informações da prefeitura, responsável pelo órgão no qual os fiscais trabalham. O repórter que estava na rua não conseguiria, sozinho, ir ao local da manifestação, apurar o fato, repassar informações para outro repórter na redação e ainda checar com o poder público o parecer sobre o caso. Nesse momento, o repórter que estava na redação poderia ter conseguido com a prefeitura algum posicionamento. Mas isso não foi feito.

Figura 4: Notícia publicada na plataforma impressa. Data de publicação: 31/03/16.

Fortaleza

Fiscais do Município decidem entrar em greve

Fiscais do Município começaram ontem greve por melhoria salarial e das condições de trabalho. A categoria reivindica a revisão do Plano de Cargos, Carreiras e Salários (PCCS) e afirma que a remuneração dos profissionais de Fortaleza é a menor do Brasil. Com a paralisação, fiscalizações feitas pelos agentes, como a inspeção de resíduos sólidos e da vigilância sanitária, serão afetados. O movimento começou na sede da Agência Municipal de Fiscalização (Agefis).

A fiscal e presidente da Associação dos Fiscais do Município (Afim), Ana Lúcia Oliveira, alertou que a greve deve dificultar as ações de combate ao mosquito *Aedes aegypti*.

De acordo com os fiscais, desde setembro do ano passado, a categoria negocia com a Prefeitura. "A Prefeitura quer nos dar, temporariamente, um abono de R\$ 200. Nós não aceitamos. Estamos abertos à nova nego-

ciação", afirmou Ana Lúcia. Pela proposta, o abono seria repassado aos fiscais até dezembro deste ano e, em janeiro de 2017, o novo PCCS entraria em vigor.

Em nota, a Agefis informou que o anúncio da greve foi uma "surpresa" pois no último dia 16 os servidores concordaram com o recebimento do abono ao longo deste ano. "A Agefis também destaca que, mesmo numa situação financeira delicada, que desafia a administração pública em todo o País, a Prefeitura tem se esforçado para valorizar o trabalho do fiscal municipal", informou a agência municipal.

Hoje os profissionais devem realizar nova manifestação em frente ao Paço Municipal. Os fiscais do Município realizam trabalhos de vistorias voltados para vigilância sanitária, meio ambiente, resíduos sólidos, obras públicas e privadas, entre outras atribuições. (Lérida Freire/Especial para O POVO)

O texto da mídia impressa, como marcado em vermelho, traz a nota emitida pela prefeitura. O repórter que apurou de perto o ato, ao chegar à redação, continuou o trabalho de apuração, buscando ouvir o outro lado. A nota foi enviada no período da tarde, dando a oportunidade de ser reescrita na publicação que sairia no dia seguinte. No portal, a matéria não foi atualizada com as informações repassadas pela prefeitura⁴.

Figura 5: Notícia publicada na plataforma online. Data de publicação: 23/02/16.

DUAS DÉCADAS 23/02/2016 - 13h44

Associação Peter Pan completa 20 anos e lança campanha em prol de Centro Pediátrico

A campanha De Presente o Futuro marca os 20 anos de trabalho da APP em combate ao câncer infanto-juvenil no Ceará. Lançamento contou com a presença de parceiros e voluntários da instituição

NOTÍCIA 0 COMENTÁRIOS

Lerida Freire
leridafreire@opovo.com.br



MATEUS DANTAS/ESPECIAL PARA O POVO

Lançamento da campanha contou com a presença de voluntários e parceiros da APP

Em comemoração às duas décadas de existência e trabalho da Associação Peter Pan (APP), a instituição lançou na manhã desta terça-feira, 23, a campanha "De Presente o Futuro". O objetivo da campanha, além de arrecadar fundos para concluir a obra de expansão do Centro Pediátrico do

Câncer (CPC), é mostrar à sociedade o poder transformador das doações.

Com a conclusão da obra, a APP passa a ter 24 leitos de enfermaria, sendo dois de isolamento, seis novos consultórios, um novo leito de Unidade de Terapia Intensiva (UTI) especializada, um centro cirúrgico de grande porte e duas novas enfermarias.

Olga Freire, presidente da APP, diz que "o câncer não espera", e que o quanto antes o Centro ficar pronto, mais crianças e adolescentes serão tratados. Ela agradece a todos que participaram do crescimento da APP nesses 20 anos e afirma que "a ajuda dessas pessoas faz a instituição olhar para o futuro".

Camisetas, canecas, bolsas e blocos de anotações são alguns dos produtos da campanha que estarão à venda durante todo o ano. Outras ações da campanha serão feitas para ajudar na captação de doadores e para divulgar os feitos da APP com relação ao combate do câncer infanto-juvenil no Ceará.

A APP tem mais de 20 programas sociais, mais de 300 voluntários e cerca de 2.500 pacientes, demanda que aumenta a cada dia, segundo a instituição.

Serviço
 As doações podem ser feitas através do site www.app.org.br ou na sede da APP, localizada na rua Alberto Montezuma, 350, Vila União. Informações: 3257-1161

Fonte: (FREIRE, 2016).

Na matéria acima o horário observado (13h44) sugere que a pauta foi apurada no período da manhã, escrita e publicada quando o repórter chegou à redação. Igualmente como na matéria sobre a greve dos fiscais do município, outros veículos de comunicação estavam presentes no lançamento da campanha, principal informação da matéria. Com isso,

⁴ O parágrafo contém afirmações precisas do que ocorreu porque a repórter responsável pela pauta é também autora deste ensaio.

julgou-se necessário que a informação fosse publicada o quanto antes por meio da plataforma *online*.

Figura 6: Notícia publicada na plataforma impressa. Data de publicação: 24/02/16.

20 anos

Associação Peter Pan lança campanha para concluir hospital

Em comemoração às duas décadas de trabalho de combate ao câncer infanto-juvenil no Ceará, a Associação Peter Pan (APP) lança a campanha De Presente o Futuro, que tem como principal objetivo arrecadar fundos para concluir a obra de expansão do Centro Pediátrico do Câncer (CPC). A instituição ainda quer mostrar com a campanha como a contribuição das pessoas e das empresas transformou, ao longo destes 20 anos, o atendimento da APP aos pacientes e melhorou a expectativa de vida de crianças e adolescentes com câncer no Ceará.

Durante o lançamento da campanha, que ocorreu ontem com a presença de voluntários e parceiros da instituição, a presidente da APP, Olga Freire, agradeceu a todos que fizeram e fazem parte da história da associação. Ela comentou que sem a ajuda conseguida, “nada teria sido feito”. “A ajuda dessas pessoas



Olga Freire agradeceu pelo apoio nos 20 anos da APP

nos faz olhar para frente, para o futuro”, celebrou.

Estela Rolim, parceira da APP há 16 anos, diz que fica feliz em fazer parte da caminhada da associação. “Não é só doar coisas materiais, é se doar, doar a alma”, acredita.

Com a conclusão da obra do CPC, a APP passará a ter 24 leitos de enfermaria, sendo

MATEUS DANTAS/ESPECIAL PARA O POVO

consultórios, um novo leito de Unidade de Terapia Intensiva (UTI) especializada, um centro cirúrgico de grande porte e duas novas enfermarias.

Olga Freire lembrou que “o câncer não espera”, e que o quanto antes a nova unidade ficar pronta, mais crianças e adolescentes poderão ser tratados.

Camisetas, canecas, bolsas

e blocos de anotações são alguns dos produtos da campanha que estarão à venda durante todo o ano. Outras ações da campanha serão feitas para ajudar na captação de doadores e para divulgar os feitos da APP com relação ao combate do câncer infanto-juvenil no Ceará.

A APP conta com mais de 20 programas sociais, mais de 300 voluntários e cerca de 2.500 pacientes — número que aumenta a cada dia, segundo a instituição.

Serviço

Associação Peter Pan (APP)

Doações: www.app.org.br

Endereço: rua Alberto Montezuma, 350, Vila União.

Informações: (85) 3257 1161

Comparando as matérias das duas plataformas, observa-se que pouco foi modificado. Construções frasais diferentes, aspas de uma personagem na matéria impressa não apresenta na matéria de online e nenhuma informação relevante sobre o assunto. O *lide* e os dois últimos parágrafos, em destaque, são quase os mesmos. O acréscimo que houve de uma publicação para a outra foi a fala da personagem Estela Rolim no terceiro parágrafo da matéria impressa.

Figura 7: Notícia publicada na plataforma online. Data de publicação: 30/06/16

ACIDENTE 29/06/2016 - 13h36

Empresa de ônibus que atropelou idosa desiste de processar a família

A empresa havia cobrado dos familiares indenização por prejuízos no veículo e pelo tempo que o ônibus ficou parado. Conforme o Ministério Público, a ação gira em torno de R\$ 2.200.

Na última segunda-feira, 27, o MPCE solicitou à Defensoria Pública que o viúvo da vítima, Francisco Feijó de Albuquerque, tenha atendimento jurídico urgente.

Para o promotor de Justiça Alexandre Alcântara, a família ainda deve pedir danos morais à empresa de ônibus e, também, à Empresa de Transporte Urbano de Fortaleza (**Etufor**), já que, no local do acidente, não havia faixa de segurança. Conforme o promotor, há indício de que a empresa estava preparando o processo enquanto ela estava internada no Instituto Doutor José Frota (**IJF**).

"Nós já encaminhamos à família, uma defesa constando a reconvenção, em que a parte promovida (viúvo da idosa) deve pedir indenização pela morte da senhora Maria do Carmo e pelo dano moral do ajuizamento da ação que não respeitou, nem mesmo, o luto da família", explica.

O **POVO Online** entrou em contato com a família. O filho, Fábio Feijó, afirmou que a família já foi informada da retirada do processo, mas ainda não há decisão sobre a continuidade da ação contra a empresa.

Redação O POVO Online

1.6K

NOTÍCIA 10 COMENTÁRIOS

Rubens Rodrigues
rubensrodrigues@opovo.com.br

Atualizado às 14h20min

Após **abrir processo contra a família** da senhora Maria do Carmo Rocha Feijó, de 65 anos, **atropelada** em março deste ano no **Terminal da Parangaba**, a empresa **Vega** desistiu da ação judicial. "A Vega vem a público esclarecer que reavaliou o caso e pediu a desistência do processo", disse em nota. O acidente aconteceu no dia 1º de março. A idosa morreu no dia 12 seguinte.

A empresa havia cobrado dos familiares indenização por prejuízos no veículo e pelo tempo que o ônibus ficou parado. Segundo o Ministério Público do Estado do Ceará (**MPCE**), a ação gira em torno do valor de R\$ 2.200.

Fonte: (RODRIGUES, 2016).

Na publicação da matéria “Empresa de ônibus que atropelou idosa desiste de processar família” pode-se observar a mesma estratégia utilizada na matéria “Pedalando, cerca de 200 pessoas homenageiam ciclista morto após atropelamento na José Bastos” para não repetir as informações sobre o atropelamento, mas dando ao leitor a opção de clicar no link e se informar pela primeira vez ou recordar o caso.

Figura 8: Notícia publicada na plataforma impressa. Data de publicação: 01/07/16.

Atropelamento de idosa em terminal

Empresa de ônibus desiste de processar família

A empresa de ônibus Vega divulgou ontem que desistiu do processo contra a família de Maria do Carmo Rocha Feijó, de 65 anos, atropelada em março deste ano no Terminal da Parangaba. Em nota, a empresa disse que "reavaliou o caso e pediu a desistência do processo". Um coletivo da companhia atropelou a idosa no dia 1º de março. Ela morreu no dia seguinte.

A empresa havia cobrado dos familiares indenização por danos no veículo e pelo tempo que o ônibus ficou parado após o atropelamento. Segundo o Ministério Público do Estado do Ceará (MPCE), a ação girava em torno de

R\$ 2.200.

Na última segunda-feira, 27, o MPCE solicitou à Defensoria Pública que o viúvo da vítima, Francisco Feijó de Albuquerque, tenha atendimento jurídico urgente.

Para o promotor de Justiça Alexandre Alcântara, a família ainda deve pedir indenização por danos morais à empresa de ônibus e à Empresa de Transporte Urbano de Fortaleza (Etufor), já que, no local do acidente, no Terminal da Parangaba, não havia faixa de segurança. Conforme o promotor, há indício de que a empresa estava preparando o processo enquanto a idosa ainda estava internada no Instituto

Doutor José Frota (IJF).

"Nós já encaminhamos à família uma defesa constando a reconvenção, em que a parte promovida (viúvo da idosa) deve pedir indenização pela morte da senhora Maria do Carmo e pelo dano moral do ajuizamento da ação que não respeitou nem mesmo o luto da família", afirmou o promotor.

O POVO entrou em contato com a família, ontem. O filho de Maria do Carmo, Fábio Feijó, afirmou que já havia sido informado da retirada do processo, mas ainda não havia decisão sobre a continuidade da ação contra a empresa. (Rubens Rodrigues/Especial para O POVO)

Nas duas publicações as incoerências se repetem, modificações apenas no *lide* e o restante do texto foi copiado da matéria online.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do que foi analisado, conclui-se que o jornal O POVO deve buscar alternativas para deixar o público dos dois meios bem informado sem repetir informações ou omiti-las em uma das plataformas. Já que o grupo acredita que o melhor meio para revelar novas informações sobre um assunto já mencionado é o meio impresso, que desenvolva junto aos repórteres um trabalho com o objetivo de ofertar ao público novas possibilidades de leitura sobre um mesmo tema.

Se a proposta é levar para o meio impresso novidades e ou desdobramentos sobre uma matéria que já foi publicada no portal, há como não prejudicar um público ou beneficiar outro. Como todo o conteúdo do impresso é disponibilizado no portal de forma gratuita, o leitor da plataforma online não será prejudicado com as matérias "novas" sobre um assunto já publicado, pois esse leitor terá acesso à mesma matéria que foi publicada no impresso.

O leitor somente de impresso também não será prejudicado, pois há maneiras de resgatar o assunto tratado em uma matéria de online no dia anterior sem ter que contar a mesma história. Há recursos utilizados pelo meio impresso no jornal O POVO que contam determinadas histórias a partir de fac-símiles, infográficos, saiba mais⁵, entenda a notícia⁶ e outras ferramentas. O repórter não precisa repetir as mesmas frases já citadas em matérias anteriores para que o leitor entenda a notícia. Ele pode usar esses recursos que, além de facilitarem o trabalho, melhoram a leitura e prendem a atenção do leitor à informação.

BIBLIOGRAFIA

AGNEZ, Luciane Fassarella. Convergência entre meio impresso e digital: reconfigurações nas rotinas jornalísticas da Tribuna do Norte e do Extra. **Intexto**, Porto Alegre, n. 26, p. 38-53, jul. 2012.

ANDERSON, C. W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. (trad.) **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 5, p. 30-89, abr /mai/jun de 2013.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

FÍGARO, Roseli. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalismo**. São Paulo: Atlas, 2013.

FREIRE, Lérica. Fiscais do município deflagram greve na manhã desta quarta-feira. **Jornal O POVO**. Fortaleza/Ce, fev/2016. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/03/30/noticiafortaleza,3595846/fiscais-do-municipio-deflagram-greve-na-manha-desta-quarta-feira.shtml>>

_____. Associação Peter Pan completa 20 anos e lança campanha em prol de Centro Pediátrico. **Jornal O POVO**. Fortaleza/Ce, fev/2016. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/02/23/noticiafortaleza,3578857/associacao-peter-pan-completa-20-anos-e-lanca-campanha.shtml>>

⁵ Recurso utilizado pelo veículo para apresentar ao leitor informações relevantes sobre determinado assunto que não tenham sido (por algum motivo) incorporadas no texto principal. No quadro para que o leitor saiba mais sobre o assunto podem ser colocados, por exemplos, dados e curiosidades.

⁶ Outro instrumento do jornal impresso para ajudar o leitor a entender o conteúdo do texto através de um resumo sobre o fato já ocorrido.

GONZADA, C. C. S. Webnotícia: realinhamento da produção jornalística na web. In: 3º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação: redes sociais e aprendizagem. **Anais Eletrônicos**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2010.

MAIA, Kenia Beatriz; AGNEZ, Luciane Fassarella. A convergência digital na produção da notícia: dois modelos de integração entre meio impresso e digital. **Anais do I Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo**, Brasília, p. 182-191, 2001.

MORETZSOHN, S. D. O “novo ritmo da redação” de O Globo: a prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia. **Parágrafo**, n. 2 v. 2, ago/dez 2014.

RODRIGUES, Rubens. Empresa de ônibus que atropelou idosa desiste de processar família. **Jornal O POVO**. Fortaleza/Ce, jun/2016. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/06/29/noticiafortaleza,3629851/empresa-de-onibus-que-atropelou-idosa-desiste-de-processar-a-familia.shtml>>

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado**: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90, 2008.

SENA, J. M. Pedalando, cerca de 200 pessoas homenageiam ciclista morto após atropelamento na José Bastos. **Jornal O POVO**. Fortaleza/CE, fev/2016. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/fortaleza/2016/02/10/noticiafortaleza,3573382/pedalando-200-pessoas-homenageiam-ciclista-morto-apos-atropelamento.shtml>>

SILVA, N. R. **O homem atrás da máquina: um estudo de caso sobre a reconstrução da identidade do jornalista de impresso diante do uso das novas mídias**. 2011. 278 f. Tese (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Cultura e Arte, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.