



A cobertura do Novo Jornal nos atentados do crime organizado no RN: produção noticiosa e recepção no Facebook

Adriano Charles Cruz¹

Resumo: Neste artigo, analisamos a produção noticiosa e a recepção dos seguidores do Novo Jornal no Facebook sobre as ações criminosas ocorridas no Rio Grande do Norte (RN) nos meses de julho e agosto de 2016. O jornal nasce, em 2009, no contexto das transformações produtivas da "era da convergência", conforme conceitua Henry Jenkins. Além da versão impressa, os jornalistas alimentam um site, uma conta no WhatsApp e em outras redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram). No período estudado, aconteceram uma série de ações criminosas provocadas por uma facção que dominam os presídios no RN. Os repórteres realizaram uma cobertura jornalística de cerca de 160 horas explorando as potencialidades das redes sociais e do ciberjornalismo. As ações se alicerçaram na desconstrução dos boatos, no diálogo com os leitores e na atualização imediata dos acontecimentos. Com isso, o número de seguidores do Facebook passou de 23 para 40 mil no período em tela. Nossos estudos se fundamentam nas teorias da cibercultura e dos estudos do jornalismo. A pesquisa de caráter interpretativista utiliza a metodologia da entrevista e a observação não participante das postagens - netnografia. Os resultados indicam que a linguagem usada, o imediatismo, a interatividade e a convergência das mídias foram determinantes para a atração dos novos leitores.

Palavras-chave: Convergência. Facebook. Interatividade. Novo Jornal. Redes sociais.

¹Jornalista e Professor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Coordena o grupo de pesquisa CiCult – Círculo de Estudo em Cultura Visual - E-mail: adriano cruzufn@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Entre os dias 29 de julho e 07 de agosto uma série de incêndios e ataques a prédios públicos promoveram um clima de tensão e medo no Rio Grande do Norte. A onda de crimes foi comandada por um agrupamento criminoso em represália a implantação de um bloqueador de sinal de celular. Segundo balanço da Secretaria de Defesa Social, houve 109 atentados: 63 incêndios, 31 tentativas de incêndio, sete disparos contra prédios públicos, quatro ataques com explosivos e quatro depredações, atingindo ao todo 38 cidades. Ao lado desses acontecimentos negativos, pululavam boatos intensificando o debate público e gerando incertezas quanto à dimensão do problema. A onda de violência atraiu a atenção da mídia local e nacional.

A era da conexão e da convergência impuseram desafios ao jornalismo impresso: agilidade, interatividade e convergência midiática são algumas das características desejáveis à produção noticiosa. Em 2009, o Novo Jornal nasceu no contexto dessas transformações produtivas, além de impresso e *online*, administram uma *FanPage*, um perfil no Instagram, no Twitter e uma conta no WhatsApp. Essas redes sociais, sobretudo, o Facebook é a ferramenta usada cotidianamente para focar os acontecimentos factuais que, em seguida, serão aprofundados no impresso.

Durante aquela onda de atentados, os repórteres do jornal intensificaram a cobertura jornalística e produziram *posts* nas redes sociais durante 160 horas de atividades. Assim, o número de seguidores no Facebook, passou de 23 mil para 40 mil durante o processo, conforme informações do próprio jornal, publicada no dia 07 de agosto de 2016.

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

A investigação que realizamos tem caráter qualitativo e lança um olhar interpretativista ao fenômeno comunicacional. Em um primeiro momento, realizamos uma observação não participante da *Fanpage* do Novo Jornal. Segundo Kozinets (2014), trata-se de uma netnografia, imersão online na comunidades virtuais e nas questões culturais que lhe são pertinentes. Em um segundo momento, entrevistamos os repórteres e editores que atuaram diretamente no caso. Todas as entrevistas foram realizadas por telefone, WhatsApp ou pelo Facebook. Atribuímos aleatoriamente uma numeração aos entrevistados com o objetivo de não identificá-los, conforme estabelecido previamente. Essas duas metodologias complementares produzem uma radiografia das rotinas produtivas em tempos de alta conexão e de um jornalismo participativo.

2 CULTURA DA CONVERGÊNCIA

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

Jenkins (2009) aponta que os processos de convergência se dão a partir dos conteúdos, tecnologias, modelos organizacionais e atividades profissionais. Nesse sentido, as tecnologias de conteúdos multiplataforma, a ampliação do processo de cobertura jornalística colaborativa e uso das tecnologias móveis promovem importantes mudanças no modo de produção da notícia. “Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através das múltiplas plataformas de mídias, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos” (JENKINS, 2009, p. 29). Assim, esse encontro entre mídias sociais, alternativas, tradicionais, produtor e consumidor, se torna perene.

O jornalista, outrora detentor das informações, compete com o cidadão comum e o seu smartphone. No caso da cobertura do Novo Jornal, essa foi uma das questões mais relevantes, como observa o entrevistado 1: “A gente recebia muita informação tanto pelo Facebook quanto pelo WhatsApp. Nosso papel foi receber essa informação, checar e devolver checada” (entrevistado 01).

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

Esse “jornalismo aberto” foi uma das estratégias usadas na cobertura dos atentados no RN: “Nós nos abrimos completamente. Para receber sugestões para falar com leitor com tudo. A gente responde quase tudo. Você precisar ver o nível de interação que há no WhatsApp entre os leitores e a gente (entrevistado 01)”. Esse processo dialogal também é confirmado pelo depoimento do jornalista 2: “A adesão foi motivada pela rapidez na apuração e pela pronta resposta aos leitores. A nossa cobertura foi feita com a plena - e irrestrita - participação dos leitores (entrevistado 2)”.

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

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

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

[...] um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e dos humores dos indivíduos. (CASTELLS, 2005, p. 40)

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

Vive-se o tempo da sociedade conectada, flexível, em rede e aberta à multiplicidade. Essa lógica de produção em rede altera as experiências relacionais com a alteridade e incide nos processos culturais participativos, na relação com a cultura e com a política.

Embora a forma de organização em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. [...] essa lógica de redes gera uma determinação social em nível mais alto que a dos interesses sociais específicos expressos por meio das redes: o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder. A presença da rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade: uma sociedade que, portanto, podemos apropriadamente chamar de sociedade em rede, caracterizada pela primazia da morfologia social sobre a ação social. (CASTELLS, 1999, p. 565)

Se outrora era impossível fugir da mediação das mídias tradicionais, podemos afirmar que não concebemos a sociedade contemporânea sem a onipresença das

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

3 OS DESAFIOS DA COBERTURA E OS ACONTECIMENTOS JORNALÍSTICOS

A cobertura começou na tarde do dia 29 quando os jornalistas receberam via WhatsApp um vídeo em que alguns detentos da penitenciária de Parnamirim (RN) ameaçavam uma retaliação contra um bloqueador de sinal telefônico. Horas depois, os criminosos atearam fogo em ônibus da região da Grande Natal, as ações se repetiram por sete dias consecutivos até o envio das tropas nacionais.

Esse acontecimento negativo estava prenhe de “valores-notícia” (TRAQUINA, 2005) que logo despertaram o interesse social. Violência, negatividade e inusitado se imbricavam nos fatos e os tornavam manchetes nacionais. Traquina (2005, p. 79) defende um sistema de classificação dos valores-notícia, destacando a violência, o conflito e a infração como elementos fulcrais para o interesse jornalístico. Portanto, esses abundavam no cenário de tensão provocado pelos atentados no RN.

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

“A gente já pegava nossos celulares. Todo mundo tem um administrador do Facebook do Jornal. Daí a gente já fez uma transmissão ao vivo. Isso virou padrão. Várias saídas que a gente fez, ativamos esse ao vivo²” (entrevistado 01).

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

“O trabalho foi atípico. A gente não precisava estar na redação, apurar lá. Então era assim: se eu fosse no caminho de casa e presenciasse alguma coisa que ocorreu... De lá mesmo, eu já enviava informações. Todo mundo ligado nos grupos de WhatsApp e das informações que chegavam no Facebook. Não tinha como pautar ou se pautar, era que fosse acontecendo. A gente, ligado em tudo, uns com os outros. E a gente tentava confirmar tudo por conta própria, com os contatos que a gente tinha. A gente se via tanto quanto cidadão que passava por aquilo quanto como repórter, como jornalista... A gente também sofria com a onda de boatos. A cobertura foi desenvolvida em cima dos dispositivos móveis. 24 horas por dia” (entrevistado 04).

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

“Às vezes, a gente recebe a informação igual a um blog, jornais, etc. O blog ele não checa, ele solta. Se a informação estiver correta, ponto pra ele. Se o jornal for checar ainda para depois publicar, dançou, perdeu. O leitor, muitas vezes, não quer saber se está checado. Então a cobertura de jornal, hoje em dia, não deve se dar ao luxo, de se passar horas checando uma coisa. Ela tem que ser instantânea. Chegou a informação, embora, não esteja correta, você tem que deixar claro que foi uma informação que chegou, mas que você ainda vai checá-la. E, você checa e dá a resposta para o leitor. Pode acontecer da informação não ser correta? Pode. Daí, você continua a manter o diálogo com o leitor” (entrevistado 01).

² Mantivemos as marcas da oralidade nas entrevistas.

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

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

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

Na cobertura de acontecimentos negativos, os boatos tendem a se espalhar rapidamente. O Novo Jornal criou uma linha do tempo mostrando o que realmente era acontecimento e o que era boato: as informações tinham o seguinte slogan: "Eu estou bem informado!". E reunia, em um único local, uma síntese de todos os acontecimentos³. Nela, as informações falsas eram destacadas em caixa alta. Como no exemplo: "16h11 - Boato: o vídeo de fumaça perto do presídio de Alcaçuz era na verdade queima de lixo. Fora isso, tudo normal".

Segundo os jornalistas entrevistados essa verificação foi decisiva no sucesso da cobertura e na adesão de novos seguidores nas redes do jornal. Aliada a uma constante interação com os leitores:

“A credibilidade foi essencial. Em meio a muitos boatos, o Novo apareceu como uma central de confirmação de informações. A

³ No período de elaboração deste trabalho o link ainda estava disponível em: <https://www.facebook.com/215364911826295/posts/1339032629459512/> Acesso em 22 set. 2016.

comunicação com o público também foi importante. Dar feedback, tirar dúvidas, trazer o leitor para dentro do processo de produção e fazer com que ele se sentisse parte do jornal foram ações que causaram empatia e fidelizaram as pessoas” (entrevistado 03).

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

“Foi um trabalho dobrado, no entanto importante e necessário, jornalístico. Trabalhamos para fazer as matérias do dia a dia e para desmentir os boatos. A apuração se dava por meio das informações oficiais da Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social e dos envolvidos nos fatos. Checando e recheando veracidade de fotos, vídeos e correntes que circulavam nas redes sociais” (entrevistado 05).

4 OLHARES PARA A RECEPÇÃO

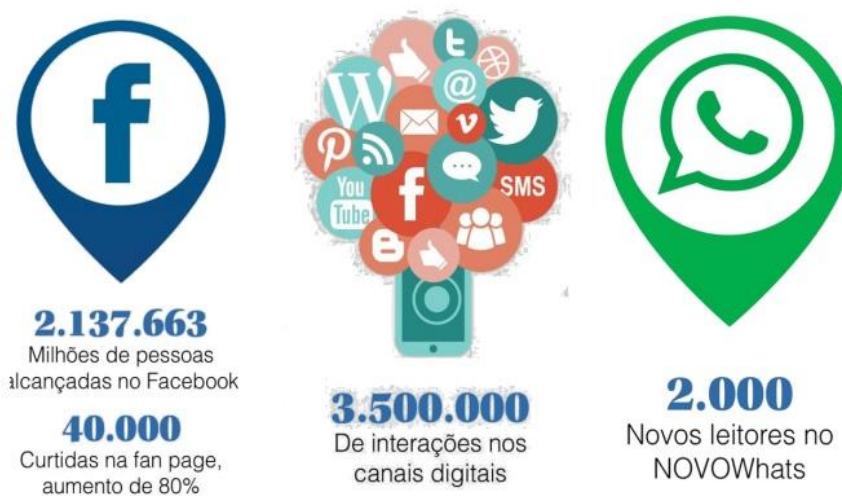


Figura 1: Estatísticas da cobertura nas redes sociais
Fonte: Novo Jornal

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

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

Dessa forma, o jornal deixava de ser, naquele momento enunciativo, uma instituição formal para se assemelhar a um amigo ou parceiro do seguidor. Acompanhemos um exemplo dessa interação:

A postagem no Facebook era um *link* de uma matéria que informava a suspensão da frota de ônibus em Natal; com medo dos atentados os empresários decidiram tirar os veículos da rua. Observamos o diálogo entre uma seguidora (A) e o jornal:

*“Seguidora A – Agora ‘reiu’ como vou pra casa com essa ‘presepada’?
Novo Jornal: Avisa quando chegar, A
Seguidora A – Cheguei já faz umas 2 horas. Obg!”*

Esse efeito de proximidade é bastante evidente no *post* analisado, há uma construção dialógica próxima àquela do dia-a-dia, incluído expressões regionalistas e informais. Em outra postagem do Facebook, essa interação dialógica se opera para desmistificar boatos, mantém-se, de maneira análoga, a informalidade própria do diálogo ordinário:

*“Seguidora B: E o bloqueio do Whats”
“Novo Jornal: É boato das redes sociais”*

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

*“Vcs do jornal me parecem que estão com medo de botar a boca no trombone. Fica com essa de eu acho. Tão querendo esconder os números?” (seguidor C).
“E ainda precisa de confirmação? Meu Deus... Quando penso q melhorou... Snid, snif..”. (seguidora D).*

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

"Show essa cobertura do Novo. Parabéns". (seguidor E).
"Este jornal é 1000%%%". (seguidora F).
"Q boa notícia! Parabéns pelo excelente trabalho da polícia e de vcs do Novo Jornal nos mantendo atualizados". (seguidor G).

A interação dos seguidores se deu por meio de *likes*, comentários e compartilhamentos. Os *posts* com maior participação registrada ocorreu nos casos em que a violência aparece mais claramente, com destaque para as notícias da capital. A maioria das pessoas participavam apenas clicando nos *likes*; embora, algumas também postassem comentários reiteradas vezes. Percebemos ainda um diálogo entre os seguidores num processo de comunicação que se ramifica "de muitos para muitos". O jornal não se limitou apenas em receber os *fanpost*, mas procurou responder algumas questões e estabelecer um diálogo amigável. Todavia, muitos comentários, sobretudo os mais reacionários, foram simplesmente ignorados pelos *social medias* -acreditamos que para evitar conflitos e polêmicas alheias à cobertura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos que a agilidade na cobertura e a interação com os usuários aproximaram as duas pontas do processo comunicativo. O jornal fala com um grande público nas páginas impressas e no site, mas, também, se dirige em particular nas redes sociais. Nesse sentido, ocorrem dois processos simultâneos que se autoalimentam: a descoberta ou a seleção das informações no emaranhado das redes e a divulgação das notícias (torna-se, portanto, um *prosumer*).

Também, nelas, o usuário tem respondidas as questões e dialoga com o "jornal". É claro que esse é um efeito discursivo promovido pelos *social media*, o que não invalida a satisfação do consumidor da notícia em se tornar um produtor.

Por outro lado, as redes sociais superam as limitações de espaço do jornal e as potencialidades de acolhimento das múltiplas linguagens ampliam a cobertura:

vídeos, fotos, gráficos e ilustrações são atrativos que atraíram os leitores durante os atentados. Imersos numa cultura da participação, os usuários reproduzem e produzem novas informações num processo contínuo de mixagem dos acontecimentos.

Ao se abrir para as contribuições dos *facebookers*, os jornalistas assumiram o desafio de lidar com os boatos que se avolumavam em uma atmosfera de terror, típica dos acontecimentos negativos. Por outro lado, essa coparticipação engendrava maior interesse e proporcionava agilidade na descobertas dos acontecimentos. O público de fato tornava-se fonte de notícias e produtor de conteúdo nas redes sociais.

O recurso da linha do tempo sobre os acontecimento funcionava como mecanismo de triagem das notícias verdadeiras e falsas. Esse didatismo agradou os usuários que procuravam discernimento entre tantas falsas notícias.

O Novo Jornal conseguiu alguns furos de reportagem como a prisão do principal comandante dos ataques e a notícia do incêndio de um importante prédio público em Natal. Segundo o relato dos entrevistados, as informações chegavam em ritmo acelerado, não havia tempo para retornar às redações. Assim, as potencialidades das mídias móveis – smartphones e tablets – foram essenciais na celeridade da cobertura. O interesse pelo acontecimento e os valores-notícia a eles agregados também motivaram a produção dos jornalistas. A “tribo jornalística” imbuída de sua cultura e de seus valores axiológicos impregnam o fazer dos repórteres que sai no próprio carro em busca da notícia.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

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

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

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

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

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