# Estratégias de Enunciação e Critérios de Noticiabilidade em *Fanpages* de Portais de Notícia na Amazônia

**Lorena Emanuele da Silva Santos**
**Rodrigo Avelar Corrêa**
**Thaís Christina Coelho Siqueira**
**Netília Silva dos Anjos Seixas**

**RESUMO EXPANDIDO**

Barbosa e Cerbasi (*apud*, Marchetti, 2013, p. 24), ao trabalharem as gerações, conceituam a geração Y como os nascidos entre 1979 e 2000, que passaram parte significativa de sua vida em contato com celulares e computadores e agora transformam a lógica de funcionamento das empresas. Isso se torna visível no jornalismo digital, no qual o poder de produção de uma notícia deixa de ser exclusiva de um *media* atrás de uma tela e passa a pertencer também aos leitores. Em grande parte dos portais *online* e na totalidade das *fanpages* existe o espaço de comentários como um recurso básico no qual os leitores anuem, refutam e produzem textos opinativos às vezes tão extensos quanto a própria notícia, que geram outros comentários e constroem outras situações a partir da notícia.

Dessa forma, optamos pela realização de uma pesquisa exploratória de abordagem quantitativa e qualitativa, cujo propósito é justamente observar e discutir a divulgação de notícias em *fanpages* na rede social *Facebook.* Partimos de análise de conteúdo e análise de enunciação/discurso, com base nos conceitos de enunciado e enunciação, propostos por Verón (2004) e de critérios de noticiabilidade discutidos por Traquina (2008). Devido à grande escala, heterogeneidade e dinamismo da internet, Fragoso, Recuero e Amaral (2013) falam da dificuldade em realizar recortes no objeto das pesquisas, por isso, é necessário construir amostras que satisfaçam os objetivos do estudo. A opção por uma abordagem quantitativa e qualitativa se justifica, pois, segundo as autoras (2013), proporciona uma compreensão aprofundada das características do objeto em estudo e seus fenômenos.

Nesse aspecto, discutimos as características do atual momento, onde a internet promove a convergência (JENKINS, 2009) das diversas mídias e os internautas têm um novo espaço de interação. O próprio jornalismo se transforma nesse ambiente, passando por diferentes etapas até se constituir no que conhecemos hoje como a "quinta geração" do jornalismo na internet (BARBOSA, 2013, p. 42).

Para este estudo, foram selecionadas três *fanpages*: "Diário *Online*" (DOL), do Grupo Rede Brasil Amazônia de Comunicação; o "Portal ORM *News*" e "O Liberal Jornal", ambas

pertencentes às Organizações Romulo Maiorana, todas de Belém-PA. A captura de dados foi realizada entre os dias 22 de setembro e 22 de outubro de 2015, totalizando 284 notícias coletadas.

A *fanpage* do "Diário *Online* (DOL)" separa as informações em quatro categorias, de acordo com a descrição na aba "Sobre": notícias, entretenimento, esportes e multimídia. Devido à superficialidade desse tipo de classificação, observamos o portal do "Diário *Online*" (DOL) para um maior esclarecimento sobre as editorias, quando encontramos novas categorias.

As editorias das *fanpages* do Portal "ORM *News"* e "O Liberal Jornal" foram selecionadas a partir da classificação feita pelo portal "ORM *News"*, uma vez que as duas páginas pertencem a mesma empresa e a página de "O Liberal Jornal" é acessível somente para assinantes.

De acordo com os números mostrados, na *fanpage* do *"*Diário *Online*" as editorias com mais notícias divulgadas são "Pará" (109), "Fama" (36) e "Futebol Pará" (30), sendo, inclusive, as notícias mais curtidas, comentadas e compartilhadas no período coletado. Segundo Traquina (2008), isso pode ser explicado a partir de critérios substantivos de noticiabilidade, alguns dos quais os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos: proximidade e relevância (identificação com as notícias locais), notoriedade, notabilidade, inesperado, conflito, controvérsia e escândalo (tanto para o futebol local, muito popular na região, quanto para as notícias de entretenimento, as quais envolvem pessoas famosas).[1]

Na *fanpage* do portal "ORM *News"*, destacam-se no período pesquisado notícias das editorias "Pará" (5), "Tecnologia" (1) e "Círio 2015" (1), enquanto na *fanpage* de "O Liberal Jornal", somente "Pará" (6) e a categoria "Vídeos" (11) tem notícias divulgadas. Tanto em uma página quanto na outra, há o predomínio do critério de proximidade nas notícias sobre o Estado do Pará. Nas demais categorias ("Tecnologia" e "Círio 2015"), percebe-se o uso de critérios como notoriedade, notabilidade e o inesperado. Já na categoria "Vídeos", muito presente na *fanpage* de "O Liberal Jornal", as temáticas são variadas, incluindo mais de um tipo de notícia. Identificamos que esta última não se trata necessariamente de uma editoria, mas sim de um recurso midiático.

[1] Os demais critérios substantivos enumerados pelo autor (2008) são morte, tempo, e infração. Traquina (2008) apresenta também os critérios contextuais, que são: disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e dia noticioso.

Com as novas mídias, a imprensa encontra um novo espaço de publicação de informações. Nesse sentido, as *fanpages* de portais noticiosos em Belém mostram-se como um objeto importante para a compreensão do jornalismo paraense no *Facebook*, já que é popular entre os internautas e tem grande repercussão no Estado do Pará. Isso pode ser percebido nos numerosos comentários dos internautas com respostas diretas e indiretas, nas quais sempre há reações positivas e negativas em relação às notícias divulgadas. No caso do DOL, o teor dos comentários tem relação com a falta de apuração e aos critérios de noticiabilidade adotados pelo portal, de maneira que muitas notícias são consideradas irrelevantes ou de confiabilidade duvidosa, principalmente com relação a dados.

Quanto aos critérios de noticiabilidade, não há diferenças significativas entre as notícias produzidas para os impressos e aquelas feitas para os portais e *fanpages*. O que se mostra como diferencial são os modos de dizer a notícia nas *fanpages*, as quais, em geral, apresentam-se menos formais que o jornalismo impresso local.