

**VALORES-NOTÍCIA E  
INTERNET: Um estudo  
exploratório sobre as  
notícias mais acessadas  
do portal *aRede***

VALUES-NEWS AND INTERNET: An  
exploratory study on the most  
accessed news from the portal  
*aRede*

NOTICIAS E INTERNET: Un estudio  
exploratorio sobre las noticias más  
visitadas del portal *aRede*

**Cintia Xavier<sup>1</sup>  
Afonso Verner<sup>2, 3</sup>**

**RESUMO**

O presente trabalho estuda as notícias mais acessadas (visualizadas) do portal *aRede* de fevereiro de 2014 a agosto de 2015. O portal está no ar desde de dezembro de 2013 e promete uma “cobertura 24 horas das notícias de Ponta Grossa e dos Campos Gerais” – o principal eixo de notícias refere-se ao setor policial e de segurança. Nesse sentido, o texto apresenta uma reflexão inicial sobre os valores-notícia e critérios de noticiabilidade, o uso desses aspectos e a nova configuração do processo de produção da notícia na era da internet. Além disso, são apresentadas reflexões a respeito da

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela Unisinos. Professora do curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Possui graduação em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (1995) e mestrado em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná. E-mail: [cintia\\_xavierpg@yahoo.com.br](mailto:cintia_xavierpg@yahoo.com.br).

<sup>2</sup> Mestre em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, Jornalista pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da Unicesumar. E-mail: [afonsoverner@hotmail.com](mailto:afonsoverner@hotmail.com).

<sup>3</sup> Endereço de contato dos autores (por correspondência): Universidade Estadual de Ponta Grossa, Setor de Ciências Sociais e Aplicadas. Praça Santos Andrade, nº1, Departamento de Comunicação, Centro, CEP: 84010-330 - Ponta Grossa, PR – Brasil.

Teoria do Gatekeeping e da nova ideia do funcionamento dos *gates* nos meios jornalísticos na era da internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** Valores-notícia; Webjornalismo; Jornalismo; Portal aRede; Consumo de Notícias

### **ABSTRACT**

Values-news and internet: An exploratory study on the most accessed news from the portal aRede This work studies the most viewed news in aRede portal, from February 2014 until august 2015. The portal is on since December 2013 and promises 24 hours of news from Ponta Grossa and Campos Gerais. The most important topic is criminal and security. So, this text presents a initial reflection about "new value" and "newsworthy", how to use this criterion and how to produce de news on the internet in the present days. Besides that, the work presents a reflection about the Gatekeeping theory and the new idea about journalistic mechanism on the internet

**KEYWORDS:** News-values; Webjornalismo; Journalism; Portal aRede; News Consumption

### **RESUMEN**

El presente trabajo estudia las noticias más accesadas (visualizadas) del portal aRede de febrero de 2014 a agosto de 2015. El portal está en el aire desde diciembre de 2013 y promete una "cobertura 24 horas de las noticias de Ponta Grossa y de los Campos Generales" - el principal eje de noticias se refiere al sector policial y de seguridad. En este sentido, el texto presenta una reflexión inicial sobre los valores-noticia y los criterios de noticiabilidad, el uso de estos aspectos y la nueva configuración del proceso de producción de la noticia en la era de Internet. Además, se presentan reflexiones acerca de la Teoría del Gatekeeping y de la nueva idea del funcionamiento de los gates en los medios periodísticos en la era de internet.



revista  
Observatório

ISSN nº 2447-4266

Vol. 5, n. 4, Julho-Setembro. 2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

**PALABRAS CLAVE:** Valores de las noticias; periodismo en la red; el periodismo; Portal aRede; Consumo de Noticias

Recebido em: 06.02.2019. Aceito em: 19.05.2019. Publicado em: 01.07.2019.

## Introdução

Com a popularização da internet no Brasil, alguém com um *smartphone* conectado à rede mundial de computadores pode produzir informações (não necessariamente jornalísticas) no local em que está e publicá-las na nuvem<sup>4</sup>, quase que imediatamente. Além disso, o indivíduo também tem acesso a informações e notícias publicadas em qualquer lugar no planeta, no entanto, esse mesmo sujeito não deixa de se interessar e consumir dados que dizem respeito ao seu dia a dia. Ou seja: a vila, o bairro e a cidade em que moramos continuam sendo notícia e cativando interesse em um novo cenário de consumo midiático na internet.

O presente artigo pretende apresentar um cenário de consumo de informação a partir dos dados de acesso do portal *aRede*<sup>5</sup>. No ar desde dezembro de 2013, o site faz parte da mesma empresa do Jornal da Manhã<sup>6</sup> e aposta em informações rápidas sobre o cotidiano de Ponta Grossa como principal filão noticioso – a cobertura policial e do setor de segurança compõe, majoritariamente, a oferta de notícias do site e funciona como uma espécie de ‘carro-chefe’ da produção<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup>O conceito de computação em nuvem (em [inglês](#), *cloud computing*) refere-se à utilização da [memória](#) e das capacidades de armazenamento [de servidores](#) compartilhados e interligados por meio da [Internet](#), seguindo o princípio da [computação em grade](#). Fonte: Carol Fernandes para site [techtudo](#). <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/03/o-que-e-cloud-computing.html>

<sup>5</sup>Cabe esclarecer que um dos autores fez parte da equipe do portal no início do projeto. Os dados analisados foram coletados através do aplicativo e as informações são estritamente numéricas. Algumas das notícias analisadas foram produzidas por um dos autores do artigo, no ambiente de redação.

<sup>6</sup>Informações retiradas do material institucional do veículo. (<http://arede.info/>)

<sup>7</sup> Informações retiradas do material institucional do veículo. (<http://arede.info/jornaldamanha>)

Os dados observados no presente estudo abrangem o período do dia 1 fevereiro de 2014 até 31 de agosto de 2015 e foram coletados e analisados baseados no *Google Analytics*<sup>8</sup> - utilizamos como critério a observação das 30 notícias mais acessadas da história do site e das 10 notícias mais acessadas do mês de setembro de 2014. Setembro foi escolhido de forma aleatória na tentativa de se confirmar (ou negar) o padrão na combinação de valores-notícia encontrado nas notícias mais acessadas do site. A proposta do trabalho é tentar encontrar entre as notícias mais acessadas algum tipo de padrão de consumo de informação em Ponta Grossa e também entender esse dado sobre consumo de informações em relação ao uso dos valores-notícias.

### **Valores-notícia e a percepção de mundo dos jornalistas**

A percepção do que deve ou não ser notícia é uma das ideias centrais do Jornalismo como prática profissional e está ligada a cultura dos integrantes do campo. Ao trabalhar a história da imprensa, Nelson Traquina (2005) propôs uma discussão sobre valores-notícia e a dividiu em três períodos. Segundo Traquina (2005, p. 64), a análise nesses três diferentes períodos mostra que os valores-notícia "básicos" tem variado pouco em mais de dois séculos de digressões e análises sobre o tema. O autor traz o conceito de "folhas volantes", uma espécie de forma pré-moderna do jornal na Europa do século XV, para demonstrar como a morte de William Shakespeare passou despercebida para tais publicações.

Na era das "folhas volantes", milagres abominações, catástrofes, acontecimentos bizarros foram as primeiras ocorrências tratadas nos dias que antecedem os jornais. O nascimento de um porco com duas

---

<sup>8</sup> Google Analytics é um serviço oferecido pelo [Google](#), a cada exibição, [estatísticas](#) e visitações são enviadas ao sistema e apresentadas ao dono do site.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

cabeças era “notícia”, mas visto como sinal de raiva de Deus contra os pecados do seu povo na Inglaterra. (TRAQUINA, 2005, p. 64)

O relato de Traquina (2005) também demonstra como o “insólito” estava entre os principais valores notícia na produção oferecida ao público no século XVI. É importante salientar que o grupo de critérios utilizado para que os jornalistas ‘leiam’ e relatem o mundo é feito de maneira conjunta e articulada. Mauro Wolf (2003, p. 202) conceitua esse conjunto de critérios e qualidades como “noticiabilidade”<sup>9</sup>:

Na seleção dos eventos a serem transformados em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente, “em maços”: são as diversas relações e as combinações que se determinam entre diferentes valores/notícia, para “recomendar” a seleção de um fato. (WOLF, 2003, p. 202)

A segunda divisão histórica sobre o estudo dos valores notícia proposta por Traquina (2005) diz respeito aos anos 30 e 40 do século XVIII em que o retrato do cotidiano proposto pelos meios de comunicação era pautado pela política.

Ao longo do século XVIII, as publicações periódicas, como os jornais, eram dominadas pelo polo político e os meios de comunicação social eram essencialmente vistos como uma arma política até o aparecimento da *penny press* na década de 30 do século XIX (TRAQUINA, 2005, p.67).

A partir da popularização dos jornais e da venda do produto a um preço acessível permitida pela era do *penny press*, histórias de crime, escândalos,

---

<sup>9</sup> Tratamos os conceitos de valor-notícia e critério de noticiabilidade como diferentes. A partir da visão de autores como Gislene Silva (2005) e Marcos Paulo da Silva (2013) entendemos que os valores-notícia são aspectos ligados diretamente à natureza dos acontecimentos e podem ser divididos, de acordo com Mauro Wolf, em substantivos e contextuais. Já os critérios de noticiabilidade são aspectos que regem a produção noticiosa e vão desde a linha editorial do veículo até aspectos comerciais da empresa em questão.

tragédias e notícias que o “homem comum” julgava como interessantes passaram a integrar o noticiário (TRAQUINA, 2005). De acordo Traquina (2005), a terceira fase de estudos acadêmicos sobre os valores-notícias data dos anos 1970. O responsável por inaugurar o novo período de análise é Herbert Gans (2004) ao apontar as “qualidades duradouras” dos relatos noticiosos – Gans estuda a importância do valor notoriedade para que fatos virassem notícia.

### **Valores notícia e subdivisões: classificações de mundo a partir do olhar dos jornalistas**

A primeira tentativa científica de identificar e sistematizar os aspectos que levam um fato a ganhar status de notícia foi realizada por Galtung e Ruge (1999). Os autores apontaram para doze valores-notícia para tentar responder como e porquê determinados acontecimentos se tornam notícia – entre os aspectos levantados estavam a significância, o inesperado, a referência a nações e pessoas de elite, a personalização e a negatividade imputada ao fato.

Alguns desses aspectos já eram notados por outros estudiosos e com outros nomes em outras épocas da imprensa, mas não haviam sido sistematizados de maneira científica antes de Galtung e Ruge (1999). Ainda seguindo o pensamento dos autores, quanto maior o número de valores-notícia agregados em um mesmo fato, maior será a possibilidade de que o acontecimento se torne parte do noticiário em um maior número de jornais, revistas, radiojornais e telejornais.

Quanto a distribuição dos valores-notícia no processo jornalístico (desde a escolha, seleção, enquadramento e produção da notícia), Golding-Elliott (apud Wolf, 2003, p. 202 e 203) aponta para duas possíveis maneiras no uso do critério:

Os valores-notícia são usados de duas maneiras diferentes. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de serem incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público.

Traquina (2005) chama a atenção dos estudos de três pesquisadores canadenses para a compreensão sobre valores notícias: Ericson, Baranek e Chan (Apud TRAQUINA, 2005, p. 139-140). De acordo com os canadenses, os valores-notícia não são imperativos, mas sim elementos “que ajudam o jornalista a reconhecer a importância dos acontecimentos, a proceder a escolhas dentre as alternativas e a considerar as escolhas a fazer” (apud TRAQUINA, 2005). O conceito exposto por Ericson, Baranek e Chan (apud TRAQUINA, 2005) mostra como esses valores estão ligados à cultura profissional e à prática rotineira dos jornalistas – mesmo que os profissionais não façam isso de maneira intencional.

Mauro Wolf (2003) apresenta uma divisão de valores-notícia entre os aspectos seleção e de construção. Os valores de seleção seriam os aspectos que estão diluídos em todo o processo de produção jornalística, desde a seleção do acontecimento, produção da notícia e apresentação do relato ao público. Ou seja: esse primeiro grupo de critérios seria utilizado pelos jornalistas na decisão de escolher quais eventos se tornaram candidatos a se transformar em notícias.

Quanto aos critérios agrupados como valores-notícia de construção por Wolf (2003), esses são possíveis qualidades na constituição de um acontecimento como notícia diante do público. Ou seja, esses valores dizem respeito a qualificação de um determinado evento social na condição de notícia



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

e na escolha de qual aspecto desse fato será ressaltado no formato final oferecido ao público.

Com essas divisões apresentadas, é perceptível a aplicação da ideia do valor-notícia em todo o processo, desde a seleção inicial do que é e do que não é digno de se tornar notícia, passando pela possibilidade técnica (tempo e espaço, por exemplo) para que esse fato se torne notícia, até a qualificação final do evento e de quais aspectos ganharão destaque em detrimento de outros.

Gislene Silva (2005) fez um amplo levantamento dos relatos sobre valores-notícia e apresenta uma tabela dos valores consensuais e mais utilizados – essa tabela foi adotada para a análise empírica deste artigo. Sobre os valores-notícias, Silva (2005, p. 4) aponta para a necessidade de também se observar a hierarquia das notícias no produto final oferecido ao público:

Mas não basta aos seletores de notícias escolher entre um acontecimento que será publicado e outro que ficará de fora, na gaveta das matérias mortas ou que simplesmente será deletado, sem chance de ganhar vida pela visibilidade noticiosa. Entre os selecionados será preciso escolher novamente quais deles merecem entrar nas chamadas dos telejornais ou quais ganharão as primeiras páginas dos impressos, ou mesmo quais ocuparão mais espaço nas páginas internas.

Esse 'outro olhar' sob o uso dos valores-notícia que vai além da qualificação dos eventos e dos fatos também é salientado por Padilha (2012). A autora observa as notícias oferecidas pelo portal da *Folha de São Paulo* para discutir a mudança nesse processo de seleção no ambiente da internet. Para Padilha (2012, p.6), um erro ao tratar sobre a problemática dos valores notícia é olhar apenas para os aspectos que dizem respeito as escolhas feitas pelo profissional do Jornalismo:

É recorrente a autores e estudiosos que tratam da problemática de seleção de notícias, a ideia de que o aporte balizador do processo da

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

noticiabilidade está inexoravelmente ligado a fatores que vão além do julgamento consagrado pela literatura e/ou pragmática. Esse “ir além” inclui aspectos como o direcionamento empresarial e as marcas culturais em seus mais diversos campos: do escolar ao extrato de classe social e adoção religiosa. (PADILHA, 2012, p. 6)

Essa observação qualificada sobre a produção de notícias foi realizado pela socióloga Gaye Tuchman (1978), entre outros pesquisadores, que apontou, entre inúmeros fatores, as dificuldades que os jornalistas possuem para explicar de uma forma racional como escolhem e produzem as notícias. Ou seja, o estudo de Tuchman mostra o processo de confecção da notícia como algo que produz realidade e que nem sempre os critérios que regem essa produção estão claros na visão dos próprios jornalistas.

Um das pretensões aqui é entender, a partir das notícias mais consumidas (visualizadas), quais são os valores-notícias que sobressaem. Ou seja: ao olhar para o conteúdo mais acessado, o esforço é tentar catalogar, através dos valores-notícia, qual é o noticiário que mais interessa ao público em termos quantitativos.

### **A proximidade como valor-notícia**

Mesmo diante de produções noticiosas que possam ser acessadas e consumidas em qualquer lugar do planeta a qualquer horário, acreditamos que a proximidade (geográfica e cultural) é um dos principais indícios de consumo de conteúdo jornalístico. Nesse sentido, Mario Luiz Fernandes (2014) apresenta um debate sobre a importância da notícia local e do aspecto proximidade na confecção da noticiabilidade dos fatos jornalísticos.

A discussão de Fernandes (2014) é baseada na produção de pequenos jornais do interior do Estado de Santa Catarina (SC). O autor apresenta dados do IBGE (2013) que revelam que apenas 5,4% dos municípios brasileiros tem

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

mais de 100 mil habitantes. Com isso, na visão do pesquisador, o quesito proximidade também se tornou um nicho de mercado importante, inclusive salutar também para as grandes companhias, já que uma fatia significativa da população brasileira vive ainda em pequenas e médias cidades.

Fernandes (2014, p.140) lembra que em contraponto à cultura emergente e mídia globalizada, “cada vez mais estudiosos e produtores da informação têm se voltado a analisar a proximidade como um importante elemento de interesse da notícia e um poderoso nicho de mercado na comunicação”. O autor também apresenta uma reflexão sobre o tema ao questionar:

Afinal, na era da comunicação instantânea e globalizada será que a notícia local ainda tem o seu espaço? O critério de proximidade ainda tem sua relevância? Os critérios de noticiabilidade formulados por teóricos e jornalistas são os mesmos de interesse dos leitores? Quais são os critérios de noticiabilidade desses grupos?

A partir das reflexões de Fernandes (2014), voltadas nesse caso ao pequeno jornal do interior, e dos dados do portal *aRede* discutidos neste artigo, notamos que mesmo na era da comunicação instantânea e globalizada, a notícia local tem espaço, assim como o critério proximidade também segue relevante na composição do noticiário.

Fernandes (2014, p. 140) toma como base para o estudo a hipótese do *newsmaking*, tendo como foco os emissores e os processos produtivos das comunicações de massa. O autor define cinco critérios fundamentais para a “compreensão dos processos jornalísticos” que são: noticiabilidade, valores-notícia, rotinas produtivas, seleção e apresentação da notícia.

Como noticiabilidade, Fernandes (2014) entende o processo constituído por um conjunto de elementos utilizados pelos atores dos veículos de comunicação para gerir e controlar a quantidade e o tipo de acontecimentos,

entre os quais há de selecionar as notícias. O conceito, na visão de Fernandes, responde à "clássica pergunta: quais são os acontecimentos que são considerados interessantes, significativos e relevantes para serem noticiados?".

Fernandes (2014) sugere que a resposta para essa pergunta trará traços fundamentais aos fatos considerados dignos de se tornarem notícia. Nesse sentido, a proximidade é um aspecto notório na seleção de fatos noticiosos. Fernandes (2014, p. 141) considera ainda que a resposta para essa questão está inserida em uma complexidade de fatores:

[...] que vai das determinações estruturais da cobertura informativa à representação da realidade social, da função do público à autonomia da profissão de jornalista, das rotinas produtivas aos critérios de relevância para a seleção da notícia, dos interesses próprios da organização jornalística aos contextos sócio, político, econômico e cultural nos quais está inserida. (FERNANDES, 2014, p. 141)

Ao debater o valor proximidade na produção do conteúdo jornalístico, Fernandes (2014, p. 141) lembra que os valores-notícia são "linhas guias" para determinar o que é ou o que não é digno de ser qualificado como notícia. Além disso, os valores também exerceriam a função de seleção dos elementos dignos de serem realçados ou omitidos na apresentação final do material ao público. Ao conceituar os valores-notícia, Fernandes (2014, p. 141) lembra que existem três principais características: (a) as substantivas da notícia relacionadas ao conteúdo; (b) disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; (c) público e (d) concorrência.

Entre o compilado de autores apresentado por Fernandes (2014), foram somados 68 diferentes valores-notícias e o valor "proximidade" é o único citado unanimemente – aspectos como "novidade" ou "notoriedade", tão caros ao jornalismo, não conquistam unanimidade no levantamento. Fernandes (2014, p.

143) retoma as críticas feitas sobre a “rigidez” dos valores-notícia e argumenta que o uso dessas ferramentas possibilita o funcionamento da mídia:

Também instituições jornalísticas estabelecem diferentes critérios em razão do contexto no qual estão inseridas, sua abrangência, seu público, sua periodicidade, etc. No entanto, a adoção desses critérios tem garantido o sucesso destas empresas e agilizado o *modus operandi* de suas redações. (FERNANDES, 2014, p. 143)

Autores como Fraser Bond (1962) e Mar de Fontcuberta (1999) salientam a importância da notícia local em várias fases da imprensa. Ao justificar o caráter proximidade, Bond (1962) por exemplo, afirma que os jornais americanos, distante das grandes cidades, constroem sua tiragem e mantém a audiência ao explorarem tal aspecto dos fatos.

A visita aos conceitos de autores que debatem a proximidade na produção noticiosa busca apresentar um cenário para que esse aspecto pode ser pensado e discutido na dimensão geográfica e temática. O primeiro deles diz respeito à proximidade espacial, que está inserida de modo direto na convivência cotidiana das pessoas, gerando um grau de interação e afetividade ainda maiores. A segunda supre a necessidade de grupos que buscam trocar informações, têm afinidades por temas os mais diversos e expectativas em comum e tem certos efeitos psicológicos de identificação e aplicação afetiva.

### **Gatekeeping e Gatewatcher: Mudanças no papel do jornalista**

Várias teorias buscam identificar como é e como funciona o processo que transforma um determinado fato social em notícia de maior ou menor impacto e relevância (LIPPMANN, 2008;). Uma dessas teorias ficou conhecida como *Gatekeeping* (SHOEMAKER, 2011) e apresenta um esforço para detalhar

como uma informação passa (ou não) por determinados portões (*gates*) até se tornar notícia e depois ser consumida pelo público.

A abordagem holística foi retomada por Shoemaker (1991) para explicar, em diversos modelos e em diferentes níveis de atuação e escolhas, os principais fatores que influenciam no processo de *gatekeeping*. A seleção noticiosa pode e deve ser entendida e debatida em várias etapas do processo de produção noticiosa (fonte e organização, *gatekeeper* e organização, organização e leitor, por exemplo).

Podemos considerar os fatos sociais são vistos e qualificados aos olhos dos jornalistas e podem receber os atributos (valores-notícia) necessários para transpor esse portão. Seria como se esses eventos armazenassem o que Lewin (*apud* Shoemaker, 2011) chama de "força" e o que Shoemaker (2011) denomina como efeito para atravessar o primeiro portão (a entrada no noticiário). A autora ressalta a possibilidade dessas forças podem tanto ser aditivas (facilitar a entrada de determinada informação na instituição) como também podem ser negativas e emperrar a passagem da notícia pelos portões.

Quanto mais quesitos noticiosos o fato conquistar diante do olhar dos jornalistas e das organizações noticiosas, maior a possibilidade do acontecimento em questão passar pelo portão dos meios de comunicação, pelo *gate* do editor e ganhar destaque. Ao transpor o portão e atingir o receptor, também passando pelo *gate* do consumidor, a informação pode ser apropriada e reinterpretada pelo leitor ou telespectador (SHOEMAKER, 2011).

No entanto, com a popularização da internet a relação entre jornalistas e leitores e telespectadores mudou – o que antes era produzido por poucos e proposto e enviado a muitos passou por alterações. Anteriormente o espaço era um limitador claro da produção jornalística, já com a rede mundial de

computadores o quesito espaço não é mais um limitador, mas a produção segue estando submetida a outros condicionantes.

Segundo João Canavilhas (2010), esse tipo de produção jornalística deu lugar aos modelos descentralizados e bidirecionais da segunda era dos *media* (Poster, 2000 apud Canavilhas, p. 10) em que a informação circula de “muitos para muitos”, de “muitos para um” e de “um para um”. Esse modelo de produção descentralizado trouxe outras características à produção jornalística, como a mistura de imagens amadoras com outras captadas por profissionais da mídia e a coexistência de informações repassadas e/ou produzidas por pessoas que não tem como ofício o jornalismo.

A ideia de produção descentralizada alterou o conceito de *gatekeeper*: a produção de informações que antes era controlada por um, ou alguns profissionais, foi ampliada a uma gama infinita de pessoas através do acesso à rede mundial de computadores. No entanto, o próprio Canavilhas (2010) aponta para uma readequação do conceito de *gatekeeper* para *gatewatcher* – o profissional que antes atuava como um porteiro autorizando ou barrando a passagem de informações que se tornariam notícias, passou a efetuar um papel muito mais próximo da moderação do que da seleção, pura e simples, do que deve ou não compor o noticiário. O profissional que antes selecionava os acontecimentos lançando mão de técnicas jornalísticas, conformado com as regras da organização de mídia no qual está inserido, passou a atuar em um ambiente muito mais complexo:

No caso das publicações na Web esta situação altera-se. Sem limitações espaciais, o jornalista pode publicar uma maior quantidade de notícias nos mais variados formatos e com possibilidade de ligação a outras fontes e documentos através de links (CANAVILHAS, 2010, p. 3).

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

Essa possibilidade espacial, em tese, surge pela quase infinita capacidade dos portais de notícia em armazenar conteúdos. Ao mesmo tempo, essa grande quantidade informativa nas redes precisa ser filtrada e dotada de sentido – ou seja, o papel do jornalista deixa de ser levar em conta o profissional que abre ou fecha portões, mas também uma espécie de seletor do que interessa e faz sentido para determinado público.

No novo cenário muito mais complexo e composto por outras variáveis, propomos uma tentativa para apontar algumas pistas sobre quais são os valores-notícia utilizados nos relatos mais lidos do portal *aRede*, levando em conta essas novas dinâmicas do processo comunicativo e também da produção de informação.

Nesse sentido, o próprio Canavilhas (2010) ressalta a importância das redes sociais na produção e no consumo noticioso. Segundo um estudo de Retrovo (2010) (apud Canavilhas, 2010) 42% dos americanos começam o dia consultando as redes sociais, destacadamente o *Facebook* e o *Twitter*, além disso, 16% deles dizem procurar nessas comunidades virtuais notícias.

Outro relatório apresentado no estudo do professor português demonstra que, pelo menos, a metade dos americanos optam pela leitura das notícias nas redes sociais porque “confiam na seleção noticiosa” feita pelos amigos. O mesmo estudo revela que 75% dos consumidores de notícias online recebem links pelas redes sociais ou e-mails e outros 52% compartilha esse conteúdo pela mesma via (apud Canavilhas, 2010).

Os dados apresentados por Canavilhas (2010) sinalizam sobre a importância das redes sociais no consumo e distribuição de informação jornalística no novo cenário midiático. No entanto, esse contexto de consumo lança novos questionamentos sobre os interesses mais próximos do cotidiano



dos leitores aliado a outros valores-notícia. Em um cenário em que a internet possibilita uma “janela” ampla para vários locais do mundo, qual seria o interesse das pessoas pela localidade em que vivem? O interesse para consumir informações está voltado para os assuntos locais?

### **Localidade e morte: as notícias mais acessadas do portal *aRede***

Levando em conta a tabela de valores-notícia organizada por Gislene Silva (2005), a coleta do material apresentado neste artigo foi feita analisando os títulos, datas, editorias, valores-notícia, os acessos e os compartilhamentos de cada reportagem coletada. Foram coletadas informações sobre as notícias com mais de 30 mil acessos. Importante ressaltar que o termo *acesso* aqui é utilizado como sinônimo para *visualizações de página*, conceito que representa o total de vezes que uma página foi acessada – se o usuário do site estiver na página e clicar em *atualizar*, duas visualizações de página serão computadas pelo sistema do *Google Analytics*.

A análise é feita com dados coletados entre os dias 1 de fevereiro de 2014 até 31 de agosto de 2015. Além disso, para fins de comparação, uma coleta foi realizada nos mesmos moldes no mês de setembro de 2014 com o objetivo de identificar padrões no tipo de material mais acessado pelos internautas. No mês de setembro, também foram observados acessos, compartilhamentos, títulos, editorias e valores-notícias das 10 notícias mais acessadas do período.

Em um primeiro momento a análise aconteceu no grupo de notícias com mais de 30 mil acessos da história do site. O recorte gerou um grupo de 31 notícias que tiveram entre 231.071 mil acessos até 31.098 visualizações e essas reportagens estavam divididas em quatro editorias diferentes – Ponta Grossa

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

(20 notícias), Campos Gerais<sup>10</sup> (6), Cotidiano (3) e Blogs (2). As divisões foram atribuídas pelo site e constam no *chapéu* de cada reportagem.

Em referência aos valores-notícia, 19 dos relatos apresentados na coleta trazem o valor morte ou risco de morte de maneira evidente e outras 24 utilizam o quesito proximidade geográfica. Logo em seguida o valor mais notado na coleta é o quesito crime e violência: aspectos ligados a crimes e a violência estão presentes em nove do total de 31 notícias e os relatos sempre estão ligados a valores como morte ou risco de morte, proximidade geográfica e notoriedade.

Essa combinação dá o tom de boa parte do conteúdo mais acessado pelos internautas do site: notícias locais ou regionais (Ponta Grossa e Campos Gerais, respectivamente), relatos que envolvam morte, risco de morte ou acidentes e notícias que envolvem, em alguma medida, crime ou ações dos órgãos de segurança pública. Isoladamente notícias ligadas ao valor escândalo estão entre as mais lidas.

A tabela a seguir expõe os dados coletados. O conteúdo mais acessado diz respeito a um viral que notícia um clipe produzido em Curitiba e pode ser explicado pelo fato do portal ter sido o primeiro e um dos únicos veículos na Web a disponibilizar o conteúdo na íntegra.

**Tabela 1 – Mais acessadas de fevereiro de 2014 a agosto de 2015**

<b>Título</b>	<b>Editória</b>	<b>Valor-notícia</b>	<b>Acessos</b>
Clipe produzido em Curitiba se torna viral na internet ( <a href="http://migre.me/rxB0D">http://migre.me/rxB0D</a> )	Cotidiano	Divertimento, Proximidade geográfica	233.071

<sup>10</sup> Consideramos a região dos Campos Gerais como a área com 19 municípios na região de Ponta Grossa – cidade que funciona como polo para as demais.

Vídeo flagra briga de rua que matou empresário ( <a href="http://migre.me/rxBeJ">http://migre.me/rxBeJ</a> )	Ponta Grossa	Proximidade geográfica, proeminência, raridade, risco de morte/morte, crime e violência	109.960
Chacina no Moto Clube de PG deixa três mortos ( <a href="http://migre.me/rxBgq">http://migre.me/rxBgq</a> )	Ponta Grossa	Proximidade geográfica, morte/risco de morte, crime e violência, inesperado	101.761
Vídeo mostra professora de Carambeí fazendo sexo oral em aluno ( <a href="http://migre.me/rxBls">http://migre.me/rxBls</a> )	Campos Gerais	Proximidade geográfica, escândalo, inusitado	83.216
Casal é flagrado trocando intimidades em prédio público de PG	<b>Fora do ar</b>		78.033
Homem é degolado e cabeça é deixada em frente a igreja ( <a href="http://migre.me/rxBLv">http://migre.me/rxBLv</a> )	Campos Gerais	Proximidade, inusitado, crime e violência, morte/risco de morte	62.928
Empresário flagra mulher e divulga vídeo no WhatsApp ( <a href="http://migre.me/rxBZZ">http://migre.me/rxBZZ</a> )	Cotidiano	Inusitado, escândalo, notoriedade, posição hierárquica	60.327
Mãe e bebê gêmeos morrem em parto na Santa Casa de PG	Ponta Grossa	Proximidade geográfica, morte/risco de morte, drama, interesse humano, emoção	51.235
Morte de estudante comove Ponta Grossa ( <a href="http://migre.me/rxCiM">http://migre.me/rxCiM</a> )	Ponta Grossa	Proximidade geográfica, interesse humano, emoção, morte ou risco de morte	48.780
'Maria UPP' faz seu primeiro filme pornô ( <a href="http://migre.me/rxCqN">http://migre.me/rxCqN</a> )	Blogs / Rede Insana	Interesse humano, divertimento,	48.778
Empresário de loja de roupas morre após briga de rua ( <a href="http://migre.me/rxCy8">http://migre.me/rxCy8</a> )	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, proximidade, violência/crime, proeminência	47.795
Tragédia na Br-376 mata tradicional família de PG	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, proximidade,	47.453

<a href="http://migre.me/rxCC2">http://migre.me/rxCC2</a> )		proeminência, violência/ crime	
Cliente do 'barraco em salão' responde nas redes sociais <a href="http://migre.me/rxCFP">http://migre.me/rxCFP</a>	Campos Gerais	Escândalo, inusitado, inesperado	45.805
Vídeo mostra acidente que causou morte de casal <a href="http://migre.me/rxCLn">http://migre.me/rxCLn</a> )	Cotidiano	Morte/risco de morte, violência/crime, acidente	44.763
Vídeo flagra acidente que arrancou braço de bebê <a href="http://migre.me/rxCNx">http://migre.me/rxCNx</a>	Ponta Grossa	Proximidade, morte/risco de morte, acidente, drama, interesse humano	43.806
Veja vídeo do socorro de criança em shopping de PG <a href="http://migre.me/rxCRO">http://migre.me/rxCRO</a>	Ponta Grossa	Proximidade, acidente, morte/risco de morte, drama, interesse humano	43.081
Jovem de PG morre e comove amigos nas redes sociais <a href="http://migre.me/rxCWS">http://migre.me/rxCWS</a> )	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, drama, proximidade, interesse humano	42.670
Morte de universitária gera comoção nas redes sociais <a href="http://migre.me/rxD1l">http://migre.me/rxD1l</a> )	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, drama, proximidade, interesse humano, proeminência	42.055
Suspeito de morte de personal trainer se entrega a polícia <a href="http://migre.me/rxD4l">http://migre.me/rxD4l</a> )	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, drama, proximidade, violência/crime, proeminência	40.093
Homem mata professora de PG e tranca criança em quarto <a href="http://migre.me/rxHAj">http://migre.me/rxHAj</a>	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, drama, proximidade, violência/crime, proeminência	39.421
Garota de 17 anos morre e comove internautas de PG <a href="http://migre.me/rxHEC">http://migre.me/rxHEC</a>	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, drama, proximidade, emoção	37.638
Menina de 10 anos faz vídeo no celular ao ser abusado por idoso <a href="http://migre.me/rxHJM">http://migre.me/rxHJM</a>	Campos Gerais	Drama, violência/crime, escândalo, proximidade	36.167
Acidente entre rapaz e ônibus mata rapaz de 20 anos	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, violência ou crime,	35.188

<a href="http://migre.me/rxJ15">http://migre.me/rxJ15</a>		proximidade	
Mãe invade escola de PG e ameaça diretora de morte <a href="http://migre.me/rxJ2r">http://migre.me/rxJ2r</a>	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, proximidade geográfica, escândalo	33.794
Vídeo mostra erotismo das garotas de Tibagi <a href="http://migre.me/rxJ6F">http://migre.me/rxJ6F</a>	Campos Gerais	Proximidade, escândalo, interesse humano	33.043
Grave acidente mata jovem na Souza Naves <a href="http://migre.me/rxJd3">http://migre.me/rxJd3</a>	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, proximidade, violência/crime	32.629
Sobe para cinco número de vítimas de tragédia na BR-376 <a href="http://migre.me/rxJgJ">http://migre.me/rxJgJ</a>	Ponta Grossa	Morte/risco de morte, proximidade geográfica, violência/crime, drama	32.050
Ventos de 92 KM/H deixam rastro de destruição em PG <a href="http://migre.me/rxJjl">http://migre.me/rxJjl</a>	Ponta Grossa	Proximidade geográfica, catástrofe	32.010
Bebê perde o braço em escada de shopping de PG <a href="http://migre.me/rxJpt">http://migre.me/rxJpt</a>	Ponta Grossa	Proximidade geográfica, acidente	31.968
Vídeo flagra momento em que adolescentes são atropelados <a href="http://migre.me/rxJtt">http://migre.me/rxJtt</a>	Campos Gerais	Proximidade geográfica, acidente, morte/risco de morte	31.676
Mulher descobre traição ao ver fotos de marido em motel	Ponta Grossa	Escândalo, interesse humano	30.425

**Fonte: Os autores**

Ao observarmos as notícias mais acessadas no portal notamos uma espécie de comportamento padrão de apresentação dos valores-notícia pautados pelos jornalistas. Em um segundo momento analisamos o mesmo ranking de acesso no mês de setembro de 2014 para tentar identificar uma manutenção do padrão, ou uma diluição, ou mudança do aspecto em questão – o mês foi escolhido de forma aleatória.

Na coleta das notícias mais acessadas de setembro, notamos do grupo de 10 relatos selecionados que variam de 30.999 acessos até 10.240

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

visualizações de página. Oito deles estão na editoria Ponta Grossa e a outra notícia na editoria Campos Gerais. Desse grupo, o valor noticioso morte ou risco de morte aparece em três reportagens, já em outros cinco relatos o valor crime e violência está evidente.

**Tabela 2 – Notícias mais acessadas no mês de setembro de 2014**

<b>Título</b>	<b>Editoria</b>	<b>Valor-notícia</b>	<b>Acessos</b>
Vídeo mostra professora de Carambeí fazendo sexo oral em aluno ( <a href="http://migre.me/rxBls">http://migre.me/rxBls</a> )	Campos Gerais	Proximidade geográfica, escândalo, inusitado	30.999
Jovem morre dentro de farmácia em Ponta Grossa ( <a href="http://migre.me/rxFc2">http://migre.me/rxFc2</a> )	Ponta Grossa	Morte ou risco de morte, proximidade geográfica,	24.230
Falecimento de Xuxa do Calçadão comove PG ( <a href="http://migre.me/rxFsS">http://migre.me/rxFsS</a> )	Ponta Grossa	Morte ou risco de morte, proximidade geográfica, drama humano, proeminência	16.259
“É um hobby”, diz rapaz que decapitou cachorro ( <a href="http://migre.me/rxFrU">http://migre.me/rxFrU</a> )	Ponta Grossa	Inusitado, Violência ou crime, inesperado	13.838
Rapaz entra em shopping com cabeça de cachorro na mochila ( <a href="http://migre.me/rxFxh">http://migre.me/rxFxh</a> )	Ponta Grossa	Inusitado, inesperado,	13.249
Crime brutal deixa moradores do Santa Bárbara em pânico ( <a href="http://migre.me/rxFLb">http://migre.me/rxFLb</a> )	Ponta Grossa	Violência ou crime, proximidade, drama	11.896
Homem morto a facadas na Nova Rússia tem o nome divulgado ( <a href="http://migre.me/rxFM2">http://migre.me/rxFM2</a> )	Ponta Grossa	Violência ou crime, proximidade,	11.844
Incidente envolve bombeiro durante desfile em PG ( <a href="http://migre.me/rxFQ7">http://migre.me/rxFQ7</a> )	Ponta Grossa	Inusitado, proximidade geográfica,	10.556
Mulher é assassinada dentro	Ponta	Proximidade, morte ou	10.486

de motel em PG ( <a href="http://migre.me/rxHkt">http://migre.me/rxHkt</a> )	Grossa	risco de morte, violência ou crime	
Homem tenta estuprar estudante em frente a faculdade de PG ( <a href="http://migre.me/rxHo3">http://migre.me/rxHo3</a> )	Ponta Grossa	Proximidade, violência ou crime,	10.240

Nota-se o padrão de notícias locais entre as mais acessadas se mantém e também que critérios como morte e risco de morte e violência são predominantes no conteúdo mais consumido. Valores como escândalo aparecem com menos frequência (apenas duas notícias desse grupo apresentaram esse valor) e passam a dividir espaço com valores como drama humano e notoriedade (cada um presente em duas notícias).

O quesito proximidade também é identificado como fundamental no consumo. Das 10 notícias coletadas em setembro de 2014, apenas duas não estão inseridas na editoria de Ponta Grossa (cidade em que a empresa está instalada). As duas notícias que não integram a editoria, estão elencadas na editoria Campos Gerais, região de municípios vizinhos – ou seja, também há algum nível de proximidade nessas informações.

### **Apontamentos finais**

O estudo, baseado na análise das notícias mais acessadas do portal *aRede*, tenta obter alguns parâmetros sobre quais são os valores-notícia que aparecem no conteúdo noticioso. Nesse sentido, ao observar-se os dois períodos expostos, percebe-se que a cobertura do noticiário local ainda é a grande força do jornalismo regional – aspectos como proximidade geográfica estão entre os mais recorrentes mesmo em um ambiente aparentemente sem fronteiras como a internet.

Tal aspecto reforça importância dada ao valor proximidade por autores como Fernandes (2014). Com lugar cativo nos pequenos jornais impressos, a notícia local também mostra força quando analisada no ambiente online, principalmente quando a audiência do veículo está concentrada em centros urbanos de menor porte, como é o caso de Ponta Grossa e da região dos Campos Gerais<sup>11</sup>.

Quanto a acumulação de valores-notícia, também nota-se que a veracidade da proposição teórica de que quanto mais valores estiverem ligados ao mesmo fato maior será a noticiabilidade daquele evento e, em tese, maior será o espaço dedicado pelos mídias (Shoemaker, 2011). Isso acontece diante da constatação de que a maior parte das notícias com maior número de acessos coincidem com aquelas em que o número de valores também é superior (ao menos três valores somados).

Além disso, o consumo do público referente aquela determinada notícia também deverá ser maior quando mais valores estiverem aplicados a determinado evento. Importante salientar que esse trabalho não atenta para o espaço dedicado a essas notícias no *layout* portal, apenas aos acessos a cada uma das unidades noticiosas em questão.

Por fim, podemos explicar a grande presença de notícias que tratam de morte ou risco de morte e também de violência ou crime já que esse tipo de material é uma espécie de "carro-chefe" da produção noticiosa do veículo. Outro apontamento vai para o fato de boa parte das notícias mais acessadas usa recursos de vídeo (seja ele amador ou feito por profissionais da mídia) além da presença frequente em títulos de verbos como "flagra" e "registra"

---

<sup>11</sup>De acordo com a estimativa mais recente do IBGE (2015), Ponta Grossa conta mais 337 mil habitantes, os outros 19 municípios da região somam quase 1 milhão de moradores.



remetendo a função e a ideia de testemunha ocular dos fatos – aspecto que pode ser trabalhado e debatido em futuros trabalhos.

### Referências

BOND, Fraser. **Introdução ao Jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

CANAVILHAS, João. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: II CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN 3.0, 2010, Salamanca, Espanha. **Anais eletrônicos**. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2010.

FERNANDES, Mario Luiz. **A proximidade como critério de noticiabilidade**: a força da notícia local. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da FERNANDES, Mario Luiz (org.) Critérios de noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014, p. 139-156.

FONTCUBERTA, Mar de. **A notícia**. Lisboa: Ed Notícias, 1999.

GANS, Herbert J. **Deciding what's news**: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time. Illinois: Northwestern University Press, 2004.

GALTUNG, Johan, RUGE, Mari Holmboe. A estrutura do noticiário estrangeiro – A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. 2.ed. Lisboa: Veja, 1999.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg, Petrópolis: Vozes, 2008.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v5n4p438>

PADILHA, Sônia. Os valores-notícia no webjornalismo. **Jornalismo convergente**: reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, p. 199-217, 2012.

TUCHMAN, Gaye. **Making News**: a Study in the Construction of Reality. New York: Free Press, 1978.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

SILVA, Gislaine. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Revista de estudos de Jornalismo e Mídia**, v.2 n.1. p. 95 a 107, 2005.

SILVA, Marcos Paulo da. **A construção cultural da narrativa noticiosa**: noticiabilidade, representação simbólica e regularidade cotidiana. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 2013.

SHOEMAKER, Pamela J.; RICCIO, Jaime R. **Gatekeeping**. John Wiley & Sons, Inc., 1991.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim P. **Teoria do Gatekeeping** - seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso. 2011. pp: 11-47; 157-188.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.