



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

DANIELLY KELLY DUARTE E SILVA

**ESTUDO COMPARATIVO DA CONVERGÊNCIA DE CONTEÚDOS E
DA INTERATIVIDADE NOS PORTAIS PIAUIENSES O DIA E MEIO
NORTE**

LINHA DE PESQUISA: PROCESSOS E PRÁTICAS EM JORNALISMO

**Teresina - PI
2020**

DANIELLY KELLY DUARTE E SILVA

**ESTUDO COMPARATIVO DA CONVERGÊNCIA DE CONTEÚDOS E
DA INTERATIVIDADE NOS PORTAIS PIAUIENSES O DIA E MEIO
NORTE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Centro de Ciências da Educação (CCE), da Universidade Federal do Piauí (UFPI), como requisito para obtenção do grau de Mestra em Comunicação, sob orientação da Prof^a. Dra. Cristiane Portela de Carvalho.

TERESINA-PI
2020

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Educação
Serviço de Processamento Técnico

S586e Silva, Danielly Kelly Duarte e
Estudo comparativo da convergência de conteúdos e da
interatividade nos portais piauienses O Dia e Meio Norte /
Danielly Kelly Duarte e Silva. – 2020.
109 f.

Cópia de computador (printout).
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade
Federal do Piauí, Teresina, 2020.
Orientação: Prof.^a Dr.^a Cristiane Portela de Carvalho.

1. Convergência de Conteúdos. 2. Interatividade.
3. Portal Meio Norte. 4. Portal O Dia. 5. Webjornalismo.
I. Título.

CDD: 070

Danielly Kelly Duarte e Silva

**ESTUDO COMPARATIVO DA CONVERGÊNCIA DE CONTEÚDOS E
DA INTERATIVIDADE NOS PORTAIS PIAUIENSES O DIA E MEIO
NORTE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Centro de Ciências da Educação (CCE), da Universidade Federal do Piauí (UFPI), como requisito para obtenção do grau de Mestra em Comunicação, sob orientação da Prof^ª. Dra. Cristiane Portela de Carvalho.

Linha de Pesquisa: Processos e Práticas no Jornalismo.

Dissertação aprovada em: ____/____/2020

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dra. Cristiane Protela de Carvalho
Orientadora – PPGCOM/UFPI

Prof^ª. Dr. Marcio da Silva Granez
Examinador Interno – PPGCOM/UFPI

Prof^ª. Dra. Adriana Nadja Lelis Coutinho
Examinadora Externa - IFPI

RESUMO

SILVA, Danielly Kelly Duarte e. **Estudo comparativo da convergência de conteúdos e da interatividade nos portais piauienses O Dia e Meio Norte**. 2020. 110 f. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2020.

A convergência midiática e a interatividade têm provocado diversas modificações no modo de fazer jornalismo, não apenas do ponto de vista tecnológico, mas também pela integração das redações e dos conteúdos, alterando as rotinas profissionais e empresarias. No Piauí, a produção e distribuição de conteúdos convergentes ainda é um desafio para os veículos de comunicação, visto que a tecnologia sozinha não garante uma melhor qualidade da informação. Desta forma, a presente pesquisa tem como **objetivo geral** analisar a convergência de conteúdos e a interatividade em matérias jornalísticas da *homepage* dos portais piauienses O Dia e Meio Norte. Os **objetivos específicos** são: - identificar os recursos multimidiáticos e a linguagem utilizada nas notícias dos portais O Dia e Meio Norte, a fim de estabelecer em qual fase/geração do Webjornalismo encontra-se cada um dos referidos portais; - identificar como é realizada a convergência dos conteúdos provenientes dos outros veículos dos grupos para os respectivos portais; - analisar o tipo de interação entre portal e leitores, por meio dos comentários das notícias da *homepage* dos veículos estudados; - comparar os tipos de convergência de conteúdos e interatividade praticados pelos portais piauienses O Dia e Meio Norte. Assim, a pesquisa se justifica pela forma como a web, a convergência midiática e a interatividade estão transformando os modos de fazer jornalismo e como as mudanças culturais e sociais na práxis dessas atividades levantam reflexões propulsoras para esse estudo. Diante disso, a escolha do tema parte da inquietação em analisar como a imprensa piauiense, por meio dos portais estudados, tem contribuído para modificar as práticas sociais e culturais provocadas pela convergência midiática e pela interatividade, bem como pela inquietação em identificar em qual fase do Webjornalismo encontram-se os portais estudados. O referencial teórico é composto por autores que estudam questões relacionadas ao Webjornalismo, como Canavilhas (2001; 2006; 2014), Jenkins (2008), Salaverría (2005; 2009; 2010; 2014), dentre outros. Quanto à definição dos procedimentos metodológicos, a pesquisa é quantitativa e qualitativa, utilizando a técnica da Análise de Conteúdo (AC) para analisar as matérias convergentes da *homepage* dos veículos estudados, bem como utiliza também o método comparativo para identificar semelhanças e/ou diferenças na forma como os portais O Dia e Meio Norte praticam a convergência de conteúdos e a interatividade. Conclui-se, portanto, que há mais semelhanças do que diferenças na forma como os dois portais estão convergindo seus conteúdos e praticando a interatividade com seus públicos.

PALAVRAS-CHAVES: Convergência de Conteúdos. Interatividade. Portal O Dia. Portal Meio Norte. Webjornalismo.

ABSTRACT

SILVA, Danielly Kelly Duarte e. **Estudo comparativo da convergência de conteúdos e da interatividade nos portais piauienses O Dia e Meio Norte**. 2020. 110 f. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2020.

Media convergence and interactivity have caused several modifications in the way journalism is done, not only in the technological point of view, but also in the integration of redaction and content, changing the professional and business routines. In Piauí, the production and distribution of converging content is still a challenge for communication vehicles since technology alone does not ensure a better information quality. Therefore, the present research aims to analyze how content convergence and interactivity in journalistic articles on the homepage of the Piauí news websites *O Dia* and *Meio Norte* occurs. The specific objectives are: - to identify multimedia resources and the language used in the news of *O Dia* and *Meio Norte* websites in order to establish in which phase/generation of Webjournalism each of the portals is located; - to identify how the content convergence coming from other vehicles of the groups to the respective portals is realized; - to analyze the type of interaction between portal and readers through the comments on the news of the homepage of the vehicles studied; - to compare the types of content convergence and interactivity practiced by the Piauí portals *O Dia* and *Meio Norte*. Thus, the research is justified by the manner in which the web, media convergence and interactivity are transforming the ways of doing journalism and how the cultural and social changes in the praxis of these activities raise propelling reflections for this study. Given this, the choice of the theme departs from the concern to analyze how the Piauí press, through the studied portals, has contributed to modify the social and cultural practices caused by media convergence and interactivity, as well as the concern to identify in which phase of the Webjournalism the portals studied are situated. The theoretical background is composed by authors who study issues related to Webjournalism, such as Canavilhas (2001; 2006; 2014), Jenkins (2008), Salaverría (2005; 2009; 2010; 2014), among others. Regarding the definition of the methodological procedures, the research is quantitative and qualitative, using the technique of Content Analysis (CA) to analyze the convergent subjects of the homepage of the studied vehicles, as well as using the comparative method to identify similarities and/or differences in the way that *O Dia* and *Meio Norte* portals practice content convergence and interactivity. It is concluded, therefore, that there are more similarities than differences in the way the two portals are converging their contents and practicing interactivity with their audiences.

KEYWORDS: Content Convergence. Interactivity. *O Dia* News Portal. *Meio Norte* News Portal. WebJournalism.

Peçam, e lhes será dado; busquem, e encontrarão; batam, e a porta lhes será aberta. Pois todo o que pede, recebe; o que busca, encontra; e àquele que bate, a porta será aberta" . (Mateus 7:7-8)

Só se conquista o que quer quando se tem perseverança e fé. (D'Garcia).

DEDICATÓRIA

Ao meu pequeno príncipe, meu amado filho Pedro Lucas da Silva Duarte e a minha mãe, Maria Áurea Duarte da Silva, as pessoas que mais amo, que são minhas motivação e referencial de amor. À minha mãe, pessoa que mais me ajudou a chegar ao Mestrado, que me incentivou, me apoiou e não me deixou desistir ou abater diante das dificuldades enfrentadas; a ela, que cuidou do meu Pedro nesses dois anos que tive de ficar ausente; a ela, que me ensina tanto sobre tantas coisas todos os dias.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me presentear com a vida e com uma família maravilhosa, que permitiu que tudo isso acontecesse, por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades e chegar até o fim desse trabalho.

A minha querida orientadora, Prof^ª. Dr^ª. Cristiane Portela de Carvalho, pela oportunidade, pelos ensinamentos, apoio, compreensão, amizade e por sempre me fazer acreditar que tudo iria dar certo, me ajudando sempre com muita paciência; a melhor orientadora.

A UFPI, que tem sido a minha casa de estudos durante esse período, pela oportunidade de aprender, fazer o Mestrado.

Aos professores do PPGCOM, pelos ensinamentos e conhecimentos compartilhados.

A FAPEPI/CAPES, pelo apoio financeiro.

Aos meus pais, Pedro Manoel da Silva e Maria Áurea Duarte da Silva pelo apoio, me fazendo acreditar que nada é impossível por todo aporte, amor e dedicação na minha educação; por acreditarem na minha capacidade, sempre me mostrando que sou capaz de chegar onde desejo.

Aos meus irmãos, Débora Duarte (minha anja), Diêgo Duarte e Diôgo Duarte, pelo incentivo, carinho, atenção, companheirismo, amizade e compreensão que sempre tiveram para comigo.

Aos meus colegas de turma, pelo companheirismo, pela troca de informações; irmãos na amizade, pelas palavras de apoio e por estamos sempre dando força uns aos outros.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Corpus da pesquisa	57
Quadro 2 - Recursos multimidiáticos utilizados nos portais O Dia e Meio Norte.....	65
Quadro 3 - Linguagem dos portais O Dia e Meio Norte	69
Quadro 4 - Convergência praticada nos portais O Dia e Meio Norte	75
Quadro 5 - Nível de Convergência nos portais O Dia e Meio Norte	79
Quadro 6 - Formatos empregados pelos portais O Dia e Meio Norte para estruturação da narrativa jornalística.....	80
Quadro 7 - Matérias dos portais O Dia e Meio Norte que possuem comentários	81

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	WEBJORNALISMO: ASPECTOS GERAIS	17
2.1	Gerações e características	22
2.2	Jornalismo de portais	29
2.3	Linguagem jornalística na web.....	34
3	CONVERGÊNCIA E INTERATIVIDADE	39
3.1	Dimensões da convergência	41
3.2	Jornalismo convergente	45
3.3	Interatividade	49
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	55
4.1	Análise de conteúdo (AC)	59
4.2	Estudo comparativo	60
4.3	Conhecendo os observáveis	61
4.3.1	Portal O Dia	61
4.3.2	Portal Meio Norte	62
5	ANÁLISE DA CONVERGÊNCIA DE CONTEÚDOS E DA INTERATIVIDADE NOS PORTAIS O DIA E MEIO NORTE	64
5.1	Os recursos multimidiáticos e a linguagem dos portais	64
5.2	A convergência praticada nos portais	74
5.3	A interatividade nos portais	80
5.4	Aspectos comparativos entre os dois portais	87
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	91
	REFERÊNCIAS	97
	ANEXO	103

1 INTRODUÇÃO

A convergência midiática tem mudado os modos de fazer jornalismo, reconfigurando os meios de comunicação tradicionais (impressos, rádio e TV) e a internet, alterando os processos com os quais as empresas midiáticas se reorganizam e se reestruturam para obterem novos mercados, provocando a união e a complementaridade de várias mídias em uma única plataforma, gerando várias possibilidades de informação. Ela representa “uma ótima oportunidade para reverter a organização das empresas jornalísticas do século XX em empresas informativas do século XXI” (NEGREDO; SALAVERRÍA, 2008, p. 17).

Com a apropriação da internet pelos veículos tradicionais, o processo de troca de informações e comunicação mudou, pois houve uma reconfiguração do espaço e do tempo, refletindo na forma de produção, apuração, distribuição e circulação das informações, impulsionadas pela convergência midiática, fenômeno processual que modifica os fazeres jornalísticos e a produção de notícias.

O cruzamento de mídias favorece de forma ampla a interação do produtor de notícias com o consumidor, visto que expandiu a circulação das informações, antes difundidas apenas pelos meios tradicionais, mas que agora possuem novos agentes, como o computador e dispositivos móveis.

De acordo com Jenkins (2008), a convergência representa uma transformação cultural, uma vez que os consumidores estão buscando mais informações correlatas às informações que recebem. O autor acredita que à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos, já acontece uma transformação cultural, que faz parte de uma cultura participativa, sempre lembrando que a convergência não acontece através dos meios ou aparelhos tecnológicos, mas sim nos cérebros e nas interações sociais dos consumidores das informações.

Jenkins *et al* (2014) fala ainda da propagabilidade que facilita a circulação de algum tipo de conteúdo por meio de recursos técnicos, atributos que podem motivar, por exemplo, uma comunidade a compartilhar um texto de mídia nas redes sociais. O autor fala ainda de aderência, ao se referir a conteúdos que precisam ser criados de forma a atrair a atenção da audiência, envolvendo-a e, dessa forma, provocando o engajamento do público para o compartilhamento.

As mídias não são empresas de tecnologias, mas contam com estas para produzir e distribuir conteúdos, com a ressalva de que a tecnologia sozinha não garante uma melhor

qualidade da informação. Porém, a convergência possibilita a adaptação dos conteúdos a plataformas distintas. Esse fato tem provocado diversas mudanças no fazer jornalístico, pois as empresas se veem diante de uma reorganização para desenvolver uma produção e atuação multimidiática e multiplataforma. Isto faz com que as empresas de comunicação disponham de ferramentas tecnológicas que, se bem utilizadas, podem acrescentar mais recursos aos conteúdos noticiosos deixando a informação mais completa e atrativa para o webleitor. Esse são avanços e possibilidades proporcionadas pela internet, permitindo apresentar os conteúdos jornalísticos no ambiente on-line de forma que antes não era possível pela imprensa tradicional, pois o ambiente digital exige uma narrativa cada vez mais multimídia e interativa.

No caso dos grupos de comunicação, eles estão cada vez mais buscando a integração de suas redações e adequando seus conteúdos convergentes. Esse movimento de integração das mídias e das redações é o ponto principal da (re) adaptação do jornalismo que ganha destaque ao incluir as mídias móveis, potenciadores desse processo de reconfiguração da produção, publicação, distribuição, circulação, consumo e recirculação de conteúdos jornalísticos em multiplataformas.

Muitas transformações acontecem também na forma de trabalho do jornalista, uma vez que a convergência jornalística é um processo multidimensional, em que as mudanças ocorrem nas esferas tecnológica, empresarial, profissional e editorial ou de conteúdo.

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas produzam conteúdos que se distribuem por meio de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma delas. (SALAVERRÍA, NEGREDO, 2008, p. 45).

Dessa forma, a convergência jornalística faz parte de um processo amplo, que usa as tecnologias digitais para alcançar objetivos empresariais, profissionais e informativos. Por isso, é possível apontar dimensões em que a convergência influencia as empresas de comunicação:

- **dimensão tecnológica** – Salaverría (2009) ressalta que, nos dias atuais, os jornalistas, inclusive os que trabalham apenas com web, usam equipamentos cada vez mais similares. Por exemplo, o computador e a internet são usados por profissionais do impresso,

do rádio, da TV e da web. Vale lembrar, contudo, que a linguagem irá variar em função do meio noticioso:

- **dimensão empresarial** – para Canelas (2011), esta dimensão refere-se à concentração de órgãos de informação por parte de grupos de mídia. A dimensão empresarial está relacionada também com a integração de redações de diferentes meios jornalísticos. Assim, as redações integradas podem alojar, no mesmo espaço físico, jornalistas de distintos meios (impressos, rádio, TV e web), geralmente pertencentes ao mesmo grupo de mídia, com o intuito de partilhar recursos (financeiros, materiais, tecnológicos e humanos);

- **dimensão profissional** – para Salaverría (2009), o denominador comum para todas as alterações verificadas no exercício da atividade profissional dos jornalistas pode ser expresso por uma única palavra: polivalência. Nesta linha de pensamento, o autor fala em três tipos de polivalência: funcional (jornalista multitarefa); temática (jornalista que trabalha com diversas áreas temáticas); midiática (jornalista que concebe conteúdos noticiosos para multiplataformas);

- **dimensão de conteúdo** – de acordo com Salaverría (2009), veículos de comunicação são empresas que produzem conteúdos jornalísticos para serem veiculados em um ou mais meios. Novas formas de produção e distribuição de informação noticiosa são distribuídas em multiplataformas, que combinam diversos códigos comunicativos, como texto, imagem, som e vídeo.

- **dimensão da audiência** – para Silva (2018), são os novos hábitos de consumo da sociedade, sempre ligada na rede na era da conectividade, que trazem as principais características dessa dimensão. Uma audiência que é estimulada a migrar entre plataformas de comunicação em busca de novas experiências e fazer conexões com conteúdos dispersos.

Assim, a partir do entendimento da convergência midiática como fenômeno em constante processo de mutação e vislumbrando todas as mudanças por ela ocasionadas no âmbito do jornalismo, surge a **pergunta central** que norteia esta pesquisa: - De que modo acontece o processo de convergência de conteúdos e a interatividade nos portais piauienses O Dia e Meio Norte?

Essa pergunta leva a apontamentos sobre quais são os recursos usados pelos grupos O Dia e Meio Norte para realizar a convergência midiática e a interatividade nos conteúdos produzidos pelos portais analisados. Esta pesquisa investiga a interatividade por meio dos comentários existentes nas matérias do *corpus*. Parte-se, portanto, das seguintes **hipóteses**: - os portais dos grupos O Dia e Meio Norte ainda praticam um tipo de jornalismo que remete

prioritariamente à segunda fase/geração do Webjornalismo, realizando apenas a simples transposição de conteúdos das demais plataformas comunicacionais de seus respectivos grupos; - a interatividade não é praticada de forma que contemple uma integração entre produtores e consumidores das notícias veiculadas; - nos portais analisados existem mais semelhanças do que diferenças nos modos de praticar a convergência de conteúdo e a interatividade.

De acordo com Ribeiro (2014), é importante ressaltar que não existe um padrão de convergência nas redações, pois a compreensão do processo de convergência midiática se entrelaça por diversos modelos, de modo que se adequam segundo as características de cada empresa.

Assim, o presente trabalho possui o seguinte **objetivo geral**: - analisar a convergência de conteúdos e a interatividade em matérias jornalísticas da *homepage* dos portais piauienses O Dia e Meio Norte. Os **objetivos específicos** são: - identificar os recursos multimidiáticos e a linguagem utilizada nas notícias dos portais O Dia e Meio Norte, a fim de estabelecer em qual fase/geração do Webjornalismo encontra-se cada um dos referidos portais; - identificar como é realizada a convergência dos conteúdos provenientes dos outros veículos dos grupos para os respectivos portais; - analisar o tipo de interação entre portal e leitores, por meio dos comentários das notícias da *homepage* dos veículos estudados; - comparar os tipos de convergência de conteúdos e interatividade praticados pelos portais piauienses O Dia e Meio Norte.

A pesquisa se justifica pela forma como a web, a convergência midiática e a interatividade estão transformando os modos de fazer jornalismo e como as mudanças culturais e sociais na *práxis* dessa atividade levantam reflexões propulsoras para esse estudo. Diante disso, a escolha do tema (Estudo Comparativo da Convergência de Conteúdos e da Interatividade nos Portais Piauienses O Dia e Meio Norte) parte da inquietação em analisar como a imprensa piauiense, por meio dos portais estudados, tem contribuído para modificar as práticas sociais e culturais provocadas pela convergência midiática, bem como pela inquietação em identificar em qual fase do Webjornalismo encontram-se os portais estudados. O presente trabalho contribui para perceber como a convergência midiática e a interatividade estão modificando a prática jornalística local.

As relações entre as tecnologias da informação e da comunicação devem ser compreendidas no âmbito do jornalismo contemporâneo. Dessa forma, tomando por base o jornalismo piauiense, mais especificamente os portais noticiosos O Dia e Meio Norte, é

pertinente analisar, de modo particular, como ocorre o processo de convergência de conteúdos e a interatividade nesses portais. A escolha dos portais piauienses O Dia e Meio Norte ocorreu pelo fato de o primeiro fazer parte do grupo de comunicação mais antigo de Teresina-PI e por ter o primeiro jornal piauiense com versão online, ainda em 1996. O grupo possui, além do portal, jornal impresso (o mais antigo em circulação na capital piauiense) e emissora de televisão, que funcionam em redação multimídia, desde o ano de 2009. A escolha do Meio Norte ocorreu pelo fato de ser o primeiro portal de notícias da capital piauiense. O grupo é um conglomerado midiático de abrangência regional com redação multimídia, desde 2005, que, além do portal, possui jornal impresso e emissoras de rádio e televisão. Ambos os portais, portanto, têm grande potencialidade para colaborarem com este estudo.

O trabalho apresenta relevância acadêmica por contribuir com a reflexão sobre o tipo de Webjornalismo e a convergência jornalística praticados no Piauí, bem como pode ser fonte para futuros trabalhos, já que a pesquisa nesta área, sobre o tema em questão, não é muito extensa, pois há poucas obras disponíveis que dialogam diretamente com este trabalho, a exemplo das pesquisas de Ribeiro (2014), Silva (2017) e Lopes (2019). Dessa maneira, os registros, notas e estudos realizados nesta pesquisa podem ser suporte para avaliações da produção jornalística e compreensão das práticas jornalísticas contemporâneas na web relacionadas ao processo de convergência e interatividade.

Levando em consideração que esta pesquisa trabalha com convergência de conteúdo, busca-se saber se há uma adequação nas narrativas, quando se converge de uma plataforma para outra, considerando as características do Webjornalismo que possibilitem tais práticas e que possa identificar as fases do processo de convergência em que se encontram os veículos analisados.

A dissertação está dividida em seis capítulos. O primeiro é a **Introdução**. O segundo – **Webjornalismo: Aspectos Gerais** - aborda o contexto histórico do Webjornalismo no Brasil, suas características e fases/gerações, a linguagem jornalística na web e o jornalismo de portais. O terceiro capítulo – **Convergência e Interatividade** – discute as dimensões da convergência e as modificações no fazer jornalístico, aborda sobre o jornalismo convergente e retrata a importância da interatividade. O quarto discorre sobre os **Procedimentos Metodológicos** da pesquisa, que possui abordagem qualitativa e quantitativa, utilizando também a Análise de Conteúdo (AC) do material noticioso publicado na *homepage* dos portais O Dia e Meio Norte, no mês de junho de 2019. A pesquisa também possui abordagem comparativa que visa investigar diferenças e similaridades nas práticas de convergência e

interatividade dos portais. O quinto capítulo, **Análise da Convergência de Conteúdos e da Interatividade nos Portais O Dia e Meio Norte**, traz as análises, mediante os objetivos e as categorias propostas previamente, seguindo um percurso metodológico que analisa a produção jornalística convergente e a interatividade em cada portal estudado. E, por fim, seguem as **Considerações Finais**, algumas páginas nas quais retomamos os pontos centrais do trabalho, a problemática e os objetivos, chamando atenção para as análises e os resultados obtidos na pesquisa a respeito de como a convergência e a interatividade está sendo praticada nos portais O Dia e Meio Norte, um olhar sobre a realidade do Webjornalismo no Piauí, tomando por base o corpus apurado e deixando claro que não é determinante, visto que compreende um espectro ligado aos nossos objetivos. Finalizamos as considerações com a retomada das hipóteses e uma explanação sobre os resultados encontrados, confirmando ou refutando as hipóteses.

2 WEBJORNALISMO: ASPECTOS GERAIS

É mediante as transformações processuais nos âmbitos profissional e tecnológico que o jornalismo para web se desenvolve. No Brasil, os sites de conteúdos jornalísticos nasceram atrelados às mídias tradicionais, nas empresas jornalísticas já consolidadas na imprensa brasileira, porém ainda sem a compreensão de portal, modelo para o qual se desenvolveram posteriormente.

O Jornal do Brasil foi o primeiro periódico brasileiro a ter uma página na internet. O site jornalístico disponibilizava seu conteúdo por meio do JB Online, criado em 28 de maio de 1995, saindo à frente de outros veículos de comunicação que estavam atentando para as novas tendências da comunicação. Na mesma época, o jornal *O Globo* também lançou sua versão eletrônica, seguido pela Agência Estado, agência de notícias do grupo Estado, lançando suas publicações também na internet.

Moherdau (1999) analisou os jornais Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo, a partir de 1995, quando estes iniciaram suas publicações em seus sites de notícias. Segundo a autora, inicialmente os jornais apenas disponibilizavam os conteúdos nas páginas na internet, a Folha de S. Paulo disponibilizava sinopses das reportagens do dia na versão da Folha Online.

Percebe-se que, a princípio, as empresas de comunicação usavam a web apenas como uma extensão dos veículos tradicionais, uma evolução do jornal impresso, ainda mais por se tratar de uma comunicação também escrita. Somente com o passar do tempo houve entendimento que o jornalismo na internet estava para além da evolução dos jornais, que a web era um novo meio e que, assim como o rádio e a TV, necessita de linguagem própria, diferente, assim como os demais meios tradicionais.

No entanto, inicialmente, prevalecia a ideia da transposição de notícias tal qual se apresentava no jornal impresso, dedicando-se à digitalização dos impressos. Para Moherdau (1999), o aspecto de maior diferença entre o meio digital e o impresso estava relacionado ao *design* das publicações, ou seja, o aspecto visual era alterado por causa da diferença de linguagem entre os meios, até porque o ciberespaço precisa de ferramentas de navegação próprias, mas o meio impresso era a referência para se praticar o jornalismo na internet, a reprodução perfeita não era possível visto as limitações técnicas.

Um fato importante é que, ao longo desses poucos anos, foram surgindo termos e nomenclaturas para tratar sobre o jornalismo praticado na internet, assim como fases e estágios, etapas que marcam a evolução no uso das tecnologias e mudanças na forma de

praticar o jornalismo. Características e demais aspectos tecnológicos interferem na definição da identidade das produções direcionadas à web. Termos como jornalismo eletrônico, jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo online e Webjornalismo surgiram ao longo de pouco mais de duas décadas, terminologias utilizadas para tratar sobre o jornalismo praticado na internet, termos semelhantes, mas com algumas diferenças.

O **jornalismo eletrônico** é a prática do jornalismo em ambiente eletrônico. Dessa forma, qualquer forma de prática jornalística que utilize ferramentas eletrônicas pode ser qualificada como jornalismo eletrônico. A expressão é muito utilizada por jornalistas e pesquisadores de língua espanhola. Segundo Mielniczuk (2003, p. 2-3), “em linhas gerais, observa-se que autores norte-americanos utilizam o termo jornalismo online ou jornalismo digital, já os autores de língua espanhola preferem o termo jornalismo eletrônico”.

Regis (2010) explica que não há como delimitar apenas o jornalismo praticado na internet, por ser um termo amplo no qual os outros meios também podem se enquadrar.

Esta seria a forma mais abrangente, visto que o jornalismo na Internet, independente da nomenclatura, faz uso de ferramentas eletrônicas. Já quanto à aplicabilidade [...] é tão ampla que mesmo ao tentar delimitar apenas ao veículo Internet não é possível apresentar as características do fazer jornalístico, nem no que tange a arquitetura e layout da página, nem estrutura da notícia e relações com o público. (REGIS, 2010, p. 16).

O **jornalismo digital** está permeado por conceitos que foram sendo acrescentados ao longo dos anos. Para entender um pouco sobre o jornalismo digital é preciso entender dois conceitos: virtual e digital. O primeiro, segundo Levy (1999), está relacionado à técnica, ligado à informática e significa irreal. “Uma realidade virtual” não pressupõe a efetivação da materialidade, uma presença tangível. É a parte técnica do virtual que se relaciona com a digital, por meio da tradução de informações, exemplo dos códigos binários.

Para Regis (2010), os seres humanos apenas podem acompanhar os códigos através de atualizações, em algum lugar os textos ficam legíveis e as imagens visíveis, e assim as informações são digitalizadas, sendo o computador a ferramenta tecnológica com suporte físico onde essas transformações tornam-se possíveis. Dessa maneira, o jornalismo digital passa a ser integrante desse processo que se controla no virtual e no digital.

Jornalismo digital está atrelado ao uso de tecnologias digitais, tanto na captura, como no processamento e disseminação da informação. Entra neste contexto desde o mais simples recurso como um pendrive até smartphones. É comum também aplicar a terminologia Jornalismo Multimídia, justamente por permitir a manipulação de arquivos de textos, som e imagem. (REGIS, 2010, p. 18).

Para Barbosa (2002), a digitalização da informação fez com que nascessem novas formas de fazer jornalismo, dando sequência à evolução dos meios de comunicação, com a informação atualizada instantaneamente por meio dos bits nas formas de textos, fotos, vídeos, áudios, gráficos e animações.

No caso do **ciberjornalismo**, é preciso destacar que o ciberespaço ampliou as possibilidades de praticar o jornalismo, a partir do momento que passou a explorar as potencialidades da ambiência. Segundo Levy (1992), essa ambiência, que por meio da internet representa o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônica, da codificação digital, que permite calcular em “tempo real” a parte virtual da informação, o tratamento hipertextual, interacional e interfaces de todos os dispositivos da criação da informação, deixa no autor a perspectiva de que a digitalização geral das informações tornará o ciberespaço o principal canal de comunicações e suporte de memória da humanidade, pois “o ciberespaço é o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LEVY, 1992, p. 92). Ciberjornalismo é, portanto,

toda a atividade jornalística realizada no ciberespaço, ou com auxílio das ferramentas disponibilizadas neste mesmo ambiente. Dentro da estrutura tecnológica oferecida pelo ciberespaço é possível explorar jornalisticamente as características: de multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. (REGIS, 2010, p. 20-21).

Autores como Salverría (2005) e Barbosa (2005) defendem o termo como o mais apropriado para denominar essa forma de jornalismo praticado na internet, dentre outras nomenclaturas como jornalismo digital, jornalismo online, jornalismo multimídia, e jornalismo eletrônico.

O **jornalismo online** tem como fundamento se reportar a como as notícias circulam. Apesar de conservar características do jornal impresso, tem a liberdade que a plataforma oferece. De acordo com Regis (2010), as diferenças entre jornalismo digital e jornalismo online é que o primeiro é utilizado para se referir ao suporte da transmissão da notícia, enquanto o segundo diz respeito a como as notícias circulam na web. O autor ainda explica que o termo online dá impressão de agilidade e instantaneidade, com informações atuais, por

meio da conexão da internet em tempo real. Mielniczuk (2003) explica que nem tudo que é digital é online:

O termo 'online' conduz à ideia de conexão em tempo real, ou seja, fluxo contínuo de informação e quase instantâneo. As possibilidades de acesso e transferência de dados online utilizam-se, na maioria dos casos, de tecnologia digital. Porém, nem tudo o que é digital, é online. (MIELNICZUK, 2003, p. 26).

O digital está muito mais ligado a questões técnicas, que podem ser utilizadas por outros meios que tenham o computador como suporte para praticar o jornalismo, por exemplo, enquanto o jornalismo online pode ser caracterizado como aquele em que todas as etapas de produção estão circunscritas no ambiente do ciberespaço.

Já a utilização do termo **Webjornalismo** se configura como uma nova modalidade jornalística, com a qual as tecnologias deixam de ser apenas um suporte, uma ferramenta e se constituem como parte da prática do fazer jornalístico, sendo assim a forma mais recente do jornalismo. Para Canavilhas (2001), assim como o jornalismo na TV se denomina de telejornalismo, o jornalismo de rádio é radiojornalismo, o jornalismo impresso é usado para se referir a jornais impressos no papel, o Webjornalismo é, então, a nomenclatura que se adequa ao suporte técnico.

Para Mielniczuk (2003), a internet está relacionada a recursos e processos mais amplos que a web, porém, segundo a autora, muitos leigos utilizam a web e a internet como sinônimas. “O Webjornalismo, por sua vez, refere-se a uma parte específica da internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável” (MIELNICZUK, 2003, p. 26).

O termo Webjornalismo, mesmo estando relacionado à web, só passou a ser utilizado quando houve um melhor aproveitamento das potencialidades da plataforma, melhor utilizando recursos como hipertexto e multimídia, ultrapassando assim a ideia da digitalização dos meios tradicionais.

Vale ressaltar que os termos apresentados anteriormente, embora sejam diferentes, têm suas similaridades desde o início das atividades jornalísticas na internet. De acordo com Regis (2010), pesquisadores não pouparam esforços em definir nomenclaturas e terminologias que comportassem o que seria a nova mídia para remissão de seus significados.

As nomenclaturas mais aplicadas ao jornalismo na Internet oscilam entre jornalismo eletrônico, jornalismo digital ou multimídia, ciberjornalismo, jornalismo online e Webjornalismo. E todas essas nomenclaturas são tentativas de elucidação da diversidade encontrada no fazer jornalismo na Internet, pela qual, diariamente jornalistas mantêm rotinas produtivas, atentos a possibilidades e modificações em seus formatos. As particularidades de cada nomenclatura apresentada acima se entrelaçam, o que leva à conclusão que não se trata de práticas diferentes, mas sim, de informações que se moldaram com tempo e hoje se complementam. (REGIS, 2010, p. 29).

Dessa forma, entende-se que os termos foram surgindo com o passar do tempo e se moldando de acordo com as novas descobertas e atualizações práticas. Embora os termos sejam diferentes, eles se complementam e um termo não exclui o outro, mas coexistem concomitantemente.

Para Mielniczuk (2003), a rotina de um jornalista na atualidade perpassa por todas as nomenclaturas definidas. Para a autora, um é parte integrante do outro. Portanto, o Webjornalismo está contido no jornalismo online, que por sua vez integra o ciberjornalismo, e este está contido no jornalismo digital, estando assim todos integrados no jornalismo eletrônico, sendo esta a forma mais ampla e mais abrangente do jornalismo na Internet. Entretanto, para este trabalho vamos adotar o conceito de Webjornalismo.

Assim como os termos e nomenclaturas foram surgindo com o passar do tempo, o Webjornalismo possui fases, marcando a identidade da atividade, evolução e adaptação do novo meio.

A primeira fase do Webjornalismo é caracterizada como **transpositiva**, na qual era realizada a transposição de algumas das principais matérias dos jornais impressos para o meio online. Segundo Mielniczuk (2003), essa fase inicial começou a ser implementada no Brasil por volta dos anos de 1995. A segunda fase, a da **metáfora**, mesmo ainda atrelada ao modelo do jornal impresso, começou a ocorrer no final dos anos 1990, com algumas tentativas de explorar as características oferecidas pela rede. Ainda segundo a autora, a terceira fase é caracterizada pelo Webjornalismo ou produtos da terceira geração. Nesta fase, já era possível observar a tentativa de efetivamente explorar as potencialidades da web e os produtos já apresentavam recursos multimídia, sendo notados no início deste século, por volta do ano 2002.

As fases do Webjornalismo são abordadas de diferentes formas por autores distintos. Este trabalho utiliza as classificações sugeridas por Mielniczuk (2003):

Sugerimos uma classificação própria, na qual também dividimos a trajetória dos produtos jornalísticos desenvolvidos para a web em três momentos: produtos de primeira geração ou fase da transposição; produtos de segunda geração ou fase da metáfora e produtos de terceira geração ou fase do Webjornalismo. (MIELNICZUK, 2003, p. 31).

As gerações do Webjornalismo coexistem entre si, não são fases estaques, nem excludentes, a divisão em fases ou gerações está relacionada à trajetória de um conjunto de experiências que eram desenvolvidas com o novo meio, mas não de forma que essa evolução fosse individual em suas fases ou processo evolutivo. Dessa forma, o tópico seguinte aborda as gerações e características do Webjornalismo, trazendo, além das três principais gerações, a quarta e quinta gerações que ainda não são consensuais entre os estudiosos da área.

2.1 Gerações e características

Como já mencionado anteriormente, a primeira geração do Webjornalismo é caracterizada pela transposição ou justaposição de conteúdo, a segunda geração é a da metáfora e a terceira geração é marcada pelo Webjornalismo propriamente dito. A quarta geração não é consensual entre os estudiosos da área e configura-se pelo jornalismo digital em base de dados. Por fim, a quinta geração, que também não consensual, é a que compreende as mídias móveis.

Na primeira geração ocorre a mera transposição de conteúdo ou justaposição, ou seja, os conteúdos são apenas transferidos de uma mídia para outra, sem adequação de linguagem. Como afirma Mielniczuk (2003, p. 08), “os produtos desta fase, em sua maioria, são simplesmente cópias para a web do conteúdo de jornais existentes no papel”. A autora ressalta ainda que, nessa fase, não é utilizado o potencial da mídia, nem há preocupação com as possibilidades de inovações jornalísticas que a web oferece. A rotina de produção de notícias é totalmente atrelada ao modelo estabelecido nos jornais impressos, a apresentação das narrativas jornalísticas não passa por alterações e continua da mesma forma como nos jornais. O que existe é apenas a migração do conteúdo de uma plataforma para outra. A web não é explorada enquanto meio que apresenta características específicas. A disponibilização de informações fica restrita à possibilidade de ocupar um espaço.

A primeira geração do Webjornalismo, ou período transpositivo, ocupa-se da transposição, integral, de parte do conteúdo produzido para veículos impressos. Não há nenhuma adequação do texto para a mídia, não se contrata jornalistas, nem os treina, para trabalhar com o novo ambiente, e as atualizações acontecem de acordo com o ritmo das redações, 24 horas no caso de jornais diários. Trata-se de uma tentativa tímida de entrar no ciberespaço. (REGIS, 2010, p. 34).

É possível observar que nessa fase há ausência do uso da linguagem webjornalística, sem o uso dos recursos multimidiáticos que a web oferece. Para Regis (2010), existia, por parte da mídia impressa, um receio de que o público acabasse preferindo o jornalismo de internet e não mais quisesse o jornal impresso, trocasse o papel pelo computador.

A segunda geração aparece no final dos anos 1990 e começa a utilizar as possibilidades da rede, apesar de ainda muito ligada ao jornalismo impresso. Segundo Dalmonte (2009), começam a surgir produtos elaborados com algumas das possibilidades ofertadas pela rede, surgindo uma nova modalidade do produto jornalístico, porém, o jornal impresso ainda serve de referência, fazendo com que seja conhecida como “fase da metáfora”, por tentar reproduzir a lógica do jornal.

Nesta fase, mesmo ainda sendo meras cópias do impresso para a web, começam a surgir links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. A tendência ainda era a existência de produtos vinculados não só ao modelo do jornal impresso, mas também às empresas jornalísticas cuja credibilidade e rentabilidade estavam associadas ao jornalismo impresso. (MIELNICZUCK, 2001, p. 02).

Ao mesmo tempo em que tem o jornal impresso como referência, começa também a se utilizar algumas das potencialidades da web. Os *links* já eram utilizados para realizar chamadas de matérias, além de surgir, como possibilidade de comunicação entre o jornalista e o leitor, a utilização do e-mail e debates por meio de fóruns para os leitores.

A terceira geração é a da exploração das características do suporte web, quando os conteúdos são desenvolvidos diretamente para o Webjornalismo. Para Regis (2010), é nesta fase que vão emergir os cinco elementos característicos do Webjornalismo: multimedialidade/convergência, hipertextualidade, interatividade, memória e personalização, enriquecendo a narrativa jornalística pelo uso desses elementos, sobretudo os recursos multimídia e interatividade. É necessário dizer que as fases evolutivas do jornalismo na web

coexistem e não são excludentes, porém é possível verificar as mudanças entre uma fase e outra.

Os sites jornalísticos agora expandem a ideia de apenas uma versão para a web vinda do impresso, esse cenário se modifica tanto nas editorias que são criadas exclusivamente para a internet, quanto nas iniciativas empresariais, apontando a internet como meio inovador e marcando os sites de notícias como novos meios de comunicação.

Trata, portanto, de ampliar as possibilidades de participação do leitor, partindo do desenvolvimento de interfaces de navegabilidade que permitem buscar e obter através da escrita tridimensional – hipertextual – e hipermodal. A hipermodalidade permite que diferentes tipos de percepção sejam combinados e apresentados por meio do computador. O jornal pode reunir texto escrito e falado, sons, música, vídeo, animação, fotografia, imagens e gráficos, para compor as páginas e apresentar as notícias e o leitor pode assim navegar pelo texto encontrando diferentes opções e modos de leitura. (VIANA, 2008, p. 03).

É nesse estágio que há uma evolução técnica, os produtos passam a apresentar recursos multimídia que enriquecem a linguagem webjornalística, a tecnologia permite a transmissão mais rápida de sons e imagens, e há também maior investimento devido ao crescimento do número de usuários, além de serem ampliadas as possibilidades de interação entre usuários.

A quarta geração é marcada pelo jornalismo de bases de dados e tem importante papel neste contexto convergente. Barbosa (2008, p. 09) fala em Webjornalismo, ou ciberjornalismo de quarta geração, “marcado pela consolidação das bases de dados como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência jornalística”. Esta fase é caracterizada pela propagação e difusão de plataformas móveis, da geolocalização, das equipes mais especializadas, das narrativas multimídias, entre outras características existentes nesse panorama emergente do ciberjornalismo.

O Webjornalismo de quarta geração (4G) vai se utilizar de banco de dados que, devido à tecnologia internet, junto com as linguagens de programação muito dinâmicas, passaram a gerar páginas que somente existem devido às solicitações do usuário ao navegá-las; e/ou telas que podem apresentar áreas de informações flexíveis em estruturas que possibilitam a correlação de dados e de campos informativos. (SANTI, 2009, p. 187).

Para Barbosa (2013), o jornalismo de base de dados dá sustentação para o surgimento de uma quinta geração do jornalismo nas redes digitais. Nunes (2013) ressalta as

características desse novo estágio do jornalismo digital com características ligadas às iniciativas móveis.

De acordo com Nunes (2016), novas características surgiram nos produtos dessa fase como possibilidades e particularidades que o jornalismo das outras quatro fases não apresenta. Segundo a autora, é possível vislumbrar alguns delineamentos a partir dos aplicativos dos jornais:

- Independência do espaço web;
- Mobilidade;
- Amplificação do potencial *off-line*: conectividade com relevância para atualização e *download* de novas edições, mas não mais para a leitura/visualização. Há uma expansão da capacidade de leitura *off-line*, como no *The Daily*, em que se pode ler toda a edição *off-line*. No entanto, *links*, vídeos e dados ao vivo não podem ser acessados. Há dependência, porém com menor intensidade;
- Construção visual, de organização de conteúdo, hierarquização noticiosa e *design* gráfico com forte influência dos veículos jornalísticos de papel. Esta referência dialoga com influências digitais da própria web, tornando-se um híbrido entre estes dois. (NUNES, 2016, p. 26).

Dessa maneira, a autora pontua que o jornalismo de quinta geração se embasa fortemente na mobilidade, transformando produtos em experiências midiáticas convergentes, características do universo de iniciativas jornalísticas *mobile* nos *tablets*. Vislumbram-se também segmentações:

- Edições que são réplicas do papel ou de sites na web;
- Edições digitais que possuem características do papel, mas ainda dialogam com a infinidade de conteúdo que a internet disponibiliza (as quais chamaremos de webmóveis);
- Edições digitais que, além destes atributos, adicionam a questão da finitude;
- Possibilidade de se vislumbrar um caminho a seguir e a possibilidade de esgotar o conteúdo ali compilado, sugerindo uma linearidade de leitura em que é possível visualizar o início, meio e fim das edições. (NUNES, 2016, p. 27).

Uma das características do Webjornalismo é que ele tem espaço ilimitado. Outro fator que só a internet possibilita é a convergência de diferentes mídias no mesmo canal, o que contribui para modificar o trabalho jornalístico. Marcado por fatores específicos da ambiência digital e que não são possíveis em outros meios, o Webjornalismo apresenta novas possibilidades acrescidas no modo de fazer jornalismo, contribuindo para que vários recursos estejam disponíveis na mesma plataforma.

A rápida evolução das tecnologias tem proporcionado uma linguagem webjornalística que tira proveito das características particulares da web. A união do texto, imagem, áudio e vídeo reconfigurou o sentido do processo de construção da notícia. Dessa forma, vale explicitar as principais características presentes no Webjornalismo:

- **Multimedialidade:** capacidade de congregar texto, imagem, áudio e vídeo, dentre outras formas de mídia. Melo e Santos (2015) explicam que, atualmente, os sites noticiosos passaram a não somente reproduzir o conteúdo divulgado em sua versão impressa, mas também a disponibilizar informações adicionais sobre o assunto, que não foram incluídas na versão impressa ou informações complementares, como vídeos, animações, dentre outros recursos.

Segundo Ataíde (2010), a internet possibilitou ao jornalismo o recurso de unir em um mesmo ambiente várias formas de apresentação das informações: texto, áudio, vídeo, fotografias, animações e simulações, de forma complementar na narrativa, explorando diferentes sentidos da percepção humana, desenvolvendo assim uma pluralidade nas configurações estruturais do Webjornalismo e organizando estas informações em blocos interconectados. A união desses elementos acontece quando vários recursos de mídia são utilizados na mesma notícia, a junção do texto, da foto, do vídeo, convergindo com as mídias tradicionais na narração do fato jornalístico, de modo que a inserção acrescente à informação meios de atrair os leitores para novas experiências de leitura no ambiente multimídia.

- **Interatividade:** recurso que facilita a interação entre usuário e site. O leitor pode, por exemplo, comentar uma notícia. Para Ataíde (2010), o ciberespaço é essencialmente interativo. A interatividade não é uma simples ferramenta, mas possibilita outras ferramentas a serem exploradas e usadas pelo público. Na web, as possibilidades de interação são gigantescas. Diferente do que acontece com os meios tradicionais, que são mais unidirecionais, o Webjornalismo permite a interação com o usuário de forma que este possa escolher seu próprio caminho por meio dos *links*.

Ataíde (2010) ressalta que existem várias formas de interação, desde a navegação por meio dos *links*, como também a troca de *e-mails* ou informações em *chats* entre leitores e jornalistas, enquetes e fóruns, a opinião através de comentários e até mesmo a probabilidade de acrescentar informações. A notícia online pode fazer com que o usuário/leitor se sinta parte do processo jornalístico. Vale lembrar que uma das formas de interação mais utilizadas nos dias atuais são os comentários, as curtidas e os compartilhamentos de matérias.

- **Memória:** possibilita o armazenamento e o acúmulo de informações no meio online. É a maneira mais viável e econômica comparada a outras mídias, pois permite guardar grande quantidade de informação em pouco espaço e essas informações podem ser recuperadas por meio de buscas.

O volume de informações já publicadas nos portais pode ser diretamente disponível ao usuário, através dos arquivos, que ficam armazenados. O arquivo online é mais econômico e não precisa de um espaço físico para o seu armazenamento. Desta forma, o acesso às matérias antigas ocorre com maior facilidade por um mecanismo de busca rápida. (ATAÍDE, 2010, p. 07).

O recurso da memória no Webjornalismo, segundo Palacios (2004), é cumulativa, múltipla e instantânea. O autor ressalta que este é um elemento distintivo na produção e consumo das informações jornalísticas nas redes telemáticas, sendo que é muito mais viável a acumulação na web por meio de dados, do que em outras mídias, tornando-se mais econômico. Para o usuário, o elemento da memória possibilita a pesquisa de matérias antigas por meio das guias de busca preestabelecidas por palavras-chave ou datas, facilitando tanto para o usuário quanto para as empresas, possibilitando o acesso a informações sem acúmulo de papel ou outros materiais.

- **Instantaneidade:** segundo Ataíde (2010), a instantaneidade é o que faz o Webjornalismo se diferenciar em relação aos outros meios. Possibilita atualizar as informações a qualquer momento e pode tornar a cobertura jornalística na internet mais ágil. O Webjornalismo publica instantaneamente o que o impresso publicará depois, no outro dia. A agilidade na atualização dos conteúdos criou uma categoria no jornalismo própria da web, as últimas notícias, passando a estar presente em boa parte das versões digitais do impresso. A instantaneidade é a particularidade mais marcante do Webjornalismo.

Essa agilidade, referente à forma como os jornalistas trabalham, às atualizações e às coberturas, também permitiu o que muitos veículos chamam de “tempo real”. Acompanhar um certo acontecimento ao mesmo tempo em que ele está acontecendo. De acordo com Moretson (2002), essa velocidade, que é o “fetiche da vida pós-moderna” e se intensificou com a internet e seu “tempo real”, foi promovida pela “ditadura do ao vivo” nos telejornais dos anos 1980.

- **Hipertextualidade:** ferramenta que cria uma dinâmica com o leitor, permitindo acessar várias informações sobre um determinado assunto através de *links*, que precisam ter relação com o que está sendo tratado, abordando também outros pontos de vista. Quando bem

colocado, o *link* é uma ferramenta muito inteligente para enriquecer o conteúdo e também despertar o interesse do leitor para determinado assunto.

Frequentemente traduzido como “vínculo”, um *link* é uma conexão entre dois elementos em uma estrutura de dados. Os *links* permitem a navegação dentro de um documento hipertextual (ou hipermídia). Na internet, um *link* é qualquer elemento de uma página da web que possa ser clicado com o mouse, fazendo com que o navegador passe a exibir uma nova tela, documento, figura etc. (LÉVY, 1999, p. 255-256).

Para Lévy (1993), a hipertextualidade possibilita o acesso não linear às informações, pois permite acessar, de forma rápida, diferentes informações por meio dos *links*, em diferentes páginas, por diferentes ângulos e percepções sobre o mesmo tema, um mosaico de informações em um *click*. Característica presente apenas na web, visto que outros meios não podem ter essa interconexão específica do webjornalismo.

- **Personalização:** a informação personalizada, individualizada ou customizada, pode ser oferecida de várias formas para que o usuário obtenha informações atualizadas referentes aos temas de seu interesse, previamente escolhidos, configurando as páginas de acordo com seus gostos e interesses, indicando preferências, hierarquizando os dados, os formatos de apresentação visual, as cores, os tipos e os tamanhos de fontes, recebendo por correio eletrônico notícias de seu interesse, já previamente indicadas.

Essa personalização pode ir além; ao preencher cadastros em sites, percebemos que existem perguntas do tipo: “Você gostaria de receber notícias de qual gênero?”. Assim a informação passa a ser personalizada, individualizada ou customizada, podendo ser oferecida ao usuário de várias formas: configurando páginas de acordo com seus interesses para que a cada acesso obtenham-se informações atualizadas referentes aos temas previamente escolhidos; indicando preferências por hierarquia de dados, formatos de apresentação visual, cores, tipos e tamanhos de fontes; recebendo por email notícias sobre assuntos anteriormente indicados como sendo de seu interesse. (ATAIDE, 2010, p. 04).

Essa interatividade vai além, levando à personalização. Por meio de cadastro realizado nos sites de notícias, o usuário deixa seu endereço de e-mail e pode escolher entre os assuntos - de acordo com seus interesses - e, após o registro, sempre que fizer o *login* nos portais, a página de abertura será personalizada, ou seja, receberá de forma hierarquizada as notícias que têm maior interesse.

- **Ubiquidade:** sétimo princípio ou característica do jornalismo na era digital. Significa estar presente em todos os lugares ou em muitos lugares de forma simultânea. Trazendo para

o contexto da mídia, denota dizer que todos têm acesso à notícia e entretenimento em qualquer lugar e a qualquer hora simultaneamente. De acordo com Pavlik (2014), por meio de uma comunicação que está cada vez mais plural, o usuário não apenas pode consumir notícia e entretenimento, “mas também pode compartilhar, participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global” (p. 160). O autor aborda a vasta dimensão de fontes de conteúdo noticioso que fazem parte do princípio da ubiquidade, desde câmeras de segurança ou vigilância, assim como sensores de vários tipos que estejam ligados à internet.

Nos dias atuais, com os dispositivos móveis, a conexão entre usuários e mídia se tornou ainda mais efetiva, pois aparece em todos os lugares. A portabilidade dos equipamentos aliada à ubiquidade que as conexões disponibilizam desencadeiam processos de reestruturação sociotécnica para um novo modelo de jornalismo. Essa discussão, portanto, leva em consideração as mudanças observadas e vivenciadas de forma substancial na última década e início desta com a disseminação de redes de conexão (3G, 4G, *wi-fi*, *bluetooth*) e tecnologias portáteis (*ultrabooks*, *tablets*, *smartphones*, *e-reader*).

Pavlik (2014) aponta que a ubiquidade traz pelo menos quatro consequências para o jornalismo: a primeira é a emergência do jornalismo cidadão ao redor do mundo; a segunda é o crescimento de novas formas de narrativas geolocalizadas e imersivas; a terceira consequência é o crescimento do *Big Data*; e a quarta é o declínio da privacidade e sua substituição por uma sociedade da vigilância global.

Nunes (2012) aponta que a ubiquidade é uma das principais características para a potencialidade do jornalismo convergente, com sua múltipla dimensão que sequencia a mobilidade nas novas operações com as tecnologias móveis e seus *gadgets*, mas ainda depende muito de rede de conexão que faça fluir o fluxo de dados, de redes e estruturas estáticas, de infraestrutura física para o seu funcionamento.

2.2 Jornalismo de portais

O modelo de jornalismo de portal é mais uma categoria de jornalismo praticado na internet. Esse termo foi adotado pelos norte americanos. No Brasil, os portais surgiram no ano de 1998. De acordo com Barbosa (2003), o portal é mais ágil, principalmente pelas definições que foram ganhando espaço, como notícias em “tempo real”, as *hard news* e *as breaking news*.

Como os portais são muito assemelhados aos sites, é importante fazer uma diferenciação entre estes dois modelos de espaços que integram a ambiência digital. Os dois são relacionados como sinônimos, e sim, os dois são alocados em uma página na internet, um portal é um *site*, mas nem todo *site* é um portal.

O *site* pode ser qualquer uma das redes individuais que está na internet, um espaço básico para a informação, com conteúdo e público alvo mais definido. Já o portal é um *site* que funciona como centro aglomerador e distribuidor de tráfego para uma série de outros sites, daí o nome portal, com várias subáreas mais definidas e mais direcionadas a públicos mais específicos. O portal tem conteúdo muito mais abrangente. “É importante lembrar que nem todos os sites que trazem informações são necessariamente portais. Os primeiros geralmente são a versão on-line dos jornais impressos” (SILVA, 2013, p. 28).

De acordo com Barbosa (2003), o portal aparece como sinônimo de sítio nas primeiras décadas de 1990 mais notadamente em 1994 nos Estados Unidos. Eram mais ou menos como mecanismos de busca, uma forma mais simples dos portais, mas logo precisou agregar mais serviços, como se observa a seguir:

é quando passam a incluir as categorias para abrigar documentos e sítios em grupos pré-configurados de acordo com seu conteúdo – notícias, esportes, previsão do tempo, turismo, cultura, finanças, serviços de calendário, religião, saúde, etc. Tudo oferecido gratuitamente para manter os usuários no sítio. (BARBOSA, 2003, p. 162-163).

O próximo passo permitiu que os portais começassem a adquirir configurações inovadoras e com maior interatividade, por meio da integração de comunidades virtuais e suas listas de discussões, chats em tempo real e a personalização dos sites de buscas. Uma página na internet para ser chamada de portal precisa ter várias características, visto que os portais têm como intenção tornarem-se pontos de partidas para os internautas, se transformando em um instrumento essencial para o jornalismo digital pela sua personalização do conteúdo, interatividade e dinamismo do noticiário.

Os portais de notícias usam efetivamente os elementos do jornalismo on-line (interatividade, hiperlink, atualização). Segundo Ferrari (2004), os portais de notícias adotaram um modelo que lembra os elementos do jornal impresso, como a apresentação em tela principal como se fosse a capa do jornal, a divisão de seções (editoriais), a linguagem, dentre outros. Nos grandes portais, que oferecem informação e outras variedades ao internauta, o jornalismo passa a ser apenas um dos produtos. São características comuns nos

portais ferramenta de busca, comunidades, comércio eletrônico, e-mail gratuito, entretenimento e esportes, mapas, cotações financeiras, canais, mapa do site e personalização.

Os portais têm o papel de seduzir e cultivar a atenção do internauta, apresentando, na página inicial, chamadas de conteúdos desiguais, de diversas áreas e origens. Tal recurso, busca formar comunidades de leitores digitais, à procura de certos assuntos de seus interesses com detalhamentos no conteúdo e seus respectivos hiperlinks. O conteúdo jornalístico é o principal chamariz dos portais e, ainda, pela sua possibilidade de reunir milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo, podem se assumir como uma mídia de massa.

Barbosa (2003) considera o jornalismo de portal como uma nova categoria de jornalismo visto que este modelo apresenta atualização de notícias continuamente em grande fluxo, o que, embora aconteça nos diversos sites, é no modelo do portal que essa característica se consolida. Para além disso, as alterações no formato de fazer notícia trazem um texto mais enxuto e fragmentado. Outro ponto a se considerar é que o jornalismo tem nesse modelo a característica e liberdade de usar mais recursos multimídia para veiculação de diversos conteúdos e ser alimentados por diversas fontes de informação, como sites parceiros, agências de notícias, conteúdos específicos em diversas áreas.

O modo de fazer jornalismo passou por importantes mudanças com os portais. Estes são atualizados constantemente a cada novo acontecimento, o que difere dos meios tradicionais. O jornal impresso levava pelo menos 24 horas para publicar uma nova informação (exceto quando havia as edições extras em casos que acontecimentos de grande importância), o rádio e a TV geralmente esperam a hora do próximo noticiário. Essas são significativas mudanças que tem alterado o modo de produção das notícias. A forma de escrever mudou na internet e o webleitor busca informação rápida, específica e em poucas linhas.

No jornalismo online o espaço é infinito e a notícia ganha o *status* de global, independentemente de ser publicada em um portal local, regional ou nacional. Ela tem potencial para ser acessada de qualquer parte do mundo.

Os portais locais têm como principal característica o fato de ser uma mídia de proximidade, pois “esse novo tipo de jornalismo valoriza o local, sem desprezar o conteúdo nacional” (SILVA 2013, p. 28). O autor enfatiza que, diferente dos portais locais, as tecnologias de comunicação anteriores destacam a informação nacional/global. Ainda segundo o autor, os sites com conteúdo local surgiram nos Estados Unidos em 1998, e um ano depois já estavam chegando ao Brasil.

Através dos portais locais a informação pode ser publicada da mais remota cidade, informando o webleitor sobre os acontecimentos locais sem deixar de informar do contexto regional e nacional. De acordo com Barbosa (2002), cada mídia local informa do lugar onde está localizado e assim tece fios na rede mundial de informações, estreitando e diminuindo as amarras espaciais.

Como mostra Silva (2013), o foco principal do portal local é a informação mais próxima de seu webleitor sem competir com os portais de grande porte.

Uma das características dos portais locais é que eles não concorrem com os grandes portais, a exemplo do G1 e do R72, os quais, inclusive, servem de fontes de notícias para as redações locais. Grandes portais fornecem conteúdo de interesse nacional e, por isso, são copiados sem problemas pelos portais locais, que também são divididos por editorias. (SILVA, 2013, p. 29).

Vale ressaltar que nos dias de hoje o inverso também acontece e os grandes portais acabam vez ou outra tendo portais locais como fontes de notícias, principalmente devido às reproduções pelos portais regionais, que acabam republicando as informações dos portais locais, fazendo com que as notícias circulem não só naquele raio de proximidade, mas que muitas vezes cheguem a ganhar repercussão nacional a partir da reprodução de um portal local para um regional.

Para Barbosa (2003), existe uma uniformização de conteúdo nos portais, visto que são sempre as mesmas agências que fornecem informações para os superportais, principalmente as que são distribuídas para os canais de “últimas notícias” e que, pela pressa ou pressão pela velocidade, na atualização terminam publicando sem realizar nenhuma intervenção no conteúdo. Segundo a autora, essa uniformização se dá em menor proporção nos portais regionais, primeiramente porque eles estão mais interessados nos fatos e eventos da região, cidade e estado no qual ficam localizados, e também porque a seleção dos assuntos de interesse nacional ou internacional tem relevância para o seu público. Diferente dos mega portais que disputam a audiência da massa, os portais regionais têm uma audiência mais segmentada e centrada na sua região ou cidade.

Sobre a padronização dos portais e quanto à uniformização de conteúdo, vale uma observação para o momento atual, está cada vez mais presente também nos portais regionais devido à popularização desse modelo jornalístico, visto que praticamente quase todas as cidades nos dias de hoje têm um portal de notícias e a concorrência passa a acontecer nesses portais. Além da disputa por audiência, há também uma disputa por mercado e,

principalmente, anunciantes e assessoria junto a órgãos públicos nas regiões em proximidade às sedes dos portais.

Os portais regionais tendem a apresentar o interesse pelos fatos que acontecem ao redor, mas não deixando de noticiar fatos globais, a exemplo do caso Isabella, ocorrido em 2008. Com o jornalismo on-line foi possível ter mais espaço para divulgação dos fatos que acontecem na cidade do internauta, no bairro e até na mesma rua. Não há distâncias ou limites. (SILVA, 2013, p. 29).

Com os portais de notícias se tornou real dizer que o mundo está a um clique de distância. A participação dos portais locais é inegável ao considerarmos que não há limites para informar sobre cidades, estados, regiões e países. Independentemente de o webleitoe estar em casa, no trabalho, ou em uma viagem, ele pode se manter informado sobre tudo que acontece em qualquer lugar, seja na sua cidade, bairro e até mesmo na rua, seja nas regiões circunvizinhas, estados, ou qualquer parte do país, está tudo a um clique e cada vez mais potencializado pelo uso das tecnologias móveis, principalmente o uso dos *smartphones*. Uma pessoa que, por exemplo, more em uma cidade do Piauí e viaje para fora do país pode, por meio dos portais locais, acompanhar e se informar de tudo que passa em sua cidade e estado de origem.

É importante lembrar que, apesar de a web fornecer um grande número de informação de todas as partes do mundo e ser constantemente atualizada, existem alguns problemas no novo jornalismo. Silva (2013) destaca que é preciso ter cuidado, pois quantidade de informações não significa qualidade, tampouco credibilidade, da mesma forma como acontece nos jornais impressos os portais devem considerar a possibilidade dos textos dos repórteres passarem pela revisão dos editores. O autor mostra a seguir alguns erros comuns que são observados por leitores, “erros ortográficos, de concordância e até mesmo de conteúdo, são observados com frequência pelos internautas mais atentos. Além disso, a reprodução na íntegra de textos de assessoria de imprensa é outro problema detectado” (SILVA, 2013, p. 30). Outro ponto a ser elencado é que a produção autoral das informações publicadas pelos portais não é tão intensa, visto que a grande maioria é filtragem de outros sites, muitas vezes a reprodução na íntegra e até mesmo sem fornecer a fonte original.

Devido a esses erros e alguns dessas características, o modelo de portal é alvo de críticas de alguns pensadores, como mostra Herscovitz (2009):

O formato, no entanto, é frequentemente criticado por pesquisadores de todo o mundo. Kim e Shoemaker (2007) argumentam que o portal de notícia “remedia” o conteúdo das notícias, mais do que os cria. A crítica generalizada aos portais inclui também o fato de que eles disseminam informações que já estão disponíveis em suas versões impressas ou provenientes de empresas parceiras; dando prioridade a snippets (placares esportivos, cotação de ações e boletins sobre o tempo e o trânsito); enfatizando notícias sobre crimes e entretenimento, em oposição às notícias sobre política e economia; falta de análise profunda e interpretação das notícias, que ficam confinadas aos blogs, além da desproporcional tendência ao hiperlocalismo. (HERSCOVITZ, 2009, s.p).

Grande parte dos portais, com exceção de alguns portais locais, está ligada a empresas de comunicação já consolidadas pelas mídias tradicionais. Dessa forma, reproduzem as informações de suas outras plataformas em seus portais. A filtragem de notícias de outros sites é outra parte importante do processo de atualização dos portais.

No que se refere aos portais jornalísticos, o interesse específico deste trabalho é analisar a convergência de conteúdos e a interatividade. É nesse formato interativo, não linear e comercial, que estão inseridos os portais de notícias O Dia e Meio Norte, os observáveis desta pesquisa. Esse formato agrega informação local e tece fios com informações de outros portais.

O portal O Dia pode ser caracterizado como portal local, visto que tem como principal característica divulgar os fatos e acontecimentos da capital piauiense e/ou das suas proximidades. Valorizando o conteúdo local sem deixar de abordar conteúdo nacional de relevância, ele incorpora em seus conteúdos jornalísticos informações oriundas dos outros veículos do seu grupo.

No que se refere ao portal Meio Norte, este pode ser considerado regional, visto que o grupo Meio Norte está passando pelo processo de regionalização ampliando suas atividades comerciais também para o estado do Maranhão, com uma variedade de conteúdos jornalísticos focados na sua região de abrangência.

2.3 Linguagem jornalística na web

No jornalismo online o espaço é infinito, não há limite espacial para compor a notícia em números de linhas ou por tempo. Na web, o espaço permitido pela barra de rolagem pode ser do tamanho do seu texto. Um texto longo, por exemplo, que talvez não coubesse na página de um jornal, pode ser apresentado ao leitor em forma de blocos, para não cansar o leitor e a notícia não correr o risco de não ser lida em sua totalidade. Assim, é possível quebrar a

extensão espacial, trabalhando blocos informativos mais curtos e interligados. Vale lembrar que por mais que o espaço no ambiente online seja ilimitado as informações estão cada vez mais curtas, em decorrência de que, nos dias atuais, com a gama de informações disponíveis, o usuário não se prende por muito tempo a um único tipo de informação.

Não tem como falar de linguagem webjornalística e não falar de hipertextualidade, ou seja, “um modo de organização textual cuja função é unir sentidos” (MORAIS; JORGE, 2011, p. 107), elemento importante que introduz o papel contextual dos blocos informativos. Canavilhas (2014) relata que os blocos textuais têm o objetivo de deixar a leitura confortável para o webleitor. O autor explica que um bloco informativo demasiado curto deixará o leitor insatisfeito, com o risco de conter pouca informação, no entanto um bloco que seja demasiadamente longo deixa a leitura cansativa para ser feita na tela de um monitor. “É importante também que os blocos informativos mantenham sentido mesmo quando isolados do conjunto e que indiquem o caminho percorrido até chegar no ponto lido” (CANAVILHAS, 2014, p. 06).

Viana (2001) explica que, na web, as relações de linguagem e leitura tratam de artifícios usados para compartimentar o hipertexto, que altera as relações de leitura e, portanto, o discurso também sofre alterações. O termo refere-se à linguagem HTML (*Hypertext Markup Language*), que permite a interatividade e a navegação contínua, sem limites de espaço físico e de margens. Isto representa não só um artifício gráfico, mas também uma maneira diferente de leitura, que altera o modo dos usuários raciocinarem e reagirem a cada informação.

A dimensão do texto é um elemento importante na construção da arquitetura noticiosa. A hiperligação mantém uma relação direta com a informação de origem e é usada para ampliar, atualizar, contextualizar o fato, além de gerar um sentido mais aprofundado do tema em questão.

De acordo com Pinho (2003, p. 212), “na web, as frases devem ser curtas e os parágrafos devem ter no máximo cinco ou seis linhas para uma leitura mais fácil e agradável”. A linguagem jornalística para web é objetiva, direta e ágil. Ser ágil é estar na frente de todos os outros concorrentes, disponibilizando a notícia em “tempo real”. Porém, isso não significa que a notícia deve conter erros de apuração.

É preciso escrever para que o leitor não apenas leia, mas compreenda a notícia, a ponto de reproduzi-la oralmente para outras pessoas. Ainda que errar no jornalismo seja considerado normal por alguns profissionais de imprensa, a preocupação com os textos deve ser constante. Não vale jogar um amontoado de frases sem sentido na grande rede, como se não houvesse responsabilidade com o internauta e com a própria informação. (SILVA, 2013, p. 36).

Na notícia da internet o discurso jornalístico também é hierarquizado. Não somente pela sequência de parágrafos, mas também pela organização dos *links* internos e externos na página, que apresentam a informação em diferentes códigos comunicacionais.

Dessa forma, o leitor faz o direcionamento de sua leitura, tornando-se leitor e editor. Viana (2001) lembra que, em geral, apela-se para a velha estrutura de editoriais, compartimentalizando as informações em *homepages* de assuntos afins. A organização do site em estruturas lógicas compreensíveis é fundamental para que o visitante não se perca ou resolva navegar em outra freguesia.

Segundo Viana (2001), a escrita para a web subverte a leitura linear que normalmente é feita no texto impresso. A navegação pelas páginas da web é feita de forma caótica, com idas e vindas. O usuário escolhe a ordem em que prefere acessar o conteúdo disponível, entrando, saindo e retornando aos sites quando lhe convém.

A web tem a capacidade de concentrar em um mesmo ambiente diversos formatos de apresentação de informações. Texto, áudio, vídeo, fotografias, animações, simulações podem fazer parte da narrativa webjornalística de maneira complementar, constituindo uma estrutura plural que explora os diferentes sentidos da percepção humana.

O jornalista busca a simplicidade para que seja entendido pelo maior número possível de leitores. Ainda que pese a especificidade de algumas publicações, a linguagem adotada é clara, sem ser pobre, e simples, sem ser simplista. Técnicas de redação foram desenvolvidas ao longo dos anos para o jornalismo em sua totalidade. Alguns modelos foram desenvolvidos especialmente para a web, outros foram adotados desde o jornalismo impresso e são também utilizados na web, como a pirâmide invertida, que, segundo Canavilhas (2014), é uma técnica de redação fundamental do jornalismo escrito. Essa técnica organiza as informações em blocos nos quais os dados do acontecimento são integrados de forma decrescente pelo seu grau de importância, expondo as informações mais importantes no início da notícia (o quê, quem, onde, como, quando e por quê), seguindo-se as informações restantes organizadas em blocos com as informações “menos relevantes”. Ainda segundo o autor, a técnica da pirâmide invertida é contestada até mesmo para o jornalismo impresso, porém, no Webjornalismo

agrava-se ainda mais, pois na web não há limitações espaciais para as informações disponibilizadas. Entretanto, ao contrário do que afirma o autor, acreditamos que a técnica ainda é válida ao jornalismo praticado web e continua sendo muito utilizada.

Todavia, muitos modelos de redação para web foram desenvolvidos, visto que alguns autores acreditam que este meio deve ter técnicas próprias, como mostra Canavilhas (2014):

A forma de redigir notícias para a Web é uma das áreas mais discutidas entre os investigadores que se dedicam a esta área. Inicialmente, alguns autores (NIELSEN, 1996; STOVALL, 2004) defenderam a validade da pirâmide invertida para jornalismo na Web, mas rapidamente surgiram outros (EDO, 2002; SALAVERRÍA, 2005; CANAVILHAS, 2006) a defender a necessidade de técnicas de redação e linguagens próprias para o meio [...] De uma forma geral, pode dizer-se que as notícias na Web devem obedecer a arquiteturas abertas e interativas, permitindo uma resposta mais eficaz a duas tipologias de leitores: 1) os que procuram uma informação específica, e por isso estão disponíveis para explorar itinerários pessoais de leitura; 2) os que simplesmente navegam numa notícia e precisam de ser guiados pelas qualidades estruturais do formato (LOWREY; CHOI, 2006). Esta situação remete para técnicas específicas de redação hipertextual e para arquiteturas abertas, existindo alguma variedade de propostas. (CANAVILHAS, 2014, p. 10).

Para a linguagem webjornalística são sugeridos modelos de redação com arquiteturas abertas e interativas que permitam ao leitor respostas mais eficazes. Vários autores desenvolveram modelos de arquiteturas para redação na web, como, por exemplo, Salaverría (2005), e Canavilhas (2006). Percebe-se que, assim, como o jornalismo na web não é estático e está sempre em desenvolvimento, existe sempre uma nova configuração a ser proposta também para a linguagem adaptada para o Webjornalismo.

Para Canavilhas (2014, p. 13), “o mais importante passa a ser a oferta de uma notícia com todos os contextos necessários sem perder a homogeneidade global do trabalho”. O modelo desenvolvido pelo autor organiza a notícia por hiperligações internas, blocos que possibilitam ao leitor realizar uma leitura não-linear de acordo com seus interesses. Esse modelo, conhecido como **pirâmide deitada**, mantém uma hierarquização de importância que permite maior liberdade ao leitor, que pode, de acordo com suas preferências, pular de bloco em bloco informativo até o limite da informação disponível, divergindo assim até mesmo da organização estrutural feita pelo autor da notícia. Nesse modelo, os webleitores procuram prioritariamente os aspectos que mais lhes interessam, podendo pular blocos informativos inteiros. Ainda de acordo com o autor, a notícia para a web tem quatro níveis de leituras, a saber:

a) Unidade base: resumo do acontecimento; b) explicação: liga-se ao primeiro nível por uma só hiperligação e completa a informação essencial sobre o acontecimento; c) contextualização: oferece mais informação sobre cada um dos aspetos fundamentais da notícia, desenvolvendo a informação apresentada nos níveis anteriores; d) exploração: procura estabelecer ligações com outras informações existentes no arquivo da publicação ou em sites externos. (CANAVILHAS, 2014, p. 14).

Na web, existem dificuldades próprias da atividade desse meio. Portanto, existe a necessidade de usar arquiteturas para estruturar as notícias de forma que estas guiem o leitor para que não se sinta em um labirinto, que pode ser desde uma palavra sublinhada indicando uma hiperligação até a utilização dos vários recursos que o meio oferece.

A linguagem jornalística é simplificada para que as informações sejam entendidas por todos os públicos. No entanto, surge cada vez mais um jornalismo de nichos especializados que fogem um pouco dessa vertente da linguagem simplificada e assumem informações com linguagem mais técnica especializada em áreas específicas.

Para Canavilhas (2014), “o sucesso do Webjornalismo depende da qualidade dos conteúdos, sendo obrigatório que estes tirem o máximo partido das diversas características do meio”. Porém, o autor afirma que muito depende dos hábitos que são criados para o consumo facilitado que a liberdade de leitura permite, mas que pode ser facilmente transformado num labirinto.

Com o desenvolvimento do Webjornalismo e as atualizações constantes de equipamentos tecnológicos, práticas jornalísticas, estratégias mercadológicas, reciclagem profissional e adaptações do espaço comunicacional, inclusive como meio de se atualizar e manter no mercado que é cada vez mais competitivo, as práticas convergentes foram se tornando parte integrante do cotidiano jornalístico. É isso o que veremos na próxima seção, uma explanação sobre a convergência e a interatividade no jornalismo.

3 CONVERGÊNCIA E INTERATIVIDADE

O advento da internet desencadeou o surgimento do Webjornalismo, provocando transformações na maneira como os profissionais de comunicação trabalham com a notícia. Surge um novo meio, a partir da adequação de um ambiente comunicacional, resultante de uma ação gradual com a mídia. Com isso, os processos de convergência ficaram cada vez mais evidenciados nas diferentes dimensões: tecnológica, profissional, empresarial, editorial ou de conteúdo e de audiência. Como mostra Correa (2008), a convergência é um termo polissêmico e pode ser estudado a partir de vários pontos de vista:

pode ser associada a equipamentos e sistemas de acesso às redes digitais, a estruturas organizacionais, a diferentes níveis de processos de produção do conteúdo midiático, às políticas públicas de uso e acesso às TIC's, aos modelos de negócio, em oposição a visões fragmentadas, entre muitas possibilidades. O que temos, na prática, é o uso do termo em múltiplos contextos e, em algumas vezes, com definições ambíguas. (CORRÊA, 2008, p. 31).

A convergência está presente em diversos seguimentos. Essa integração de funcionalidades pode ser aplicada desde o profissional que, no contexto atual, é multitarefa e desempenha funções que anteriormente eram realizadas por diferentes profissionais separadamente; como também no âmbito tecnológico, com equipamentos que no passado eram fabricados para servir a uma única função, enquanto hoje muitos desses aparelhos agregam inúmeras funções acopladas em um único objeto, com mais funcionalidade, ocupando menor espaço físico, facilitando o tráfego e o manuseio.

Dessa forma, segundo Gordon (2003), quando relacionada às mídias digitais, a convergência tem sido aplicada em diferentes aspectos das organizações de mídias, como estratégias corporativas (fusões), desenvolvimentos tecnológicos (televisão interativa), esforços de marketing (parcerias promocionais entre empresas) e técnicas de narrativa (a fusão de texto e multimídia em sites de notícias).

Jenkins (2008) afirma que a convergência não diz respeito apenas à mudança tecnológica. Para ele, convergência é um processo com implicações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, que altera o funcionamento da indústria midiática e a lógica de consumo de notícia e entretenimento pelos consumidores.

No âmbito da convergência midiática, ocorre a integração dos meios de comunicação, tradicionalmente separados, afetando e transformando aspectos tecnológicos, empresariais,

profissionais, bem como o próprio público, pois altera as fases de produção, distribuição e consumo de conteúdos.

Segundo Tárzia (2007), não há como controlar todos os canais, por isso a convergência dos meios de comunicação é uma ação em desenvolvimento, acontecendo em vários entrecortes das tecnologias de mídia, indústrias, conteúdos e audiências. Não é um estado final. Pelo contrário, a disseminação desses meios em caráter cada vez mais ubíquo das comunicações e da computação aponta para uma era na qual a mídia estará em todos os lugares.

Para Silva (2018), a convergência iniciou com a integração das redações e a fusão entre o jornal impresso com os jornais na web, fazendo apenas a reprodução do que estava nos jornais impressos para o meio online. Segundo o autor, o público queria mais que isso e as empresas perceberam que só replicar o conteúdo do impresso no meio digital não funcionava, embora essa prática seja bem comum até os dias de hoje.

Convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implementação generalizada das tecnologias de telecomunicações digitais, afeta nos âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaço, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desintegrados, de forma que os jornalistas produzam conteúdos para ser distribuído através de múltiplas plataformas, mediante a linguagem própria de cada uma. (SALAVERRÍA *et al* 2010, p. 59).

De acordo os estudos realizados por Salarrevía e Negredo (2008), a convergência ocorre nessas quatro esferas: tecnológica, empresarial, profissional e editorial. Porém, a audiência aparece como quinto eixo mediante alguns estudos, como mostra Silva (2018).

a convergência é encarada como um fenômeno amplo, diverso e que só pode ser compreendido se analisado como sistema e processo, abarcando as dimensões tecnológica, empresarial, profissional, de conteúdos e de audiências. Além disso, deve-se olhar o cenário social e econômico em que esse processo ocorre. A convergência, muito além de fusão de empresas e suportes, versa sobre as estratégias de produção, distribuição e consumo desse bem cultural que é a informação. (SILVA, 2018, p. 44).

Com o aparecimento das novas mídias, as modificações econômicas e as inovações tecnológicas, o conceito de convergência foi ganhando novos contornos, sendo necessário existir uma combinação, reorganização, conexão e reunião multimidiática pelos meios de

comunicação tradicionais, que operavam limitados processos de integração e fusão de empresas.

Dessa forma, levando em consideração as mudanças sociais, tecnológicas, e a nova configuração mercadológica da atualidade, como também as exigências do público, Salaverría (2010) destaca quatro áreas fundamentais que estruturam o processo de convergência jornalística e que ultrapassam a simples integração de redações. São elas: a tecnológica, com destaque para a atuação em multiplataformas; a empresarial, que resulta na concentração das empresas; a profissional, que obriga o profissional a desenvolver a polivalência; e a de conteúdo, com destaque para a multimídia dos produtos oferecidos. Aqui também é incluída a dimensão da audiência, baseado nos estudos de García Avilés (2009).

De acordo com Silva (2018), a classificação das dimensões da convergência pode ser feita da seguinte forma: - dimensão tecnológica; - dimensão empresarial; - dimensão profissional; - dimensão de conteúdos; - dimensão de audiências.

Nesse novo cenário midiático, García Avilés (2009) destaca que há uma desigualdade, na inclusão pelos cidadãos desses novos meios de comunicação, tendo uma disparidade entre os públicos que sabem lidar com as tecnologias e os serviços, e os que não sabem e ficam fora do sistema digital. O autor também afirma que um dos pontos fracos dessa dimensão da convergência (a de audiência) é que ela é muito volátil, pois as mudanças de gostos e tendências cada vez mais são interferências dos próprios usuários. Dessa forma, não é suficiente acertar o gosto do público, mas ser capaz de antever essas mudanças, uma vez que esta nova audiência está cada vez mais dispersa e dividida em nichos especializados.

3.1 Dimensões da convergência

A convergência jornalística faz parte de um processo amplo, que usa as tecnologias digitais para alcançar objetivos empresariais, profissionais e informativos. Por isso, é possível apontar quatro dimensões, apontadas por Salaverría e Negrodo (2008), em que a convergência influencia as empresas de comunicação, e a audiência como a quinta dimensão desse processo, apontada por Garcia Avilés (2009).

A **dimensão tecnológica**, de acordo Silva (2018), trata das ferramentas e sistemas, semelhante ao que aconteceu nos anos 1980 e 1990, quando se utilizaram as máquinas de

escrever, depois os computadores, os gravadores digitais, mesas de edições, etc., a evolução tecnológica atuando em favor da comunicação.

Atualmente, a tecnologia atua possibilitando a integração de plataformas. Tem-se o jornal impresso migrando para o digital, a televisão analógica passando pra TV digital e tudo isso podendo ser acessado nos dispositivos móveis. Uma das características principais é a mobilidade, com smartphones, com a capacidade de computador, possibilitando o processamento de dados, textos, áudios e vídeos, quando conectados à internet. (SILVA, 2018, p. 30).

Salaverría (2009) ressalta que, nos dias atuais, os jornalistas, inclusive os que trabalham apenas com web, usam equipamentos cada vez mais similares. Por exemplo, o computador e a internet são usados por profissionais do impresso, do rádio, da TV e da web. Vale lembrar, contudo, que a linguagem irá variar em função do meio noticioso.

Na dimensão empresarial, segundo Faustino (2010), as empresas sofreram e sofrem diversas transformações, tanto na diversificação de meios quanto na troca que existe entre eles. O autor identificou três tipos de fusões neste tipo de convergência: 1) horizontal, quando a fusão ocorre entre empresas de produtos similares e a ação decorre no mesmo mercado; 2) vertical, que acontece quando há uma fusão entre empresa de produção e outra de distribuição, resultando em uma organização de produção e distribuição; 3) conglomerada, que ocorre entre empresas de produtos múltiplos em diferentes mercados de produto. Desse processo, a concretização mais formal no campo jornalístico são as redações integradas.

De acordo com Canelas (2011), esta dimensão se refere à concentração de órgãos de informação por parte de grupos de mídia. A dimensão empresarial está relacionada também com a integração de redações de diferentes meios jornalísticos. Assim, as redações integradas podem alojar, no mesmo espaço físico, jornalistas de distintos meios (impresso, rádio, TV e web), geralmente pertencentes ao mesmo grupo de media, com o intuito de partilhar recursos (financeiros, materiais, tecnológicos e humanos).

A dimensão profissional trata das modificações que ocorreram no trabalho do jornalista. Para Salaverría (2009), o denominador comum para todas as alterações verificadas no exercício da atividade profissional dos jornalistas pode ser expresso por uma única palavra: polivalência. Nesta linha de pensamento, o autor fala em três tipos de polivalência: - funcional (jornalista multitarefa); - temática (jornalista que trabalha com diversas áreas temáticas); - midiática (jornalista que concebe conteúdos noticiosos para multiplataformas). Os jornalistas agora têm um maior controle sobre o produto final, de modo que participam de todo o

processo produtivo, maior liberdade, mobilidade e portabilidade proporcionada pelas novas tecnologias.

Salaverría e Negrodo (2008) distinguem dois tipos de funções para o jornalista, atualmente: a funcional e a mediática. A primeira diz respeito às funções que o profissional precisa assumir e que não são da sua área de especialização. Nisso, a empresa tem o retorno financeiro de ter apenas um profissional fazendo o trabalho de pelo menos dois. A função mediática é caracterizada pelo profissional que, com um só acontecimento, faz a cobertura para vários meios do mesmo grupo empresarial.

Na dimensão do conteúdo, Silva (2018) destaca que os conteúdos noticiosos estão cada vez mais personalizados, são produzidos especialmente para cada público. O autor diz que isso se deve a ferramentas que possibilitam conhecer as preferências da audiência e, assim, a produção para diversos nichos de mercados.

Esta que também tem a possibilidade, com a internet, de produzir e distribuir os próprios conteúdos e de interagir outros públicos sobre diversos assuntos. Na era da convergência, tem-se o aumento das produções multimídia, que são distribuídas, com personalização, em múltiplas plataformas, com um crescente grau de interatividade e novas formas narrativas. (SILVA, 2018, p. 38).

Salaverría (2010) afirma que, diante dessas novas mudanças e possibilidades, surge o ciberjornalismo, que é o jornalismo feito para o ciberespaço e que se configura como mutação das demais variedades (jornal, rádio, TV). De acordo com Salaverría (2009), veículos de comunicação são empresas que produzem conteúdos jornalísticos para serem veiculados em um ou mais meios. Novas formas de produção e distribuição de informação noticiosa são distribuídas em multiplataformas, que combinam diversos códigos comunicativos, como texto, imagem, vídeo e som.

Na dimensão da audiência, segundo Silva (2018), tudo está centrado na nova forma de relação entre a produção e a recepção. Isso deve ocorrer de forma interativa, pois permite que os cidadãos possam interatuar com veículos de referência das mais diversas formas, pois, se antes as preocupações acabavam com a assimilação da mensagem pelo receptor, com a convergência isso mudou, em especial com a audiência potente. “Informações completas, confiáveis e multimidiáticas a todo instante, e com um adicional: que sejam totalmente gratuitas” (MESQUITA, 2014, p. 35).

O usuário agora é reconhecido como o principal potencializador e propagador da mensagem para outros grupos de pessoas. São mensagens baseadas em experiências e formulações de opiniões projetadas para causarem reações. A mensagem passa a ter um caráter muito especial, deixando de ser só um anúncio de convencimento para dar lugar à opinião de alguém que vivenciou uma experiência e tem algo a dizer sobre isso. (CORRÊA, 2009, p. 180).

Dessa forma, a partir do entendimento da convergência midiática como fenômeno em constante processo de mutação e vislumbrando todas as mudanças por ela ocasionadas no âmbito do jornalismo, é preciso entender um pouco mais sobre a audiência como dimensão da convergência.

Dentre os tipos e as dimensões da convergência, já mencionados anteriormente, uma delas, a convergência de conteúdo, é a que interessa prioritariamente a este estudo. Para Salaverría e Negredo (2008), a dimensão da convergência de conteúdo diz respeito a todo conteúdo publicado em múltiplas plataformas. Assim, quando se publica uma mesma notícia em dois ou mais meios jornalísticos, sem modificação no formato ou na linguagem das peças informativas, os conteúdos ficam disponíveis para consumo/circulação por meio de múltiplos dispositivos de recepção, de acordo com as especificidades de cada um.

Salaverría e Negredo (2008) afirmam que essa dimensão corresponde à criação de uma linguagem jornalística derivada da combinação multimídia, ou seja, composta por textos, sons e imagens fixas e em movimento. Esta nova linguagem, especialmente explorada no ambiente online, traz características do jornalismo impresso e audiovisual.

Dessa forma, a convergência de conteúdos só é aplicada de fato quando, além da publicação dos conteúdos detém outras plataformas, há adaptação da linguagem e integração de mídias, ou seja, quando ocorre a multimídia que, segundo Machado e Palácios (2003), se refere “à convergência dos formatos de mídias tradicionais (imagem, texto som) na narração do fato jornalístico”. Isto, segundo os autores, torna “a convergência possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes numa situação de agregação e complementaridade” (p.18).

Um dos problemas apontados na dimensão da convergência de conteúdos, segundo Salaverría e Negredo (2008), é a mecanização na distribuição da notícia, prática que denota a justaposição/transposição da notícia sem seleção ou adaptação aos suportes que são direcionados à prática denominada de *shovelware*.

No âmbito da comunicação na Internet, a prática de *shovelware* consiste em pôr à disposição do público a hemeroteca completa do jornal impresso digitalizada, mas também em transferir diariamente, desde o final do processo, a edição impressa na digital com o mínimo de intervenção humana... ou nenhuma. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 58).

Segundo os autores, a prática do *shovelware* leva a erros no processo de convergência de conteúdos, assim como causa redundância de produtos por falta de adequação aos suportes resultante da combinação excessiva de automação do processo de publicação multiplataforma.

Nesse âmbito, os autores acreditam que uma redação integrada evitaria o *shovelware*, com uma equipe unificada e uma coordenação responsável pelo trabalho de complementaridade e adequação dos conteúdos aos múltiplos suportes e as distintas plataformas. Desse modo, os conteúdos serão produzidos para consumo/circulação através de múltiplos dispositivos de recepção, conforme as especificidades de cada um, em lugar de ter a mesma notícia em muitos suportes jornalísticos com linguagem e formatos sem alterações.

Como alternativa para a técnica do *Shovelware*, Salaverría e Negredo (2008) citam o *repurposing*, prática que denota o reaproveitamento de um bem para outro fim diferente daquele que a princípio foi produzido. No jornalismo, é usado para aumentar a produtividade editorial, por meio da reedição de conteúdo jornalístico. Dessa maneira, há uma adaptação do conteúdo informativo e não haverá a simples reprodução de conteúdo proveniente de um suporte para outro, o conteúdo passa a ser reciclado, é a otimização de conteúdo, para diferentes plataformas, por empresas que pensam no seu público e aproveita as potencialidades do novo suporte.

Salaverría e Negredo (2008) citam 3 passos que fazem parte desse processo, encaminhamentos que devem ser considerados na prática do *repurposing*. O primeiro é com relação a qualidade da informação independente de qual suporte seria publicado, o produto informativo atende aos padrões de qualidade da empresa. O segundo encaminhamento é editar o conteúdo adaptando-o de acordo com as características, potencialidades e limitações da nova plataforma. O último passo é coordenar um esforço editorial para decidir como serão apresentadas as notícias em cada suporte.

3.2 Jornalismo convergente

A convergência jornalística acontece na dinamicidade da informação, por estar em todos os lugares, a partir dos meios de operação do tráfego, o registro *in loco* de um fato e a operação comunicativa, resultando na produção jornalística atualizada.

O jornalismo tem o seu cerne em contar histórias, investigar e narrar fatos, compartilhar informações e tornar público os acontecimentos de interesse público dentro de seus diferentes seguimentos, usando o potencial de cada meio de comunicação para divulgar diferentes tipos de mensagens.

De acordo com Lawson-Border (2006, p. 4 *apud* MOSCHETTA; RASERA, 2011, p. 186), a convergência jornalística é “um conjunto de possibilidades decorrentes da cooperação entre meios impressos e eletrônicos na distribuição de conteúdo multimídia por meio do uso de computadores e da internet”. A convergência jornalística está dentro de um universo bem mais amplo e complexo, a convergência midiática, que contempla mais que o ambiente jornalístico, e está no entretenimento, no âmbito social, cultural e econômico. Sobre a convergência, Jenkins (2008) a conceitua como sendo:

fluxos de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. (JENKINS, 2008, p. 27).

O jornalismo dos dias atuais tem inúmeras possibilidades agregadas à produção multimídia. A adoção de práticas convergentes tem aumentado ainda mais o leque em torno das produções jornalísticas, que se iniciam com o processo de implementação de reformas no próprio jornalismo, tais como: - integração física das redações; - fusão das equipes, para criação de conteúdos cada vez mais diversificados para atender a públicos cada vez mais exigentes. A preocupação com as audiências também está presente nesse processo convergente, pois os veículos de comunicação estão se adequando ao uso de ferramentas de monitoramento dos públicos para melhorar a comunicação.

De acordo com Moschetta e Rasera (2011), o jornalismo multiplataforma é uma tendência mundial.

O jornalista é capaz sim de fazer um bom trabalho – tudo é uma questão de treino e experiência – em plataformas diferentes. Ele vai em busca da notícia, tem as informações, domínio de conteúdo e, sem dúvida, conseguirá se adaptar a esta tendência dos novos tempos, desenvolvendo um trabalho de qualidade. (MOSCHETTA; RASERA, 2011, p. 190).

O jornalismo convergente é mais que uma tendência, é uma realidade, que trouxe um novo profissional: o jornalista multimídia. Ainda é um grande desafio para as redações a fusão

de conteúdos em múltiplas plataformas, pois isto requer tempo e habilidades. Compor narrativas integrando no “novo meio” produtos com linguagens diferentes, geralmente provenientes em sua maioria da mídia tradicional, ainda é uma realidade em construção.

Para Gordon (2003), a convergência no jornalismo está em desenvolvimento e é real, pois a distribuição e elaboração de diferentes conteúdos em diferentes plataformas são vistas como estratégias empresariais que provocam mudanças não apenas tecnológicas e no perfil profissional dos jornalistas, mas também na maneira como os produtos midiáticos são consumidos. O autor identifica cinco tipos de convergência aplicadas ao jornalismo: - convergência de propriedade; - convergência tática; - convergência estrutural; - convergência de coleta de dados; - convergência narrativa.

A **convergência de propriedade** acontece quando a mesma empresa possui todas as plataformas: impresso, rádio, TV e online, ou seja, todos os meios trabalham de forma integrada e colaborativa na produção de conteúdos. Os portais de notícias O Dia e Meio Norte, observáveis desta pesquisa, enquadram-se nesse tipo de convergência, pois ambos possuem jornal impresso, rádio, TV e portal.

A **convergência tática** ocorre quando parcerias são firmadas entre plataformas de grupos de comunicação diferentes. Por exemplo, um canal de TV com um jornal impresso de grupos diferentes. Um meio instiga o outro, pois o conteúdo divulgado em um veículo estimula a audiência a acompanhar os desdobramentos no outro.

A **convergência estrutural** está relacionada a modificações na captação, estrutura narrativa e distribuição das notícias, como, por exemplo, reempacotar o conteúdo de um meio para ser veiculado em outro.

A **convergência de coleta de dados** tem como foco o papel do “jornalista multimídia”, ou seja, o profissional que transita em diferentes plataformas e é capaz de produzir várias versões de uma mesma história, a fim de divulgá-la em diferentes meios. Gordon (2003), no entanto, acredita que a tecnologia digital viabiliza a existência de um profissional habilidoso, mas que as empresas de comunicação devem oferecer treinamentos e equipamentos adequados para que isto aconteça.

A **convergência narrativa** diz respeito à principal função do jornalismo: relatar fatos. Esse tipo de convergência jornalística requer que os profissionais dominem as capacidades únicas de cada meio, com uma nova narrativa adaptada, que vai surgir da combinação de computadores, equipamentos portáteis de captação de informação e do potencial interativo da web, assim como dos demais meios.

Ainda sobre narrativa jornalística convergente é importante falar das narrativas transmídia e crossmídia. A narrativa transmídia está relacionada à ampliação e aos desdobramentos de um tema abordado. De acordo com Moreira (2015, s.p.), a narrativa transmídia parte de “uma história principal que tem potencial para criar e desenvolver subprodutos em plataformas diferentes”. Nesse sentido, Martins e Soares (2011) consideram que, embora na web não seja primordial a narrativa transmídia, as configurações permitidas pela ambiência online parecem dar mais evidência a este tipo de narrativa, pois é um espaço maior para publicações, longe de amarras temporais, como, por exemplo, o fechamento de um jornal. Os autores frisam ainda que uma matéria publicada em um meio pode ter desdobramentos e ser ampliada com novos contornos em outro meio.

Quando um conteúdo transposto traz hiperlinks para matérias mais antigas, esse fenômeno se perfaz como narrativa transmidiática, pois há uma ampliação da temática inicialmente abordada em outro meio. Ainda assim, esses desdobramentos podem ocorrer de maneira mais tácita, sem a publicidade do meio (crossmídia) e sem a característica da convergência. (MARTINS; SOARES, 2011, p. 7).

A narrativa crossmídia, ou cruzamento de mídia, ocorre quando o jornalista guia o espectador de um meio para outro. Moreira (2015) afirma que o diferencial da crossmídia é que podem acontecer diálogos entre as mídias, quando o veículo direciona o espectador para outro com a finalidade de consumir um conteúdo específico, incentivando a interação. A autora sublinha que a crossmídia acontece entre as mídias sob um aspecto tecnológico e não pelo conteúdo, como acontece na narrativa transmídia.

A crossmídia no jornalismo pode ser observada quando se guia o espectador de um meio para outro, por motivo: de convergência (acessar numa mídia reportagens expostas inicialmente em outra); de transmídia (quando se é direcionado para outro meio para acessar o desdobramento de determinada temática); de propaganda ou de marketing (no jornalismo, em caso de campanhas e projetos, por exemplo); entre outras razões que surjam. (MARTINS; SOARES, 2011, p. 5-6).

Não existe um padrão único para processos de convergência nas redações. Contar histórias adequando as narrativas, sob a ótica de integração das redações, ainda apresenta desafios, pois une profissionais que trabalham para meios diferentes. Segundo Long (2012), o jornalismo convergente apropria-se ainda do potencial das redes sociais, pois estas transitam pela mesma malha digital, mas possuem características e discursos diferentes das mídias

tradicionais. O jornalismo convergente tanto se apropria como é apropriado por essas redes. Assim, para produzir e distribuir notícias a convergência significa uma nova maneira de pensar, redirecionando o jornalismo para alcançar um público diverso e crescente.

Long (2012, p. 127) sublinha que a popularização dos dispositivos móveis tem tornado a “audiência dispersa e paradoxalmente mais conectada”, pois tais dispositivos têm feito os consumidores de notícias cada vez mais multiplataforma.

Para Nunes (2012), os investimentos destinados no incitamento de plataformas que agreguem valor a seus conteúdos e a rápida adoção dos dispositivos móveis pelos grupos de comunicação abordam a capacidade visionária do jornalismo de se expandir diante do ensejo de conduzir as necessidades, de forma que adequa o tradicional, reordenando com as inovações do passado, presente e futuro.

As colocações da autora conduzem a percepção de que o potencial do jornalismo convergente tem como uma das principais características a ubiquidade, com sua múltipla dimensão, que sequencia a mobilidade nas novas operações com as tecnologias móveis e seus *gadgets*¹.

Pensar as alterações propostas para essa modalidade da comunicação, que integra convergência e mobilidade ao jornalismo, requer a observação dos movimentos em torno do futuro do próprio jornalismo e da produção multimídia agregada ao potencial exposto. A composição dessa atividade adquire um desempenho de improvisação que conduz o jornalista a um patamar de narração instantânea da notícia, com o domínio tanto das ferramentas de tecnologia em conexão móvel como das características peculiares inerentes a essa nova modalidade comunicativa como conglomerados informativos (NUNES, 2012).

3.3 Interatividade

Para a análise proposta neste trabalho, é preciso compreender os conceitos e as diferenciações entre interatividade, interação, participação e seus usuários/utilizadores/interagentes, pois são temas amplos e complexos e que podem conduzir a diversas abordagens.

Assim, entende-se como interagente o sujeito que faz parte do processo interativo, conforme apresentado por Primo (2007):

¹ *Gadget* é uma palavra inglesa que significa “dispositivo” ou “aparelho”. Consiste num dispositivo tecnológico que tem função específica e prática com grande utilidade no dia a dia. (SAID, 2014).

Os membros do processo interativo serão aqui chamados de “interagentes”. Como um estudo sobre as interações no ciberespaço não pode levar em conta apenas os participantes humanos, considerar-se-á também os aparatos tecnológicos como interagentes. Esta proposta de estudo quer abarcar tanto as interações entre pessoas, quanto entre um sujeito e um mecanismo digital (ainda que este último tipo de interação não seja, a rigor, social). (PRIMO 2007, p. 5).

A interatividade não é um conceito novo e é utilizada em vários campos do conhecimento. Este trabalho tem interesse, prioritariamente, nas definições ligadas à comunicação, mais precisamente ao jornalismo praticado na web. As formas de interação até então utilizadas pelos meios de comunicação tradicionais foram ampliadas com a internet, assim como pelas redes sociais, que não é foco desta pesquisa, mas merecem ser destacadas.

Para Rost (2014), a interatividade é uma das características essenciais da comunicação na web, pois é utilizada para analisar a linguagem da própria internet. Segundo o autor, também faz parte das rotinas de trabalho dos jornalistas, independente do tipo de mídia, pois está relacionada sobre como o leitor participa e contribui com o jornalismo atual. Faz parte também da forma como os usuários contribuem para o conteúdo compartilhado.

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio. insere-se nessas zonas de contacto entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado. (ROST, 2014, p. 53).

Por outro lado, Primo (2007) entende a interação como “ação entre” os participantes do encontro (inter+ação). Para esse autor é complexo fazer uma dissociação entre interação e interatividade. Ele lembra ainda que interação social é diferente de interação, pois a primeira é uma forma interativa, mas não a própria definição de interação. O mesmo autor lembra ainda que existem diversas formas de interação e que o termo é usado em vários campos de estudo.

Existe interação entre corpos, genes, ondas, forças, engrenagens, pessoas etc. Os vários campos do saber tradicionalmente estudam diferentes tipos de interações, por exemplo: a interação gênica (biologia), a interação de placas tectônicas (geologia), a interação medicamentosa (farmácia), as interações eletromagnéticas (física) etc. (PRIMO, 2014, p. 13).

Focando prioritariamente na interação mediada, Primo (2007, p. 37) afirma ainda que a interação é “a medida da habilidade potencial da mídia em permitir que o usuário exerça

influência no conteúdo e/ou na forma da comunicação mediada”. O autor traz dois tipos principais de interação: a mútua e a reativa.

A **interação mútua** é composta por um sistema aberto (sistema aqui entendido por objetos ou entidades que se inter-relacionam). De acordo com Primo (2007), nesse sistema os elementos são interdependentes e há o caráter da globalidade, pois quando um muda o todo será afetado. Esse tipo de interação pode ser percebido, por exemplo, nos comentários de um blog ou de notícias quando não moderados, tornando possível dialogar sobre o conteúdo de maneira livre e “sem controle”. Ao se comparar com as mídias tradicionais, na interação mútua existem trocas entre o sistema e o contexto do ambiente, a mensagem recebida, interpretada e ressignificada por atores interagentes em um processo cognitivo.

Por outro lado, Primo (2007) diz que na **interação reativa** (sistema fechado) os utilizadores possuem relações lineares, com pouca ou nenhuma possibilidade de alterar o que lhes foi proposto ou pré-estabelecido. Os mesmos não tem abertura de efetuarem trocas com o contexto do ambiente, as reações dos usuários são pré-programadas, a partir das quais os roteiros a serem seguidos pelos agentes incluem ações já pré-testadas, como, por exemplo, uma enquete, com uma pergunta e com opções de respostas já pré-estabelecidas para escolha do leitor. Dessa forma, o leitor apenas segue um caminho, já que não é oportunizado a opção de mudança ou interferência nas opções da enquete. O leitor apenas reage com seu voto na opção de resposta que melhor lhe representa.

Assim, a interatividade é um tipo de interação mediada. Entende-se, portanto, a interação como algo mais amplo e a interatividade como uma parte desse processo. Rost (2014) divide a interatividade em dois tipos principais:

Entendemos a interatividade como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (“interatividade seletiva”) como em possibilidades de expressão e comunicação (“interatividade comunicativa”). (ROST, 2014, p. 55).

De acordo com o autor, a **interatividade seletiva** está relacionada a como o utilizador pode eleger e controlar suas ações no processo de recepção do conteúdo informativo. No entanto, não pode praticar alterações no processo produtivo e não pode ser percebido pelos demais utilizadores, pois afeta somente enquanto (esse) receptor faz suas escolhas perante a gama de conteúdos e informações que estão ali disponíveis para si. Ou seja, quanto mais conteúdo o meio oferece mais o utilizador pode eleger e controlar o ritmo no qual terá acesso

a esse conteúdo e à forma como sequencia sua atividade enquanto usuário, de acordo com suas necessidades. Quanto mais opções, maior será o grau de interatividade seletiva.

Há uma série de elementos que influem em diferentes medidas: o tipo de estrutura hipertextual que propõe o meio para navegar os conteúdos, o menu de ligações semânticas presente em cada notícia, a utilização de motores de busca, hemerotecas, nuvens de etiquetas, índices (geográficos, onomásticos, temáticos), opções de personalização de cada página (tamanho da fonte, cores, ordenação de temas, etc.), diferentes alterações do desenho e da interface perante ações dos utilizadores, e um diversificado menu de alternativas de distribuição/recepção de conteúdos (rss, envios de conteúdos por correio eletrónico, distribuição pelas redes sociais, alertas em dispositivos móveis). Todos estes fatores definem em algum grau as possibilidades de recepção interativa dos conteúdos pelos utilizadores: seja a partir das possibilidades de navegação e recuperação de conteúdos, seja das alternativas de personalização ou a partir do aspecto visual e estético. (ROST, 2014, p. 57).

Sobre a **interatividade comunicativa**, o mesmo autor explica que esta representa as possibilidades de comunicação e expressão que o utilizador possui sobre os conteúdos do meio. Por meio destas opções interativas, o leitor/utilizador procura manter uma comunicação com outros, dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, manter uma relação. Em outras ocasiões, a pretensão pode ser apenas passar uma informação, ou expressar uma opinião, sem esperar uma resposta ou um contato bi/multi/direcional, pode ser inclusive repassando uma informação ou enviando uma imagem, fazendo um comentário, ou respondendo outro usuário, estabelecendo uma conversa. Em todo caso, o utilizador fornece uma informação, conteúdo. Algumas modalidades interativas apontam mais para a comunicação e outras para a expressão individual.

Este tipo de interatividade manifesta-se em opções como: comentários abaixo das notícias, perfis em redes sociais abertas à participação de utilizadores, blogues de cidadãos/as, pesquisas, fóruns, entrevistas a personalidades com perguntas de utilizadores, publicação de endereços de correio eletrónico de jornalistas, ranking de notícias, chats, envio de notícias/fotografias/vídeos, sistemas de correção de notas, entre outros. (ROST, 2014, p. 58)

Entende-se, assim, a interatividade como forma de manter uma troca de informação/comunicação entre quem utiliza e quem produz. No caso do Webjornalismo, há mais abertura para o processo de interação, ofertando ao leitor mais oportunidades de comunicações interativas.

Rost (2014) faz uma diferenciação entre os processos interativos, separando-os por categorias e como se desenvolvem em cada uma dessas divisões (Figura 1).

Figura 1 - Diferenciação entre Interatividade Seletiva e Interatividade Comunicativa

	Interatividade Seletiva	Interatividade Comunicativa
Interatuentes	A interação das pessoas com os conteúdos (ou com a máquina ou com o sistema)	Interação entre pessoas
Em que consiste a interação	Um indivíduo escolhe uma opção e o sistema responde	Há emissores e recetores que podem trocar de papéis
Papel do leitor	O utilizador é um recetor (interativo) de conteúdos	O utilizador é também produtor de conteúdos
Previsibilidade das respostas	Número de possibilidades de resposta limitado	Infinitas possibilidades de resposta
Dimensão da interatividade	A participação do leitor não adquire relevância pública: só tem uma dimensão individual	O resultado da participação do utilizador toma uma dimensão pública
Opções interativas	Ligações hipertextuais, motores de busca, infografias, modalidades de personalização, RSS	Comentários, blogues, fóruns, entrevistas abertas, <i>chats</i> , envio de notas/fotografias/vídeos

Fonte: ROST, 2014, p. 59.

Dizer que a interatividade ofereceu maior poder aos leitores não implica, necessariamente, dizer que o leitor ganhou vez e voz, mas que há certa transferência de poder do meio apenas para aqueles leitores que se dispõem a sair do estado de meros espectadores de informação para também produzi-la.

A interação e a promessa da interatividade tornam-se hoje muito mais do que uma ferramenta no fazer jornalístico. A interação mediada por computador no conteúdo jornalístico talvez adquira a qualidade mais nobre almejada pelo jornalismo: promover transformação social. Dar voz a quem quer falar e deixar quem quiser se expressar. (SELIGMAN; FURTADO, 2011, p. 400).

Para Rost (2014), essa cultura de participação está longe de implicar uma horizontalidade total. Pelo menos no jornalismo, o leitor tem diante de si algumas opções de se expressar e/ou se comunicar. Mas, a partir do momento que colide com as rotinas e os interesses que governam as redações, os filtros aparecem, ou melhor, os filtros até já existem, basta analisar como é a política para deixar um comentário, por exemplo, abaixo de uma notícia, é exigida a realização de um cadastro, que passa pelo controle da equipe de redação.

Comentários que venham a ferir a integridade ou com conteúdo impróprio não são liberados para visualização.

Rost (2014) apresenta algumas formas de interatividade que podem ser encontradas nos sites de notícias. As mais usadas têm sido: - o *ranking*, quando o leitor vota em números, quantidade de estrelas ou recurso parecido, impondo números que atribuem qualidade à matéria jornalística; - os comentários, que se não permitem, pelo menos simulam a participação do leitor na produção de conteúdo; - as ferramentas de replicação do conteúdo, como enviar por e-mail, blogar ou postar em mídias sociais como *Facebook*, *Twitter* etc.

Dentre as formas de interatividade apresentadas anteriormente, esta pesquisa tem interesse específico no comentário, visto que analisa os comentários dos leitores dos portais O Dia e Meio Norte.

De acordo com Cunha (2014), o comentário eletrônico é considerado como uma prática da vida social. As notícias online, de forma geral, também têm atraído comentários e fazem parte da vida de milhares de pessoas. Sites de jornais online incluem instalações que permitem o compartilhamento e comentários via redes sociais, como *Facebook* ou *Twitter*, que se propagam em outros meios de comunicação social, mas, segundo a autora, a natureza dos comentários em redes sociais mesmo quando fazem referência a uma notícia específica é consideravelmente diferente daqueles postados em sites de notícias.

Um novo tipo de diálogo que os jornalistas não conheciam antes da internet, uma vez que as cartas de leitores eram editadas, não eram imediatas e raramente eram respondidas pelo editor ou por outros leitores da mídia impressa [...] O comentário é, portanto, uma prática discursiva que tem seu propósito e suas regras: a partir de um texto fonte, o leitor constrói novos discursos, reacentuando diferentemente os aspectos temáticos, os sentidos múltiplos, explícitos ou subentendidos, ou introduzindo deslocamentos e mudanças de tema. (CUNHA, 2014, p. 15).

Cunha (2014) separa os comentários em dois grandes blocos em função do tipo de funcionamento dialógico: (1) comentários que privilegiam o pólo das relações entre os internautas e que se organizam prioritariamente como fenômenos interacionais, de modo que o texto da notícia serve apenas como ponto de partida para o diálogo entre os internautas; (2) comentários centrados no conteúdo. Os comentários estão diretamente relacionados a diferentes aspectos do conteúdo a partir dos quais os usuários tomam parte e elaboram seu ponto de vista.

É importante ressaltar que os comentários podem ter características como: - opinião, quando o leitor opina de forma positiva ou negativa, elogia ou critica; - informação, quando o leitor corrige ou acrescenta informações; - apoio, quando expressa apoio ao que está sendo discutido, comentários que favorecem o diálogo e a conversação.

Marcuschi (2016, p. 15) define a conversação como “uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum”. A partir deste conceito, é possível dizer que as pessoas comentam sobre determinado contexto, com alternância na fala.

Os comentários são, portanto, um gênero em expansão, visto que estão sendo bastante utilizados pelos meios de comunicação, fazendo com que as interações no ciberespaço sejam cada vez mais frequentes, vista como forma de aproximação ou contato entre o meio e o usuário/utilizador que pode ser um termômetro para ambos, situando cada um sobre o que oferece e o que recebe, mediados via o feedback entre as partes envolvidas.

Até aqui estabelecemos conexão com as teorias que fundamentam este trabalho, discussões que permeiam o universo do Webjornalismo, a convergência e a interatividade, buscando com os autores de cada área embasamento para o desenvolvimento desta pesquisa. Na próxima seção vamos falar sobre os procedimentos metodológicos, o caminho percorrido para se chegar aos objetivos, como foi elaborada a investigação, abordagem e a forma de análise escolhida na metodologia para chegar aos resultados encontrados.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa, de caráter qualitativo e quantitativo, é empírica e comparativa dos portais de notícias piauienses O Dia e Meio Norte, com a finalidade de analisar como se configura o processo de convergência de conteúdos e a interatividade nesses veículos. Foram observadas as *homepages* dos portais durante todo o mês de junho (de 1º a 30) de 2019, coletando uma matéria diária de cada portal.

Para escolha/coleta das matérias que iriam compor o *corpus* da pesquisa, foram adotados os seguintes passos: - em horários aleatórios, eram acessadas as matérias das *homepages* dos portais, a fim de identificar quais eram provenientes das demais plataformas de comunicação dos respectivos grupos; - após a identificação das matérias com conteúdos convergentes, eram selecionadas as que preferencialmente possuíam comentários, visto que a pesquisa também analisa a interatividade, por meio dos comentários dos internautas. Portanto, ao final da coleta, o *corpus* incorporou matérias convergentes, primeiro critério de escolha, e que prioritariamente possuíam comentários.

Para basear as análises, adotamos, como principais categorias, os nossos objetivos que, juntamente com a ficha de análise, resultaram nos principais critérios de apreciação da pesquisa. A ficha de análise adotada foi adaptada de pesquisadores da UFBA (Anexo 1), e procura investigar aspectos relacionados à convergência de conteúdos face ao Webjornalismo e a interatividade, considerando as potencialidades e as implicações com evidências para contexto das características do jornalismo praticado na internet, os recursos multimidiáticos e a linguagem (multimedialidade, hipertextualidade, atualização contínua, memória, interatividade, personalização).

Assim, ao longo do mês de junho de 2019, foram selecionadas 53 matérias que indicavam ser de outras plataformas dos grupos de comunicação, sendo 28 do portal Meio Norte e 25 do portal O Dia. A seleção não fechou em 60, ou seja, duas por dia, sendo 30 de cada um dos portais, visto que em alguns dias não foram encontradas matérias que indicassem a fonte das plataformas dos respectivos grupos. O *corpus* ainda foi reduzido pelo fato de que, das 28 matérias convergentes encontradas no portal Meio Norte, 11 tinham sido publicadas primeiramente no portal para posteriormente serem disponibilizadas nas outras plataformas, com isso essas matérias foram descartadas, uma vez que o objetivo da pesquisa é analisar o que vem das outras plataformas para os portais. O mesmo aconteceu com o portal O Dia, com duas matérias sendo descartadas, visto que foram publicadas primeiro no portal, ficando com

23 matérias convergentes. Porém, ainda foi necessário o descarte aleatório de 6 matérias convergentes do portal O Dia para que a análise tivesse igual quantidade de matérias analisadas nos dois veículos. Em face dessa contingência, o *corpus* totalizou 34 matérias, sendo 17 do portal O Dia e 17 do portal Meio Norte (Quadro 1).

Quadro 1 - Corpus da pesquisa

Portal	Título da Matéria	Data
O Dia	Cadeirantes relatam dificuldades para ter acesso à vida social	01/06/2019
Meio Norte	Parque Nacional Serra da Capivara ganha destaque com festa de 40 anos	01/06/2019
Meio Norte	Terminal começa a funcionar com painéis de horários dos ônibus e wi-fi	02/06/2019
O Dia	Governo quer assentar cinco mil famílias até o final de 2020	03/06/2019
O Dia	Dias aprova saída de estados e municípios de reforma	04/06/2019
Meio Norte	Cerrados piauienses sofrem degradação	05/06/2019
O Dia	Reunião na FFP sinaliza 2ª divisão do Piauiense com sete equipes	06/06/2019
O Dia	Merlong Solano, Fábio Novo e Flávio Jr. serão empossados na terça-feira	08/06/2019
Meio Norte	Medicina e espiritualidade: quando a ciência caminha junto com a fé	08/06/2019
O Dia	“Está cheio de conflitos”, diz Ciro Nogueira sobre governo Bolsonaro	10/06/2019
O Dia	Caminhada da Fraternidade: um abraço de acolhida aos necessitados	11/06/2019
O Dia	“Lula está de alma lavada”, diz Regina sobre diálogos vazados	12/06/2019
Meio Norte	Facção "Bonde dos 40" faz homenagem a criminoso que morreu em Teresina	12/06/2019
Meio Norte	PM sofre tentativa de assalto, trava luta corporal e prende criminoso	13/06/2019
O Dia	“Governo está plantando terrorismo”, diz líder da oposição	14/06/2019
O Dia	"Houve quebra de acordo com estados", afirma Dias	15/06/2019
Meio Norte	Embrapa Meio-Norte exporta tecnologia para 6 países	15/06/2019
Meio Norte	Repórter é aconselhado a deixar local onde ciganos foram executados no MA	17/06/2019
O Dia	Picos Pro Race 2019 premiará 10 atletas de cada categoria	18/06/2019
Meio Norte	Encontro de Médicos Espíritas inicia nesta quarta-feira	18/06/2019
Meio Norte	Empresário é abordado por criminoso e assaltado dentro de lotérica em THE	19/06/2019
Meio Norte	Projeto muda a realidade de crianças e adolescentes	21/06/2019
O Dia	Suicídio desafia sociedade a exercitar empatia e cuidados com a saúde mental	23/06/2019
O Dia	No Piauí, metade dos acidentes com energia elétrica resultou em mortes	24/06/2019
Meio Norte	Venezuelanos serão proibidos de pedir esmolas em Teresina	24/06/2019
O Dia	Competição Picos Pro Race abre lote extra de inscrições	25/06/2019
Meio Norte	PM do Piauí completa 184 anos e investe em informação e tecnologia	25/06/2019
Meio Norte	Timon terá terminal de integração ao lado do Cocais Shopping	26/06/2019
O Dia	Férias podem ser usadas para fazer cursos profissionalizantes	27/06/2019
Meio Norte	Patins vai promover inclusão entre a população no MovimenThe	27/06/2019
O Dia	Crianças desenvolvem projetos para feira de robótica	28/06/2019
Meio Norte	MovimenThe terá corrida de rua "Volta da Cidadania" no sábado	28/06/2019
Meio Norte	Número de mulheres no tráfico cresce 20% no Piauí	29/06/2019
O Dia	Excesso de velocidade e uso de álcool estão entre as infrações mais comuns	30/06/2019

Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Para alcançar os objetivos propostos, já descritos anteriormente nesse trabalho, são percorridas as seguintes etapas: 1) pesquisa bibliográfica, por meio da revisão de literatura sobre a temática trabalhada (abordando os conceitos centrais de Webjornalismo; convergência midiática; convergência jornalística; interatividade; jornalismo de portais); 2) coleta e análise das matérias jornalísticas da *homepage* de cada portal, que são provenientes dos outros veículos de comunicação de seus respectivos grupos de comunicação; 3) estudo comparativo sobre o tipo de convergência de conteúdo e a interatividade praticada por cada portal analisado.

A partir da classificação de Botelho e Cruz (2013), a pesquisa pode ser caracterizada, por sua abordagem, como qualitativa e quantitativa, pois, segundo os autores, as duas não se excluem, já que “a abordagem quantitativa busca indicadores e tendências observáveis e a qualitativa os valores, crenças atitudes”, como decorrência do uso de técnicas e instrumentos de coleta que permitem a união de dados, conceitos e teorias. Dito isto, neste trabalho usaremos a abordagem qualitativa e quantitativa, uma vez que correlacionaremos os dados quantitativos das várias matérias catalogadas para serem agrupadas e posteriormente analisadas segundo os objetivos da pesquisa e mediante categorias predefinidas por uma ficha de análise (Anexo 1).

Sobre o método qualitativo, ele busca essencialmente compreender os fenômenos específicos em profundidade, permitindo descrever e/ou interpretar situações complexas de um fenômeno estudado, de uma forma que a quantificação não pode dar conta.

De acordo com Botelho e Cruz (2013), a pesquisa qualitativa trabalha ainda com comparações, descrições, atribuições de significados e interpretações, de forma que possibilita “investigar valores, crenças, hábitos, atitudes e opiniões de indivíduos ou grupos” (p. 55). Dessa maneira, o pesquisador tem como se aprofundar na pesquisa do fenômeno a ser estudado e tem ao mesmo tempo “o ambiente natural como fonte direta para a coleta de dados” (BOTELHO; CRUZ, 2013, p. 54-55). Ainda sobre estudos qualitativos, Richardson (1985) pontua que:

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. (RICHARDSON, 1985, p. 39).

Diante disso, a abordagem da pesquisa configura-se como empírica, pois, segundo Fantinato (2015), o estudo empírico é baseado na observação de um fato e na experiência comum e não se baseia em teorias. De acordo com o autor, a pesquisa empírica busca dados relevantes que são obtidos através da experiência do pesquisador, e tem como objetivo chegar a novas conclusões a partir da maturidade experimental.

De acordo com o exposto, esta pesquisa observa diariamente a *homepage* dos portais estudados para catalogação das matérias convergentes. É um trabalho de observação e análise que exige tempo e experiência, para conhecimento do material, examinado desde a linguagem e recursos usados até a identificação/caracterização da fase em que os portais se encontram em termos de atuação no Webjornalismo, além do tipo de interatividade praticada entre portais e leitores. Para realizar a análise das matérias convergentes, trabalharemos com o método de pesquisa da Análise de Conteúdo (AC), segundo Bardin (1977), exposto no tópico a seguir.

4.1 Análise de conteúdo (AC)

Após a coleta das notícias, durante o mês de junho, da *homepage* dos portais O Dia e Meio Norte, que são provenientes dos outros veículos de seus respectivos grupos de comunicação, utiliza-se a Análise de Conteúdo (AC) como técnica apropriada para este tipo de análise, com a finalidade de descobrir se existe adequação dos conteúdos ao migrarem de uma plataforma para outra. Para Bardin (1977) a AC é:

Um conjunto de técnicas de análise de comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42).

Bardin (1977) define algumas etapas na aplicação da AC: exploração do material ou codificação e tratamento dos resultados (inferência e interpretação). A fase da exploração do material ou codificação consiste em transformar dados brutos em unidades, que permitem a descrição exata das características mais importantes do conteúdo. Essa fase compreende três escolhas: recorte das unidades, enumeração e escolha das categorias (classificação e agregação). Na fase do tratamento dos resultados, Bardin (1977, p. 101), aponta que “os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos”. São

realizadas operações estatísticas que permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas e modelos condensando as informações obtidas na análise.

Uma vez definido o *corpus* da pesquisa, passa-se à etapa de categorização. Essa etapa, segundo Bardin (1977, p. 117), “é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento, segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos”. As categorias, de acordo com a autora, são rubricas que reúnem os mesmos elementos encontrados em comum no texto. Assim, o material codificado será classificado baseado num sistema de categorias. Em resumo, será realizada análise categorial, pois, conforme Bardin (1977, p. 36-37), tal análise “pretende tomar em consideração a totalidade de um ‘texto’, passando-o pelo crivo da classificação e do recenseamento, segundo a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido”.

Após a realização da análise de conteúdo, será realizado um estudo comparativo entre as informações obtidas nos dois portais identificando semelhanças e/ou diferenças entre os observáveis deste estudo.

4.2 Estudo comparativo

A comparação pode ser aplicada em diversos tipos de pesquisas e em diversas áreas do conhecimento. Nas ciências sociais pode estar voltada à compreensão de um caso singular ou para o estudo de uma série de eventos previamente selecionados. Schneider e Schmitt (1998) explicam que, através dos estudos em comparação, é possível perceber continuidades e descontinuidades, descobrir regularidade e perceber deslocamentos e transformações, identificar semelhanças e diferenças, construir modelos e tipologias, explicitando assim determinações mais gerais que regem os fenômenos sociais.

De acordo com Gil (1999), o método comparativo pode ser usado em diferentes tipos de pesquisas, para a investigação de fenômenos e processos, grupos, indivíduos e fatos, com a finalidade de destacar diferenças e semelhanças entre eles. Conforme Schneider e Schmitt (1998), o método comparativo foi introduzido nas Ciências Sociais por Comte e Durkheim, que se basearam no método utilizado na Biologia para formulação dos seus princípios. Assim, a partir do estudo comparativo usado na Biologia, adequaram para utilização nas Ciências Sociais. “Para Durkheim, a comparação é o método sociológico por excelência, porque é através dele que podemos demonstrar o princípio de que a cada efeito corresponde uma causa” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 21).

Os autores lembram que, na comparação Sociológica, existem quatro momentos em que o procedimento de análise é desenvolvido. No primeiro, envolveria o contraste entre as partes e a identificação entre as diferenças simples da sociedade-sociedade. No segundo, essas diferenças referiam-se a comparações entre diferentes sociedades humanas, em diferentes épocas, como entre primitivo e modernidade. Em terceiro, a diferenciação era o exemplo do viés biológico, construindo para a Sociologia categorias que relacionassem gêneros, famílias, etnias, raças, partindo do pressuposto de que não tem nada melhor para classificar as diversas fases do que a evolução humana. Por último, a quarta é a comparação histórica dos diferentes estados. E, finalmente, a comparação histórica dos diversos estados sucessivos da humanidade, através do método da filiação gradual no qual, à semelhança da Biologia, se comparam todos os organismos da hierarquia. Dessa forma, ainda é preciso a interpretação para se chegar à causa comum dos fenômenos em comparação.

Segundo Schneider e Schmitt (1998), a análise comparativa busca identificar e comparar dois ou mais casos, em um mesmo contexto, colocando em destaque as diferenças equivalentes. Em um primeiro momento do método comparativo observa-se a similaridade entre os fenômenos em estudo e, no segundo momento, o oposto, o contraditório, para perceber quais as diferenças entre os casos observados, por meio do estudo ordenado de variantes existentes entre os casos.

Por fim, depois de apresentar como serão realizados os procedimentos metodológicos, tipo de abordagem e técnicas a serem realizadas, é importante conhecer os observáveis desta pesquisa, ou seja, os portais de notícias piauienses O Dia e Meio Norte.

4.3 Conhecendo os observáveis

4.3.1 Portal O Dia

O Sistema de Comunicação O Dia iniciou a partir do primeiro veículo, o jornal O Dia, em 1951. São, portanto, 68 anos de História. Apenas no ano de 1996, o jornal O Dia inaugura sua versão *online* (<http://www.portalodia.com/jornal>), sendo também o primeiro jornal teresinense com versão *online*, reproduzindo, na íntegra, a versão impressa, em PDF.

O portal O Dia (www.portalodia.com) iniciou suas atividades como site de notícias somente em 2006. Possui atualmente 10 editorias e dedica seções para 15 Blogs, para 94 Municípios (sendo três do Maranhão) e para Especiais (Curso de Teresina). Na barra superior

da página inicial há mecanismos de busca e *links* para as seguintes seções: Notícia, Entretenimento, Esporte, TV O Dia e Municípios. Na página inicial há também atalho para o acesso à versão em PDF do jornal, uma seção de vídeos da TV online e atalho para a FM O Dia (92,7).

Segundo Ribeiro (2014), em 2012 o portal O Dia aderiu às mídias digitais móveis, criando um aplicativo para *smartphones* e *tablets*. No aplicativo, as edições estão disponibilizadas pela data e o usuário faz o *download* da edição do dia. O usuário também tem acesso a exemplares de dias anteriores. O acesso ao jornal é feito por meio de sistemas operacionais *iOS* da *Apple* e *Android*. O aplicativo, que pode ser baixado gratuitamente no *iTunes Store* ou *Google Play*, permite aos leitores o acesso integral ao jornal no formato PDF. O conteúdo, porém, é restrito a assinantes da versão impressa.

Além das opções de vídeo, a página inicial traz seções para as últimas notícias publicadas (Últimas) e as mais acessadas (Mais Lidas). O portal também apresenta instrumentos de interatividades, como o atalho para o perfil no *Facebook*, e uma ferramenta para assinatura de *Newsletter* do site. As notícias podem ser enviadas por e-mail e compartilhadas no *Facebook*, *Twitter* e *Google Plus*. Os comentários nas notícias são feitos por meio do *plugin* social do *Facebook*. O portal oferece ainda navegação no formato *mobile*, para celulares. Apenas em 2009 foi inaugurada uma redação multimídia, integrando o jornal, o portal e a TV O Dia.

4.3.2 Portal Meio Norte

A Rede Meio Norte de Comunicação iniciou suas atividades com o jornal Meio Norte, em 1º de janeiro 1995. São, portanto, 24 anos de História. Segundo Ribeiro (2014), é o impresso piauiense mais vendido, com tiragem e circulação diária em torno de 10 mil exemplares.

Ribeiro (2014) aponta que o grupo Meio Norte foi pioneiro em diversas inovações tecnológicas e mercadológicas no Piauí, como adotar o modelo de integração física e editorial com os demais veículos do Sistema Integrado de Comunicação Meio Norte (TV, rádios e portal). O Meio Norte é o primeiro do Estado também na plataforma digital, em versão *online* atualizada 24 horas por dia. O portal (www.meionorte.com) foi criado em 2001.

Segundo Silva (2018), a plataforma de comunicação, de propriedade do empresário Paulo Guimarães, está sempre se atualizando e inovando para manter interação com o público,

adequando-se às exigências do mercado. Ao longo da última década o *layout* passou por inúmeras transformações devido a inovações tecnológicas.

O Meio Norte não disponibiliza aplicativo para acesso do impresso por meios de *smartphones* ou *tablets*, mas oferece uma página na internet adaptada para dispositivos móveis.

Desde o início da sua criação, o portal já destacava o acesso ao jornal impresso e disponibilizava informações sobre os programas das rádios e da TV Meio Norte. Ao longo da última década, o portal passou por modificações em seu *layout*, para a inclusão de vídeos, aplicativos de redes sociais e para disponibilizar a transmissão da programação da TV ao vivo e das rádios Meio Norte FM, Boa FM e Cocais FM. Na barra superior do portal há ferramenta de busca e *links* para envio de sugestões e críticas.

O portal possui mecanismos de compartilhamento de conteúdo para as redes sociais e permite o comentário das notícias pelo *Facebook*, permitindo também o envio de notícias por e-mail e recomendação de notícias pelo *Twitter*. Possui perfil no *Facebook*, no *Twitter* e no *Instagram*, para interação com o público. Atualmente, conta com as seguintes editorias: Notícias, Entretenimento, Esportes, Política, Polícia, Curiosidades, Concursos, Programas, Cidades Blogs, Vídeos, Álbuns, Especiais.

5 ANÁLISE DA CONVERGÊNCIA DE CONTEÚDOS E DA INTERATIVIDADE NOS PORTAIS O DIA E MEIO NORTE

Este capítulo, de acordo como descrito nos procedimentos metodológicos e priorizando os objetivos da pesquisa, analisa a convergência de conteúdos e a interatividade praticada pelos portais piauienses O Dia e Meio Norte.

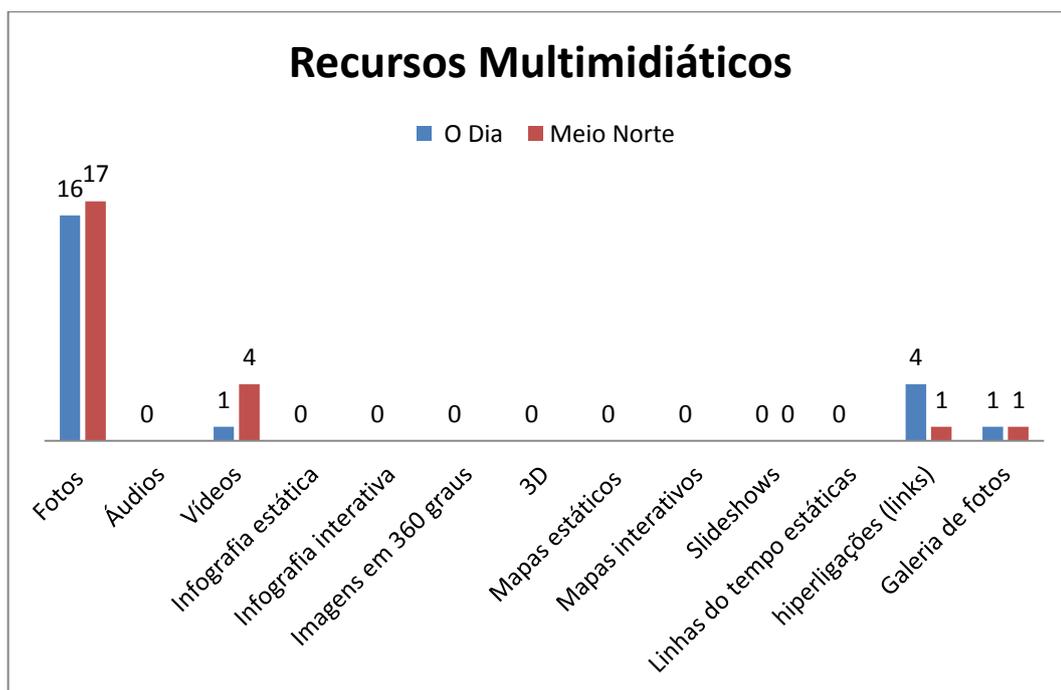
Foram analisadas 34 matérias, sendo 17 de cada portal de notícia. No portal O Dia, 16 das 17 matérias coletadas são provenientes do jornal impresso O Dia, apenas uma matéria é proveniente da TV O Dia. Das 17 matérias coletadas no portal Meio Norte, 13 são oriundas do jornal impresso Meio Norte e 4 são da TV Meio Norte. É importante ressaltar que em todas as matérias do *corpus* há o recurso de áudio-descrição.

5.1 Os recursos multimidiáticos e a linguagem dos portais

No que diz respeito aos recursos multimidiáticos (Quadro 2), verificou-se que o portal O Dia utilizou fotografias em 16 matérias (94,1%). Apenas uma matéria não usou nenhum recurso multimídia, trazendo somente o texto transposto do jornal impresso. No portal Meio Norte, todas as 17 matérias (100%) analisadas usaram o recurso da fotografia. Ambos os portais também utilizaram uma única vez o recurso galeria de fotos, apenas uma matéria (5,9%) de cada portal possuía esse recurso.

Quanto ao uso do vídeo, somente uma matéria (5,9%) do portal O Dia integrou esse recurso. O portal Meio Norte utilizou o vídeo em 4 matérias (23,5%). Quanto aos *hiperlinks*, o portal O Dia trouxe esse recurso em 4 matérias (23,5%) Já o portal Meio Norte utilizou esse recurso apenas em 1 matéria (5,9%). Os outros recursos, áudio, infografia estática, infografia interativa, imagem em 360°, 3D, mapa estático, mapa interativo, slideshow, linha do tempo estática, não foram utilizados por nenhum dos dois portais analisados.

Quadro 2 - Recursos multimidiáticos utilizados nos portais O Dia e Meio Norte



Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Os recursos multimidiáticos foram usados de distintas maneiras para agregar valor à narrativa webjornalística. As fotografias e os vídeos, por exemplo, serviram como registro para comprovar os fatos narrados no texto das matérias. Os vídeos também repetem informações que já foram relatadas no texto jornalístico.

Há matérias, portanto, que não utilizam nenhum recurso multimidiático, deixando de aproveitar as potencialidades que o portal pode incorporar para que o texto webjornalístico fique mais atrativo para o leitor, como é o caso da matéria “Excesso de velocidade e uso de álcool estão entre as infrações mais comuns” (Figura 1 - Portal O Dia, 30/06/2019). Esta matéria lembra a primeira fase do Webjornalismo, na qual havia apenas a justaposição ou transposição de conteúdos de uma plataforma para a outra. Das 34 matérias analisadas nos dois portais, 12 apresentam essa característica, pois nenhuma alteração foi realizada, tendo sido feita apenas a transposição de uma plataforma para a outra.

Figura 1 - Excesso de velocidade e uso de álcool estão entre as infrações mais comuns

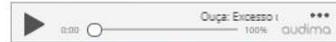
Excesso de velocidade e uso de álcool estão entre as infrações mais comuns

a pesquisa mostra que a associação entre consumo de álcool e direção ocorreu principalmente em indivíduos de maior escolaridade (8,6%) e com idade entre 25 e 34 anos (7,9%)

30/06/2019 09:12h - Atualizado em 30/06/2019 09:44h

Tweet

Curte e Compartilhar



AGORA SEU SITE PODE SER OUVIDO!
FAÇA PARTE DO MAIOR MOVIMENTO DE
INCLUSÃO COM O Áudio do Brasil. CLIQUE
INSTALE GRÁTIS!

Na zona Leste de Teresina, onde se concentra grande parte dos bares e boates da cidade, a disputa por estacionamento nas proximidades desses locais é enorme. Seria tranquilizador pensar que, mesmo de carro, as pessoas que frequentam esses espaços e ingerem bebidas alcoólicas não usariam o transporte, deixando a cargo de quem não bebeu a responsabilidade de guiar o veículo automotor. Mas não é isso que acontece. Pelo menos não na grande maioria das vezes. Quem comprova são os dados da Superintendência Municipal de Transportes e Trânsito (STRANS), que destacam o excesso de velocidade e ingestão de álcool como as principais causas de acidentes com óbitos ou de nível gravíssimo de risco em Teresina.

Recentemente divulgados, dados do Ministério da Saúde também destacam a preocupante associação de álcool e bebida em Teresina. A Capital é a segunda do Brasil em nível proporcional de adultos que informaram que conduziram veículos motorizados após consumo de qualquer quantidade de bebida alcoólica.

As capitais com maior proporção são: Palmas (14,2%); Teresina (12,4%); Florianópolis (12,1%); Cuiabá (9,9%) e Boa Vista (9,3%). Já as com menores prevalências são: Recife (2,2%); Rio de Janeiro (2,9%); Vitória (3,2%); Salvador (3,6%) e Natal (4,2%).

Entre os dados gerais, a pesquisa mostra que a associação entre consumo de álcool e direção ocorreu



DESASTRE AMBIENTAL
Navio grego é suspeito de derramamento de óleo; Relembre os efeitos no PI



NOVO SIGNIFICADO
"Não precisa ser um dia triste", diz psicóloga sobre data de Finados



CONTRATOS
Estado economiza R\$ 105 milhões após análise de contratos pela CGE



FERIADO
Dia de Finados altera funcionamento do comércio em Teresina

TV O Dia



Fonte: Portal O Dia.

A matéria “Terminal começa a funcionar com painéis de horários dos ônibus e wi-fi” (Figura 2 - Portal Meio Norte - 02/06/2019) usou como recurso multimidiático apenas uma fotografia. Com relação à matéria original, publicada primeiro no jornal impresso Meio Norte, houve alteração do título, foram acrescentadas outras informações, foram ouvidas outras fontes e a fotografia é diferente da utilizada pelo impresso, sendo a notícia do portal encurtada. Vale ressaltar que outros recursos ainda poderiam ter sido usados para tornar a matéria mais atrativa para o webleitor.

Figura 2 - Terminal começa a funcionar com painéis de horários dos ônibus e wi-fi

notícias

Encontre no meio norte.com

Notícias

entrar

home notícias entretenimento esportes polícia política curiosidades concursos carros

De acordo com o Gerente de Planejamento da Guara, Demilson Guerra, a operação do primeiro dia foi razoável. "Identificamos algumas falhas, mas já estamos trabalhando para que na segunda-feira todas elas estejam resolvidas, mas no geral o primeiro dia de operação foi dentro do previsto", disse.

Guerra enfatiza que o terminal já foi colocado para funcionar com alguns diferenciais. "Baseado no funcionamento dos outros terminais, fizemos alguns ajustes, por exemplo, estamos fazendo o controle da operação pelas equipes de dentro do próprio terminal, as linhas alimentadoras

4 após beber e comer 15 salgadinhos

5 Motorista da Uber nega ter tentado dopar passageira em Teresina

Recomendamos

Assista esse vídeo para descobrir o novo método que ajuda a minimizar o fungo ou micose
Protocolo de Fungo

Ele se livrou de 29kg de gordura e não foi reconhecido no trabalho
Hora da Vida

Fonte: Portal Meio Norte.

A matéria “Caminhada da Fraternidade: um abraço de acolhida aos necessitados” (Figura 3 - Portal O Dia – 11/06/2019) integra os seguintes recursos multimidiáticos: foto, galeria de fotos, vídeo e *hiperlink*. Os recursos estão integrados de forma que a narrativa webjornalística se complementa. Eles auxiliam na construção de sentido sobre o que aconteceu na Caminhada da Fraternidade. Com relação ao recurso do vídeo, além de poder ser visualizado no próprio portal, pode ser redirecionado para a plataforma do *Youtube*.

Figura 3 - Caminhada da Fraternidade: um abraço de acolhida aos necessitados

ÚLTIMAS NOTÍCIAS MUNICÍPIOS PIAUÍ POLÍTICA ENTRETENIMENTO POLÍCIA BRASIL ESPORTES O DIA TV BLOGS

portalodia.com.br | Piauí

TERESINA 20° 34' MAI 05h 3.829B - Bolsa

LIGUE 0800 941 6111 ATENDIMENTO DOMICILIAR DE URGÊNCIA E EMERGENCIA SOS UNIMED

início / Notícias / Piauí / Caminhada da Fraternidade: um abraço de acolhida aos necessitados

Caminhada da Fraternidade: um abraço de acolhida aos necessitados

Cerca de 60 mil pessoas abraçaram as ruas de Teresina em uma manifestação de solidariedade, amor e inclusão.

11/06/2019 09:26h - Atualizado em 11/06/2019 10:26h

11/06/2019 09:26h - Atualizado em 11/06/2019 10:26h

11/06/2019 09:26h - Atualizado em 11/06/2019 10:26h

Um gesto recíproco de compreensão, admissão, aceitação e acolhimento. Este é o significado mais simples que pode ser atribuído à palavra "abraço". Em sentido literal, trata-se de "envolver com os braços" algo ou alguém. No corpo, tem efeitos calmantes e até mesmo curativos, com a liberação de hormônios que causem o bem-estar. Mentalmente falando, o significado de "abraço" é de derrubada de barreiras psicológicas, um ato de quebra de resistências e de abertura para com o outro.

recursos Após protesto, frota de ônibus é reduzida em 40% na zona Sudeste de THE

INPE Piauí teve 80 focos de queimada por dia durante o mês de outubro

NESTE SÁBADO "Não precisa ser um dia triste", diz psicóloga sobre data de Finados

comercio em Teresina

TV O Dia

ROTA DO DIA (01:11:19) Após abrir "boca de fumo", casal acaba preso no Dilma Rousseff

ODIA 68

Governo estima orçamento com receita de R\$ 16 bilhões em 2020

(Galeria de fotos: Assis Fernandes, Bili Bokari, Nathalia Amara)

O abraço... mundo de tanto egoísmo, isolamento e exclusão, precisamos valorizar o abraço, porque este é o nosso laço. Estamos abraçando com a alma a causa dos pequeninos, abraçando os pobres, abraçando os enfermos, abraçando a nossa igreja. Precisamos nos abraçar e acolher".

O pároco define o abraço como um ato de conhecer e reconhecer o outro, entendendo suas qualidades, mas também suas fraquezas. É colocar-se à disposição e permitir que o irmão se aproxime e se sinta acolhido. Trata-se, sobretudo, de acabar com a exclusão e o preconceito que divide a sociedade.

Inclusão no lugar de exclusão. Foi justamente isto que a Caminhada da Fraternidade 2019 celebrou. Percorrendo a Avenida Frei Serafim e a Avenida Raul Lopes até chegar à Ponte Estalada, a multidão de fiéis abraçou as ruas de Teresina, proclamando que o amor é mais forte quando se dá em união e partilha, pois, é também através do abraço que manifestamos o nosso amor pelo outro e expressamos o nosso cuidado, principalmente pelos mais necessitados.

"É o nosso laço de amor no Espírito, para abarcar a todos aqueles que o senhor faz cruzar os nossos caminhos" - Dom Jacinto Brito.

É o que explicou o arcebispo de Teresina, Dom Jacinto Brito, em mensagem aos fiéis durante a Missa que iniciou a Caminhada. Segundo ele, o amor é o dom maior e é ele que nos leva a dar o abraço que "é o nosso laço de amor no Espírito, para abarcar a todos aqueles que o senhor faz cruzar os nossos caminhos".

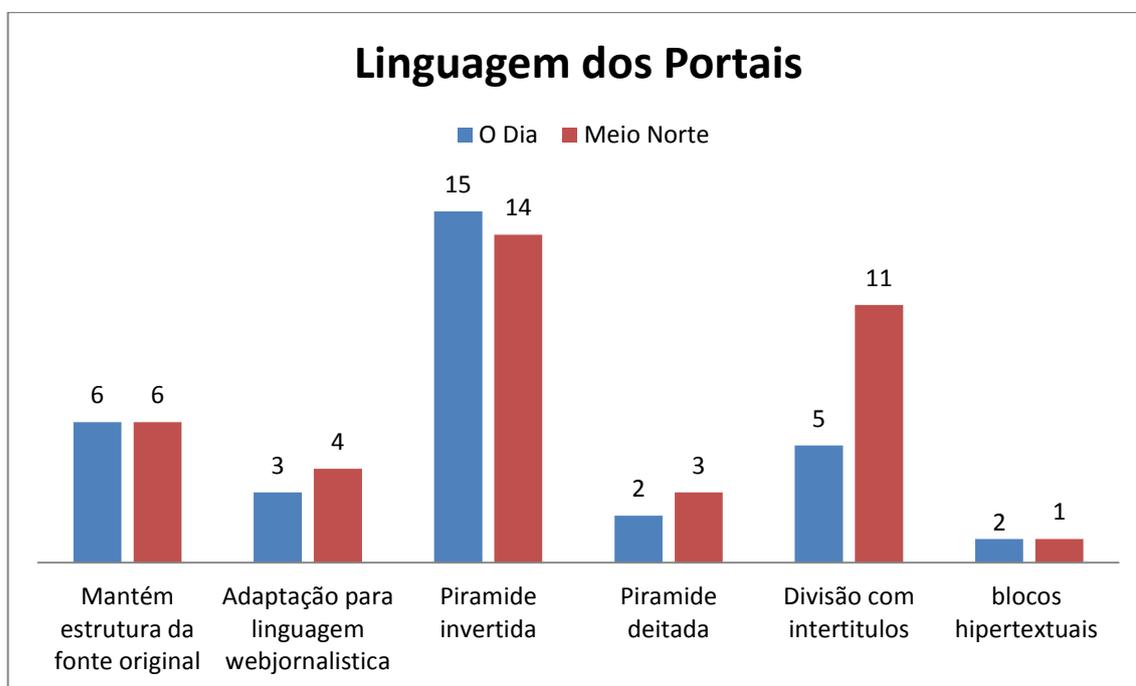
Fonte: Portal O Dia.

No caso da matéria analisada anteriormente, observa-se que os recursos multimidiáticos foram usados para compor a narrativa jornalística de forma integrada, complementando o texto e despertando o interesse do leitor, pois, conforme sugere Salaverría (2014, p. 40), para que “a informação multimédia seja atrativa e inteligível para o público é necessário que os elementos que a compõem estejam devidamente interligados”.

Nesse contexto, é importante ressaltar o quanto os recursos multimidiáticos enriquecem a narrativa, visto que as plataformas possuem linguagens diferentes e essa integração favorece as distintas estruturas textuais de cada mídia.

No caso da linguagem utilizada pelos portais analisados (Quadro 3), verificou-se que das 34 matérias analisadas 12 não sofreram nenhum tipo de alteração na narrativa, sendo 6 do portal Meio Norte e 6 do Portal O Dia, o que equivale a 35,3% das matérias analisadas em cada portal. Entende-se, assim, que não foi utilizada a linguagem webjornalística, mas houve prioritariamente a justaposição das matérias vindas dos jornais impressos.

Quadro 3 - Linguagem dos portais O Dia e Meio Norte



Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Houve pequenas alterações em 8 matérias (47,1%) do portal O Dia e em 7 (41,2%) do Portal Meio Norte. Foram mudanças no título, encurtamento das matérias, substituição ou acréscimo de fotografias, mas sempre mantendo a estrutura textual. Isto, porém, não configura como uso de linguagem webjornalística apropriada ao meio, visto que foi mantida a estrutura textual da fonte original, que, em sua maioria, era do impresso. Apenas 3 matérias (17,6%) do portal O Dia e 4 (23,5%) do Portal Meio Norte se aproximam de um texto jornalístico para web, com uso de recursos multimidiáticos e textos curtos, apesar da dimensão espacial infinita.

Sobre como é estruturado o texto das matérias, o portal O Dia utiliza a estrutura da pirâmide invertida em 15 matérias (88,2%) e o portal Meio Norte em 14 (82,3%). Segundo Canavilhas (2014), a pirâmide invertida é uma estrutura narrativa que organiza as informações das matérias de forma decrescente, pelo grau de importância dos acontecimentos, colocando os fatos mais importantes no início da matéria, o que conhecemos por *lead*, seguidos das informações “menos relevantes”.

A análise do *corpus* verificou ainda que algumas matérias utilizam também a estrutura da pirâmide deitada, que, de acordo Canavilhas (2014), é o tipo de organização textual própria do jornalismo para web, pois organiza a notícia por hiperligações (*hyperlinks*) internas, mantendo a hierarquização de importância e distribuindo o conteúdo em blocos que permitem ao público realizar uma leitura não linear, ao escolher acessar as informações da melhor forma que atenda aos seus interesses. Dessa maneira, o portal O Dia apresentou duas (11,7%) e o portal Meio Norte três (17,6%) dessas ocorrências.

Sobre como as matérias são estruturadas no espaço infinito da web, para quebrar a extensão espacial os textos foram divididos em blocos informativos. O portal O Dia apresentou 5 ocorrências (29,4%) e o portal Meio Norte 11 (64,7%). A divisão da narrativa textual foi feita em blocos informativos, por meio de intertítulos, mas não necessariamente aconteceu de forma independente, como recomenda Canavilhas (2014), pois, em alguns casos, suprimir algum dos blocos quebraria o entendimento da narrativa, alterando o contexto e deixando-o sem sentido.

A análise ainda verificou, nos portais, as matérias que apresentaram divisões de blocos por hiperligações (*hyperlinks*). Esse tipo de divisão tem a função de unir sentidos de forma independente um dos outros. Foram constatadas duas (11,7 %) ocorrências no portal O Dia e uma (5,9%) no portal Meio Norte.

Na matéria “Projeto muda a realidade de crianças e adolescentes” (Figura 4 – Portal Meio Norte – 21/06/2019), transposta do jornal impresso do mesmo grupo, não houve nenhuma alteração no título, houve poucas alterações na estrutura narrativa, o texto é demasiadamente extenso e está dividido por quatro intertítulos, com ausência do recurso do *hyperlink*.

Figura 4 - Caminhada da Fraternidade: um abraço de acolhida aos necessitados

Projeto muda a realidade de crianças e adolescentes

O projeto tem como objetivo orientar crianças e adolescentes a serem protagonistas das suas histórias, além de orientá-los sobre seus direitos



Projeto Talita Curi / Raissa Moraes



Por Waldelúcio Barbosa

FONTE



A+



A-

AS MAIS LIDAS

1 Suposto espírito de criança é visto por moradores da zona Norte de THE

2 Jovem é encontrado morto em quarto após beber e comer 15 salgadinhos

Jovens melhoram desempenho dentro e fora da escola

A adolescente beneficiária do projeto, Cristina Maria, de 14 anos, que estuda no CETI Edgar Tito, localizado no bairro Memorare, na zona Norte da capital, considera o projeto uma oportunidade de conhecer mais sobre os direitos dos adolescentes para poder cobrar e também se defender das negligências que presencia.



Crédito: Raissa Moraes

Fonte: Portal Meio Norte.

A matéria da Figura 4 não economizou no espaço infinito da plataforma e intercalou junto ao texto muitas imagens, as mesmas usadas pela fonte original. Alguns autores, como Canavilhas (2014), recomendam que textos com grande extensão espacial sejam trabalhados por meio de blocos informativos. O autor lembra que o recurso da hipertextualidade é um modo de organização textual que permite trabalhar com mais aprofundamento através de blocos, com a função de unir sentidos. Um bloco informativo tem sentido independente dos demais, quebra a tensão do texto e também é usado como recurso para não cansar o leitor. A matéria obedece, portanto, uma hierarquia na organização das informações. Percebe-se que segue o modelo da pirâmide invertida, com as informações principais no primeiro parágrafo, respondendo às perguntas “O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?” e as demais informações organizadas de forma decrescente.

É possível notar, no entanto, que na matéria da Figura 4 os blocos divididos por intertítulos não são independentes, de modo que não fazem sentido se for realizada uma leitura não linear, pois o sentido é quebrado causando a sensação de incompletude, o que funciona bem para o jornalismo impresso, mas não tão bem para textos que são produzidos para a web.

Já a matéria “Governo está plantando terrorismo, diz líder da oposição” (Figura 5 - Portal O Dia - 14/06/2019) se aproxima das recomendações do que deve ser uma narrativa para Webjornalismo.

Figura 5 - Governo está plantando terrorismo, diz líder da oposição

“Governo está plantando terrorismo”, diz líder da oposição

Gustavo Neiva comentou as declarações de membros do Executivo sobre risco de atrasos de salários.

14/06/2019 07:01h - Atualizado em 14/06/2019 07:20h

Twitter Curtir 2 Compartilhar

0:00 100% áudio

O líder da oposição na Assembleia Legislativa, Gustavo Neiva (PSB), afirmou que o governo do Estado está fazendo ‘terrorismo’ ao anunciar a possibilidade de atrasos nos salários e no 13º por conta da queda do repasse do FPE. De acordo com o parlamentar, é natural que haja uma queda nas receitas durante os meses de junho e julho, o que não é justificativa para atrasos no pagamento do funcionalismo.



Gustavo Neiva afirmou falta planejamento na gestão - Foto: Elias Fontinele/O Dia

“O governo agora está plantando um terrorismo para o funcionalismo público, dizendo que pode atrasar o salário, e culpando a queda no Fundo de Participação. Mas, todos nós sabemos que nesses meses, a partir de junho, há essa queda. Eu fui prefeito na década de 90, e nesses meses, o FPM já era ruim, porque a Receita começa a fazer a restituição do Imposto de Renda para as pessoas que tem esse crédito a receber da União. Então, o Estado não pode culpar a queda do FPE, o que há é falta de planejamento, falta de organização e falta de priorização”, disparou Neiva.

Leia:

Queda no FPE coloca em risco pagamento da 2ª parcela do 13º

Ainda de acordo com o líder da oposição, a gestão do governador Wellington Dias (PT) precisa adotar medidas mais efetivas para manter o equilíbrio das contas públicas, ao invés de apontar apenas dificuldades.

“O governo nunca está preocupado com a população, sempre está fazendo novas acomodações políticas para acalmar a base insatisfeita. O governo só prioriza a parte política. Fez uma reforma administrativa piífa e insignificante, que foi mutilada pelo próprio governador. O governo tem que fazer o dever de casa, e não plantar terrorismo, dizendo que pode atrasar salários”, avaliou.

Edição: João Magalhães
Por: Natanael Souza - Jornal O Dia

Deixe seu comentário

0 comentários Classificar por: Mais antigos

Inscrições para concurso público da Alepi encerram nesta quarta-FEIRA (06)

MUNICÍPIOS APPM acompanha megaleilão do pré-sal que começa nesta quarta

PRESIDENTE DA CÂMARA Jeová faz duras críticas ao sistema de transporte público

PROMOÇÃO Lojas de Teresina darão desconto de até 70% na Black Friday

TV O Dia

LINHA DE FOGO (06 11) HOMEM É PRESO SUSPEITO DE AGREDIR EX- ESPOSA E INCENDIAR RESIDÊNCIA DO CASAL

Governo deve chamar 43 novos agentes penitenciários este ano

Sistema O Dia 43.953 curtidas

Você e outros 49 amigos curtiram isso

Fonte: Portal O Dia.

A matéria da Figura 5 é proveniente do jornal impresso O Dia e, apesar de poucas alterações, a forma como foi publicada no portal se assemelha um pouco mais com a narrativa escrita para web, pois possui texto curto e direto. No jornal impresso a matéria estava dividida em blocos de texto, com intertítulos, e no portal tais intertítulos possuíam *hiperlinks*, com

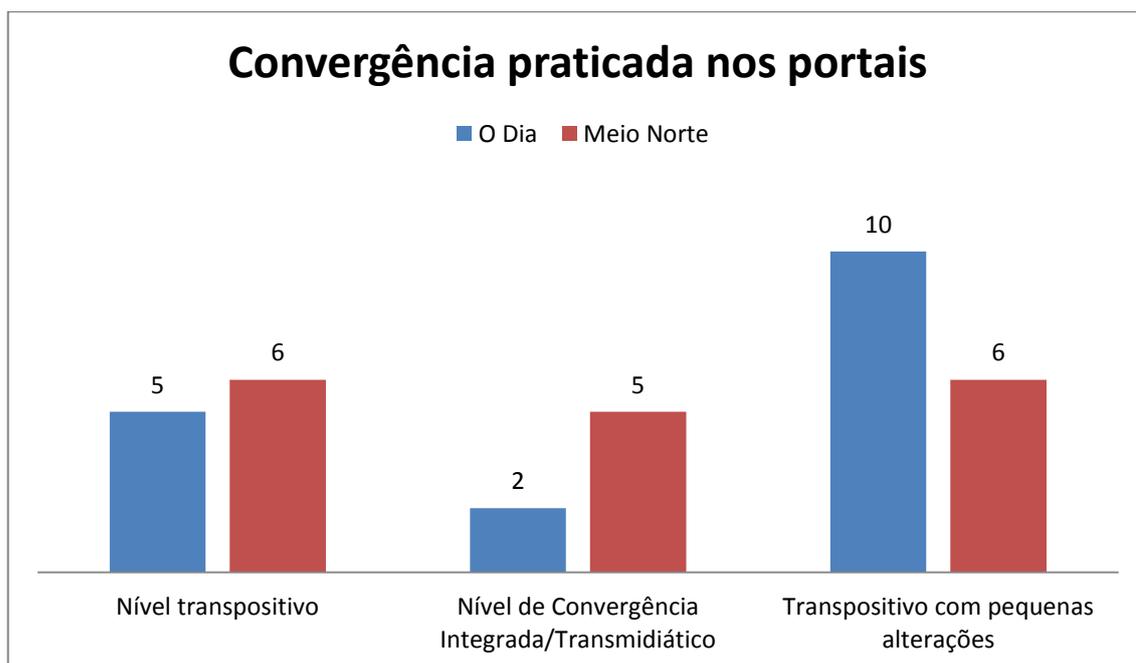
outras matérias independentes, sendo capaz de unir o sentido de um texto ao outro sem causar prejuízo ao entendimento de nenhum deles, apesar da separação. Isto funciona de acordo com o que recomendam estudiosos das narrativas para web, como é o caso de Canavilhas (2014).

Ao clicar na matéria correlacionada, o leitor é direcionado para outra matéria na qual tem mais dois *hiperlinks* também referentes ao mesmo assunto - ambos foram abordados na fonte original pelo recurso de intertítulos. Há apenas uma fotografia como forma de ilustrar a matéria da Figura 5, bem como para reforçar o conteúdo abordado. Este é um dos exemplos que se adequam a um texto de web, com frases curtas e elementos que contribuem para a construção do sentido em torno do tema exposto. Isto reforça a recomendação de autores como Pinho (2003), ao dizer que na web os parágrafos devem ser curtos, com no máximo seis linhas, para que a leitura seja mais fácil e agradável de acordo com o grau de importância.

5.2 A convergência praticada nos portais

Com relação à convergência praticada pelos portais, é importante lembrar que este trabalho analisa apenas a convergência de conteúdos. Este item analisa o nível transpositivo, que se configura apenas pela reprodução tal qual está na plataforma de divulgação da fonte original (ctrl c, ctrl v); o nível convergente integrado, que se configura com a adaptação e integração multiplataforma, mais a adequação dos conteúdos; e o nível transpositivo com pequenas alterações, que se configura com a republicação da fonte original, mas com pequenas alterações que não necessariamente indicam a convergência integrada (Quadro 4).

Quadro 4 - Convergência praticada nos portais O Dia e Meio Norte



Fonte: Quadro elaborado pela autora.

A análise verificou que 11 (32,3%) das 34 matérias analisadas são transpositivas, 7 (20,6%) são convergentes integradas e 16 (47%) são transpositivas com leves modificações. Das 11 matérias que indicam nível transpositivo, 5 (29,4%) são do portal O Dia e 6 (35,3%) são do portal Meio Norte. Duas matérias (11,7%) do portal O Dia estão configuradas como nível de convergência integrada, enquanto o portal Meio Norte tem 5 (29,4%) dessas ocorrências. A análise ainda verificou mais um tipo de conteúdo convergente: o transpositivo com leves modificações, sendo encontradas 10 (58,8%) ocorrências no portal O Dia e 6 (35,3%) matérias no portal Meio Norte, que praticam esse tipo de convergência.

Sobre as matérias que se enquadram no nível transpositivo, significa dizer que não houve convergência de conteúdos, mas apenas reprodução, ou seja, migração de uma plataforma para outra, uma vez que não se pode verificar adequação na narrativa textual, incorporação ou acréscimo de informações após a publicação na web, deixando, assim, de utilizar as potencialidades que o meio oferece para dinamizar o conteúdo, como o uso dos recursos multimidiáticos. Há muitas possibilidades de se trabalhar com o conteúdo convergente, oferecendo uma nova roupagem à matéria, para agregar valor ao conteúdo, tornando-o mais atraente ao leitor.

A respeito da convergência integrada, denota-se que houve a união entre as plataformas nas quais cada uma ofereceu seu conteúdo e houve a integração de sentidos de

forma harmônica, permitindo ao leitor ter um novo conteúdo sobre o mesmo tema, com a junção dos conteúdos multiplataformas.

Nesse sentido, Salaverría e Negrodo (2008) afirmam que a dimensão de conteúdo se adaptou à criação de uma linguagem jornalística derivada da combinação multimídia. Assim sendo, os textos, sons e imagens fixas e em movimento fazem parte dessa nova linguagem, além de explorada no ambiente online, que pode trazer as características do jornalismo impresso e audiovisual.

Ainda sobre a análise da convergência praticada pelos portais, o formato transpositivo, com algumas alterações, mostra que o nível de convergência é basicamente de justaposição, pois o fato de modificar apenas o título ou encurtar a matéria não a torna convergente. Esta é uma maneira disfarçada de “enganar” o leitor, para que ele pense que está consumindo um “conteúdo novo” ou mesmo “mais aprimorado”, uma vez que nada de novo foi apresentado. Em algumas matérias do *corpus* apenas o título ou a posição dos fatos no texto foram alterados, ou houve a substituição de uma fotografia, ou o acréscimo de uma foto nova, porém o texto permaneceu o mesmo.

A matéria “Dias aprova saída de estados e municípios de reforma” (Figura 6 - Portal O Dia – 04/06/2019) configura-se como transpositiva, pois foi copiada e colada da mesma maneira que estava no jornal impresso. Isto caracteriza o *Shovelware*, que, segundo Salaverría e Negrodo (2008), consiste na mecanização da distribuição da notícia, isto é, na publicação ou transposição da informação sem seleção e sem adaptação ao suporte.

Figura 6 - Dias aprova saída de estados e municípios de reforma



Fonte: Portal e Jornal O Dia.

A matéria “PM sofre tentativa de assalto, trava luta corporal e prende criminoso” (Figura 7 - Portal Meio Norte – 13/06/2019) configura-se como convergente integrada. Proveniente do programa Bom Dia Meio Norte, da TV Meio Norte, traz um vídeo de 2h:20min que enriquece a narrativa textual e a complementa. Além do vídeo com a reportagem, a matéria na web também conta com uma fotografia.

A adaptação do conteúdo convergente aconteceu da seguinte forma: o vídeo serve para complementar o texto com mais informações e mais declarações do personagem (fonte principal da matéria), além de conter também mais explicações do repórter sobre os fatos.

Figura 7 - PM sofre tentativa de assalto, trava luta corporal e prende criminoso

PM sofre tentativa de assalto, trava luta corporal e prende criminoso

13/06/2019 08:20

Compartilhe

Facebook Twitter Google+ WhatsApp

Um policial militar sofreu uma tentativa de assalto no fim da tarde de quarta-feira (12), no momento em que deixava o filho na porta de uma barbearia, no bairro Satélite, na zona Leste de Teresina. Dois homens em uma motocicleta portando um simulacro de arma de fogo anunciaram o assalto.

Policial sofre tentativa de as...

O policial percebeu que a arma era falsa e travou uma luta corporal contra um dos suspeitos. A vítima teve ajuda de populares que passavam pelo local.

Um dos criminosos conseguiu fugir e levar o dinheiro do PM. Já o outro suspeito foi preso pelos policiais do Força Tática do 5º Batalhão da Polícia Militar e foi levado para a Central de Flagrantes de Teresina.

“Eu tive que travar luta corporal com ele e consegui dominar. O alvo dele era tomar meu celular, minha carteira e a moto. No que ele veio para pegar minha moto, eu puxei ele para o meu rumo. Antes da chegada da polícia, a população revoltada ainda tentou linchar ele”, falou a vítima.

Meio Norte
93.937 curtidas

Você e outros 49 amigos curtiram isso

Meio Norte
há 52 minutos

Alana estava fazendo a prova apenas para ganhar experiência

MEIORNORTE.COM
Jovem adota cachorro a c...

Recomendamos

Implante capilar em Cápsulas! Anvisa

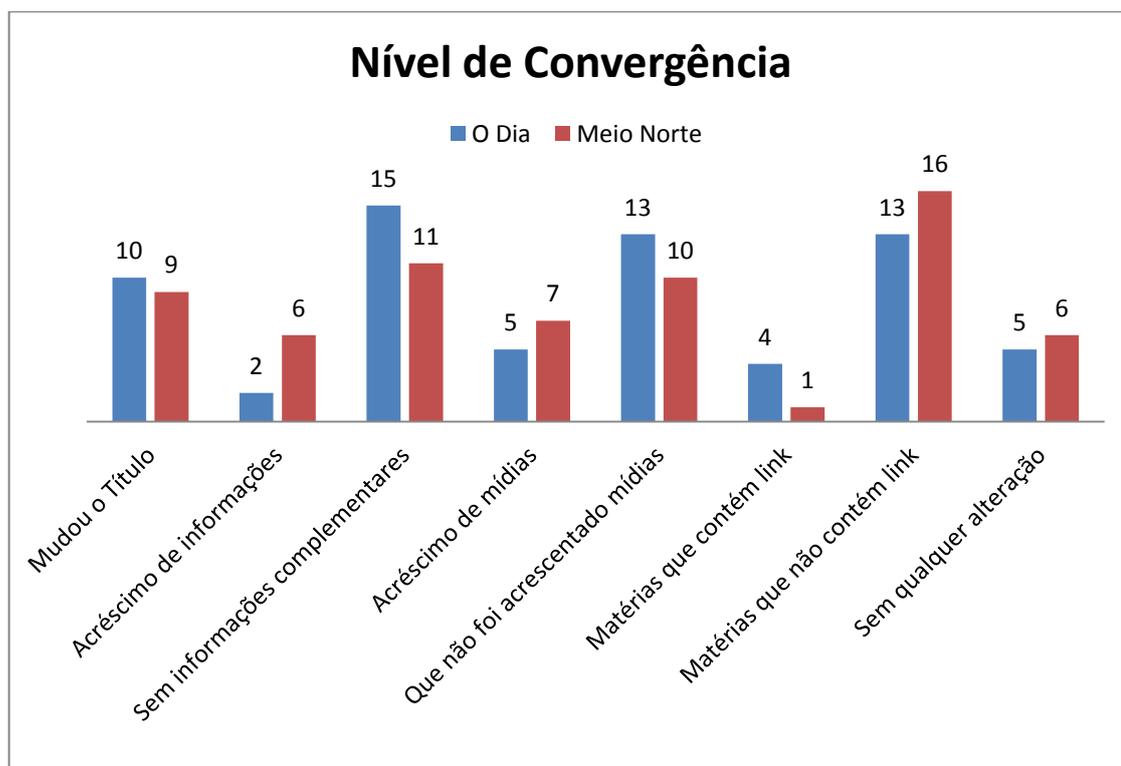
Fonte: Portal Meio Norte.

É possível verificar a união dos conteúdos das duas mídias, que fazem todo sentido para o entendimento, independentemente da junção. O texto está claro e direto e não depende do vídeo para fazer sentido. O mesmo ocorre com o vídeo da reportagem da TV. É importante, no entanto, ressaltar o quão agrega valor à integração do vídeo, não só para efeito de sentido, mas para dinamizar o conteúdo e deixá-lo mais atraente para ao leitor, com informações complementares, que ficam muito mais dinâmicas no recurso do áudio visual do que se fosse somente no texto escrito.

A matéria da Figura 7 enquadra-se como *Repurposing*, ou seja, passou por adaptação em seu conteúdo informativo aproveitando as potencialidades de cada meio e levando em conta suas especificidades. Isto vai ao encontro do que dizem Salaverría e Negrodo (2008), quando afirmam que o *Repurposing* pressupõe a otimização de conteúdo para diferentes plataformas, por empresas que pensam no seu público, de forma que não haveria a simples reprodução de conteúdo procedente de um suporte para outro, mas sim, uma adaptação do conteúdo informativo que, reciclado, aproveita as potencialidades do novo suporte.

Sobre o nível de convergência adotado (Quadro 5), a análise constatou que 10 (58,8%) matérias do portal O Dia e 9 (53%) das matérias do portal Meio Norte mudaram os títulos para serem postadas na plataforma digital. Verificou-se também que algumas matérias acrescentaram informações. O portal O Dia apresentou duas (11,7%) e o portal Meio Norte 6 (35,3%) dessas ocorrências. Com relação às matérias que não apresentaram informações complementares, verificou-se 15 ocorrências no portal O Dia e 11 no portal Meio Norte, que correspondem a 88,2% e 64,7% respectivamente. Quanto às matérias que acrescentaram mídias (fotografias, galerias de fotos, vídeos, dentre outras), o portal O Dia apresentou 5 (29,4%) ocorrências e o portal Meio Norte 7 (41,2%). A respeito de matérias que não acrescentaram mídias, no portal O Dia foram encontradas 13 (76,5%) e no portal Meio Norte 10 (58,8%). Sobre as matérias que contém *hiperlinks*, no portal O Dia constaram 4 (23,5%) e apenas uma (5,9%) no portal Meio Norte. Sobre as matérias que não possuem *hiperlink*, o portal O Dia apresentou 13 e o portal Meio Norte 16, o que equivale a 76,5% e 94,1% respectivamente. No portal O Dia, 5 (29,4%) das matérias não tiveram qualquer alteração e 6 (35,5%) do portal Meio Norte também não apresentaram qualquer modificação.

Quadro 5 - Nível de Convergência nos portais O Dia e Meio Norte

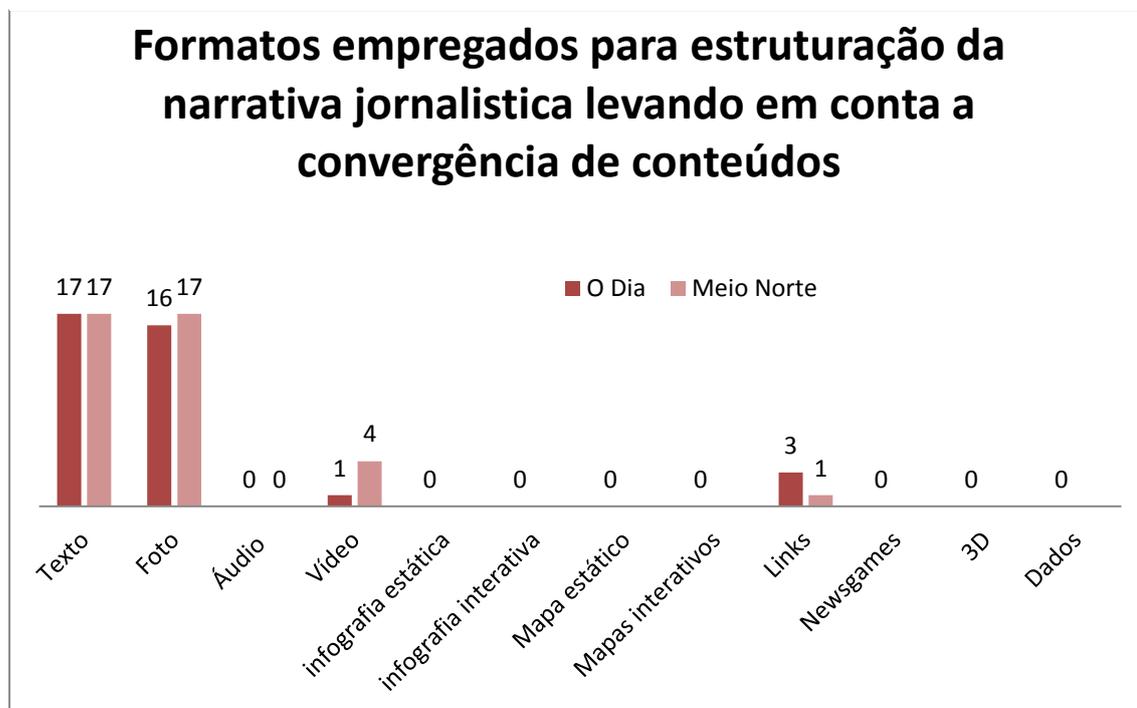


Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Para analisar como é realizada a estruturação da narrativa webjornalística levando em conta a convergência de conteúdos realizada pelos portais O Dia e Meio Norte, a análise observou os formatos das matérias que foram integradas de outras plataformas nos respectivos portais dos grupos de comunicação estudados. Dessa forma, verificou-se que os portais usaram o texto na composição da narrativa jornalística em todas as matérias do *corpus* da pesquisa (Quadro 6). A fotografia também é um dos formatos utilizados para compor a narrativa no portal O Dia, pois 16 (94,1%) das matérias usaram este recurso como meio de compor a narrativa jornalística. No portal Meio Norte esse recurso apareceu em 100% das matérias. O formato em áudio não foi usado por nenhum dos portais. Foi verificada a ocorrência de vídeos em uma matéria do portal O Dia e em 4 matérias do portal Meio Norte, o que equivale a 5,9% e 23,5%, respectivamente. A análise detectou ainda que os formatos de infografia estática, infografia interativa, mapas estáticos, mapas interativos, news games e imagens 3D não foram usados em nenhuma das matérias dos portais. Constatou-se ainda que o *hiperlink* foi utilizado em 3 (17,6%) matérias do portal O Dia e em uma (5,9%) matéria do portal Meio Norte. Sobre o uso de dados, a análise verificou que apenas o portal O Dia apresentou esse formato na estruturação de sua narrativa jornalística, com duas (11,7%)

matérias, já o portal Meio Norte não apresentou nenhuma ocorrência do uso de dados em suas matérias.

Quadro 6 - Formatos empregados pelos portais O Dia e Meio Norte para estruturação da narrativa jornalística



Fonte: Quadro elaborado pela autora.

A análise revela que a grande maioria das matérias foram estruturadas apenas pelo texto e fotos na composição da narrativa jornalística e que bem poucas usaram vídeos ou *hyperlinks*. Revela também que muitos formatos que podiam ter sido utilizados foram esquecidos e que os portais analisados não estão fazendo bom uso de inúmeros recursos disponibilizados pelo Webjornalismo.

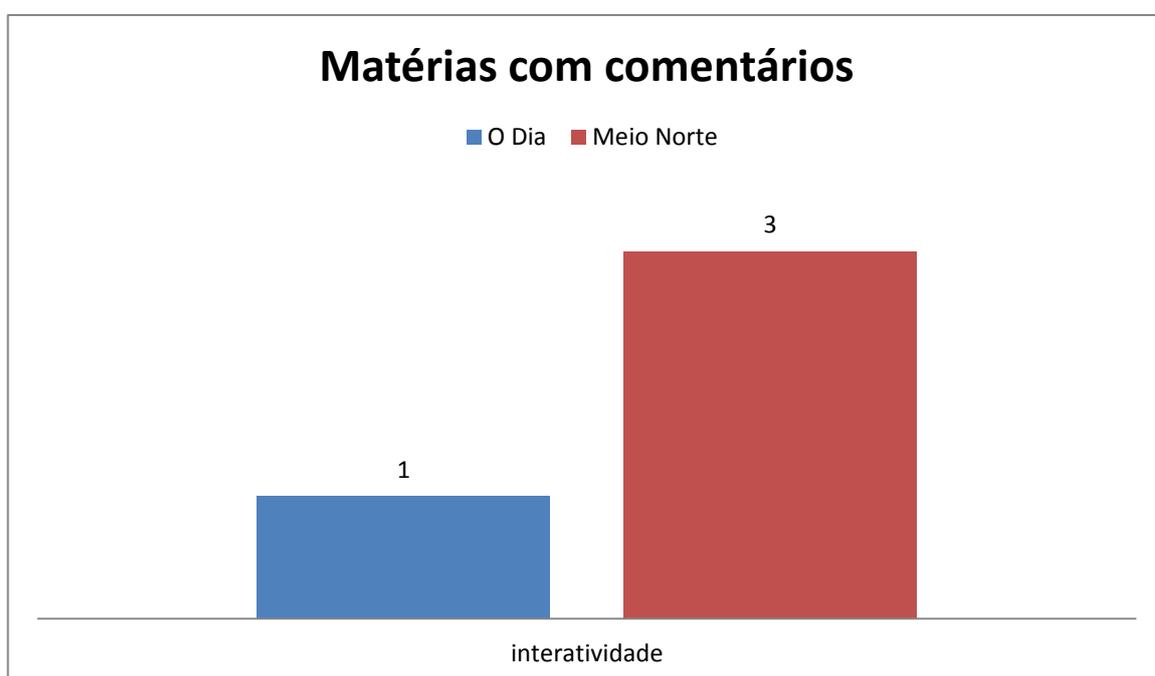
5.3 A interatividade nos portais

São muitas as possibilidades de interação entre cada portal e seus leitores. No portal O Dia há espaço para comentários, por meio do *plugin* do *Facebook* e também há botões para compartilhamento das notícias nas redes sociais *Twitter* e *Facebook*. No Meio Norte existem as mesmas possibilidades de interação ofertadas pelo portal O Dia, ou seja, ferramentas de interatividade por meio das redes sociais do portal. A diferença, porém, é que o portal Meio Norte dispõe de mais redes sociais para compartilhamento, pois além do *Twitter* e *Facebook*,

é possível encontrar também os botões do *Google+* e do aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp*.

Em face dessas informações, a análise desse item trabalha apenas com as possibilidades de interatividade por meio dos comentários abaixo das matérias dos portais O Dia e Meio Norte. Assim, foi possível verificar que das 34 matérias analisadas, apenas 4 continham comentários, sendo uma (5,9%) no portal O Dia e 3 (17,6%) no portal Meio Norte (Quadro 7).

Quadro 7 - Matérias dos portais O Dia e Meio Norte que possuem comentários



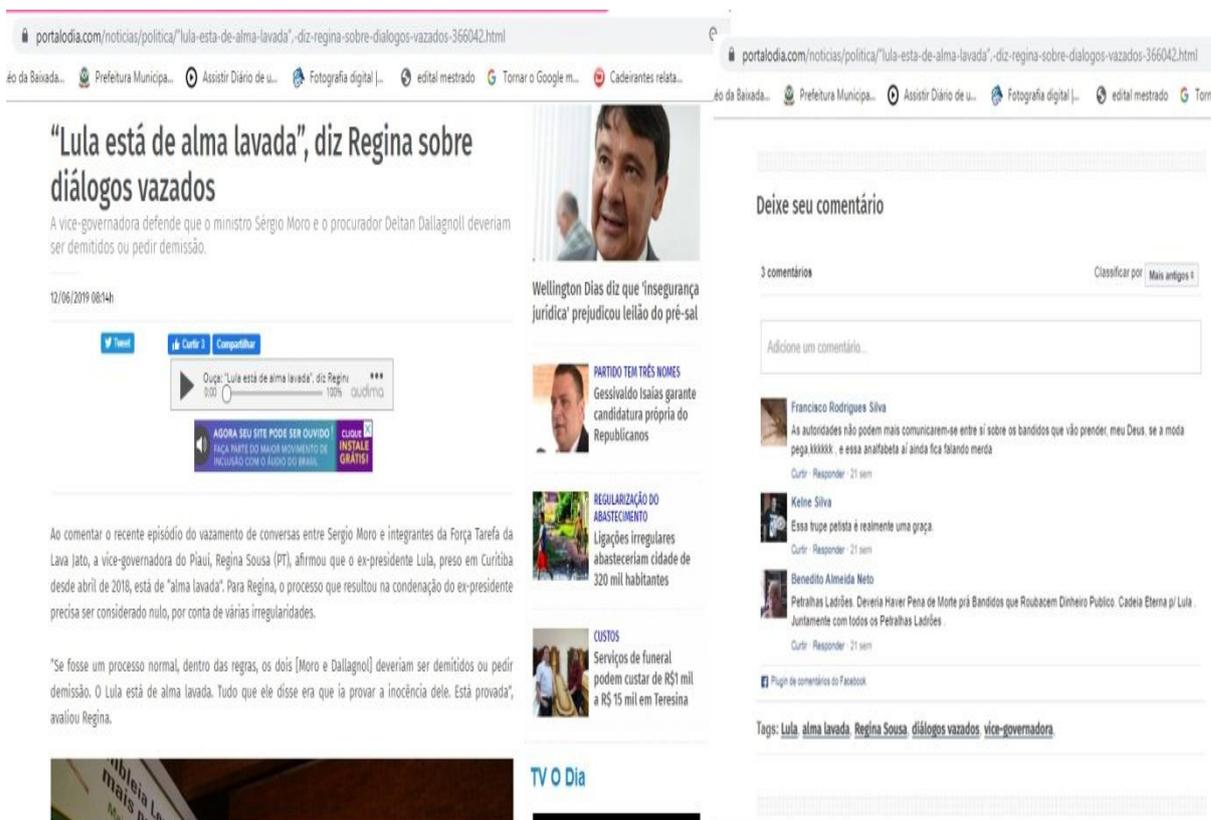
Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Os comentários são realizados por meio de *plugin's* do *Facebook*. No entanto, eles só ficam registrados se forem comentados diretamente na página do portal em que a matéria foi publicada. No caso da matéria estar disponível no *Facebook*, os comentários deixados lá na rede social não ficam expostos na página do portal, logo abaixo das matérias, não existindo assim integração entre a rede social e o portal. Diante disso, foram analisados os comentários nos portais e na rede social. No *Facebook* foram verificadas apenas as matérias que apresentaram comentários nos portais, sendo uma no O Dia e 3 no Meio Norte.

Na matéria “Lula está de alma lavada”, diz Regina sobre diálogos vazados” (Figura 8 – Portal O Dia – 12/06/2019), verificou-se 3 comentários no portal. Eles são agressivos e um deles, inclusive, é ofensivo com a vice governadora do Piauí, no qual ela é chamada de

“analfabeta”: “as autoridades não podem mais comunicarem-se entre si sobre os bandidos que vão prender, meu Deus, se a moda pega, kkkkkk , e essa **analfabeta** aí ainda fica falando merda” (grifo nosso).

Figura 8 - “Lula está de alma lavada”, diz Regina sobre diálogos vazados



Fonte: Portal O Dia.

Observa-se que os comentários utilizam uma linguagem própria da internet, com abreviações de palavras e expressões criadas para representar risos e gargalhadas. Nesse sentido, Rost (2014) considera que interatividade é uma das características essenciais da comunicação na web, pois é utilizada para analisar a linguagem da própria internet. Para o autor, independente do tipo de mídia, a interatividade está relacionada sobre como o leitor participa e contribui com o jornalismo atual. Faz parte também da forma como os usuários contribuem para o conteúdo compartilhado.

Um segundo comentário na mesma matéria ironiza a fala da vice-governadora Regina Sousa: “essa trupe petista é realmente uma graça”. Por fim, o terceiro comentário se diz a favor da pena de morte para quem rouba dinheiro público: “petralhas ladrões. Deveria haver

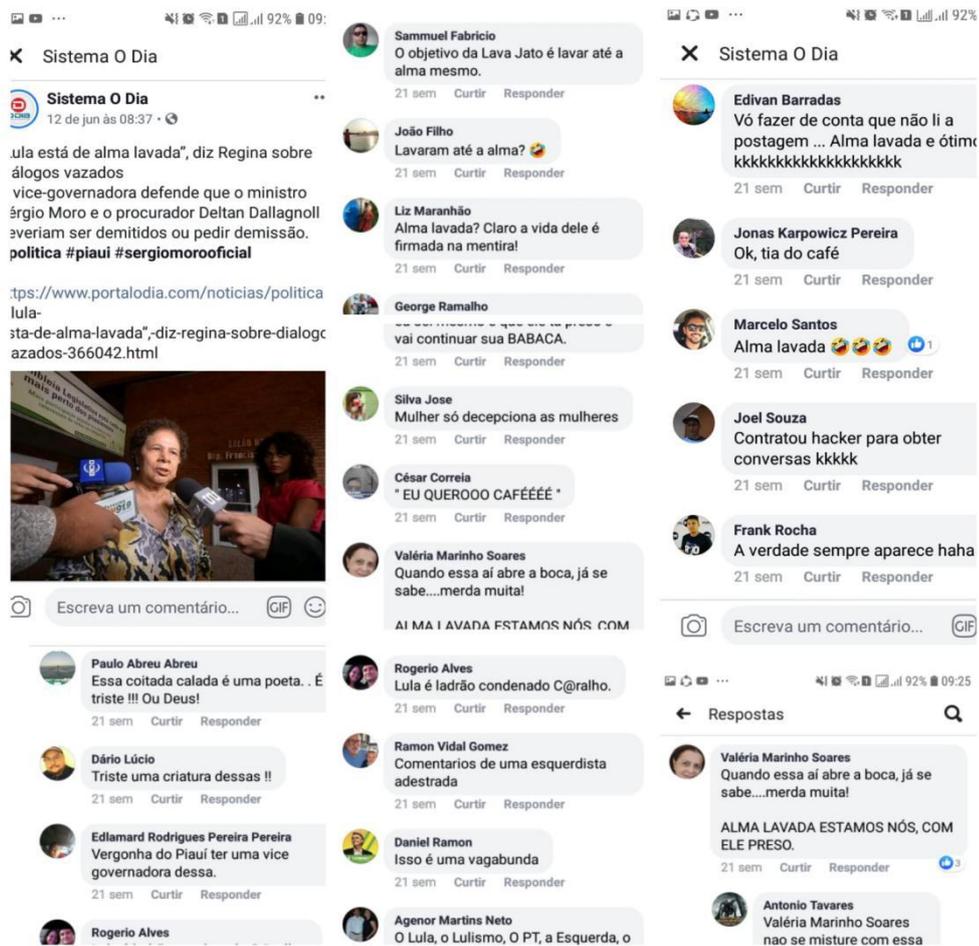
pena de morte prá bandidos que roubarem dinheiro público. Cadeia eterna p/ Lula. Juntamente com todos os petralhas ladrões”.

Esses são exemplos de interatividade comunicativa, como lembra Primo (2007), que fala sobre como o utilizador/leitor possui expressão sobre o conteúdo do meio, procurando manter uma comunicação, seja para dialogar, discutir, apoiar, ou criticar.

Observa-se também que em nenhum dos comentários houve resposta do portal, ou seja, não houve *feedback* para o utilizador/leitor. A esse respeito, Primo (2007) diz que, em outras ocasiões, a pretensão pode ser apenas passar uma informação, ou expressar uma opinião, sem esperar uma resposta ou um contato bi/multi/direcional. Esse tipo de interação, como aponta o autor, está para o que ele chama de expressão individual.

A mesma matéria (“Lula está de alma lavada”), diz Regina sobre diálogos vazados) também foi postada na rede social *Facebook*, a qual possui 21 comentários, 11 curtidas e 1 compartilhamento (Figura 9). Assim como os 3 comentários publicados na página do portal, a maioria dos comentários no *Facebook* são contra a fala da vice-governadora, com ofensas direcionadas a ela e também ao ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva. Alguns comentários são irônicos e “chacotas”. Como apontado anteriormente, a interatividade acontece de via única, pois os responsáveis pelas redes sociais do portal O Dia não responderam aos comentários de seus seguidores. Esta é, portanto, uma interação unilateral.

Figura 9 - Comentários na página do Facebook do portal O Dia



Fonte: Página do *Facebook* do Sistema O Dia.

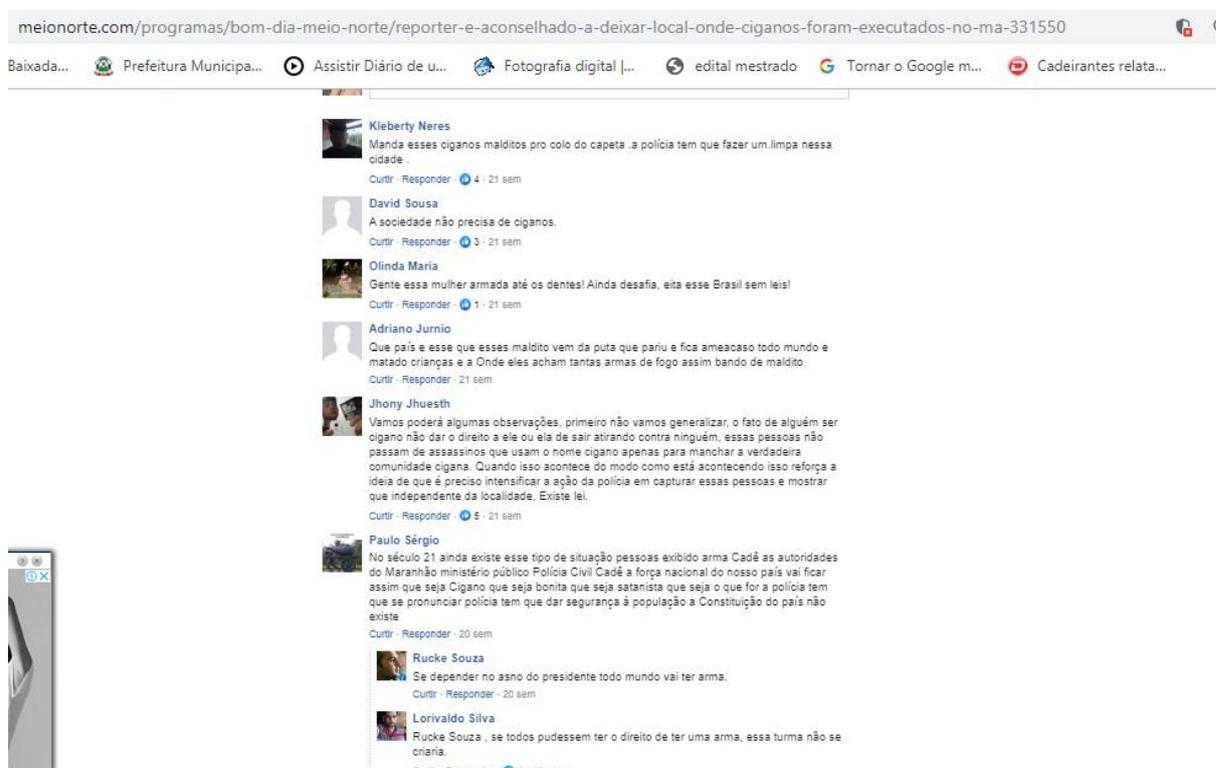
É preciso sublinhar que o *Facebook* não faz parte do objeto de pesquisa deste estudo. No entanto, a quantidade de comentários serve para mostrar como há diferenças na interatividade praticada no próprio portal e aquela que ocorre em uma rede social, visto que nesta última o utilizador/leitor está bem mais presente e/ou atuante.

Com relação à interatividade no portal Meio Norte, foram encontrados comentários em 3 matérias. A primeira matéria, com o título “Facção Bonde dos 40 faz homenagem a criminoso que morreu em Teresina” (Portal Meio Norte – 12/06/2019), possuía apenas um comentário, relacionado com a música feita para homenagear o criminoso membro da facção. A segunda matéria, postada em 17/06/2019, continha 8 comentários. A terceira matéria, do dia 24/06/2019, apresentou somente um comentário. Essas mesmas notícias foram publicadas no *Facebook* do grupo Meio Norte e apresentaram os seguintes números: na primeira matéria, foram 4 comentários, 3 compartilhamentos e 93 curtidas; na segunda, foram 21 comentários, 15 compartilhamentos e 176 curtidas; na terceira, foram 101 comentários, 42

compartilhamentos e 270 curtidas. Mais uma vez percebe-se que o utilizador/leitor é bem mais participativo na rede social do que no próprio portal.

A Figura 10 traz os 8 comentários feitos abaixo da matéria “Repórter é aconselhado a deixar local onde ciganos foram executados no MA” (Portal Meio Norte – 17/06/2019). Todos eles estão relacionados à violência e falta de segurança, assim também como manifestações de ódio para com os ciganos, como no comentário: “manda esses ciganos malditos pro colo do capeta a polícia tem que fazer uma limpa nessa cidade”. Outro usuário comenta: “a sociedade não precisa de cigano”. Em um dos comentários, o utilizador/leitor cobra as autoridades: “no século 21 ainda existe esse tipo de situação pessoas exibido arma Cadê as autoridades do Maranhão, Ministério Público, Polícia Civil Cadê a força nacional do nosso país vai ficar assim? que seja Cigano, que seja bonita, que seja satanista, que seja o que for, a polícia tem que se pronunciar. Polícia tem que dar segurança à população a Constituição do país não existe”.

Figura 10 - Comentários da matéria “Repórter é aconselhado a deixar local onde ciganos foram executados no MA”



Fonte: Portal Meio Norte.

De acordo com o que foi analisado anteriormente, observa-se que há os dois tipos de comentários descritos por Cunha (2014), diretamente relacionados a diferentes aspectos do conteúdo, a partir dos quais os usuários tomam parte e elaboram seu ponto de vista, como no exemplo em que leitor cobra as autoridades. O outro tipo de comentário que a autora apresenta é aquele que privilegia o polo das relações entre os internautas e que se organizam prioritariamente como fenômenos interacionais, de modo que o texto da notícia serve apenas como ponto de partida para o diálogo entre os internautas. É um tipo de comentário que se pode verificar no *Facebook* (Figura 11), na publicação da matéria “Repórter é aconselhado a deixar local onde ciganos foram executados no MA” (Portal Meio Norte - 17/06/2019), na qual o assunto dá margem à conversação entre os internautas. Para Marcuschi (2016, p. 15), a conversação pode ser definida como “uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum”. A partir deste conceito, é possível dizer que as pessoas comentam sobre determinado contexto, com alternância na fala.

Figura 11 - Comentários na página do Facebook do portal Meio Norte

The image shows a screenshot of a Facebook post from the page 'Meio Norte'. The post is titled 'Repórter é aconselhado a deixar local onde anos foram executados no MA' and includes a video of a woman. Below the post, there are several comments from users. The comments are as follows:

- Alison Rodrigues:** Pelas fotos, foi com muito amooor...
- Robertthe Fernandes:** A mulher tá mais preparada do que o exército
- Eliane Maria:** Tenso
- Valdenir Oliveira:** Kkkkk
- Esvanne Vieira Soares Esvanne Raniely:**
- Valnice Oliveira:**
- Luciano Moraes Moraes:** Vcs são corajosos!!! É como se um estranho entrasse numa favela do Rio de Janeiro. Sem noção VCS.
- Luis Henrique:** A Policia tem que entra é quente nesses vagabundos desses ciganos, colocando a população de bem em perigo.
- Bruno Moraes:** Isso prova a falência da segurança
- Ilina Maria:** esta na mão de bandido e os cidadãos não pode ter um arma no seu lar pra sua defesa e da sua família. O mas absurdo e ver vídeos de bandido ostentando armas isso prova que a justiça brasileira e os órgãos de segurança pública deveriam fecha as portas. E deixar cada um tenha ser armamento e faça sua própria segurança. Governador...
- Marcos Franse:** Não a pouco siga no q a maioria são ladrao

Other comments on the right side of the screenshot include:

- Maria Ivaneide:** Vissh negócio aí ta é sério
- Renato Pinheiro:** Ele ainda precisou de conselho pra sair? Eu saia antes de ser aconselhado mesmo.
- Netho Ferreira:** Leny Lima Coutinho tá sério viu.
- Valdenir Oliveira:** Pq ele não falou q era da mn
- Leila Rejane:** Credo!

Fonte: Página do Facebook do Grupo Meio Norte.

5.4 Aspectos comparativos entre os dois portais

A partir da análise dos portais O Dia e Meio Norte, observou-se que ambos utilizaram os mesmos tipos de recursos multimidiáticos. Todas as 17 matérias do portal Meio Norte fizeram uso da fotografia e no portal O Dia em apenas uma matéria, das 17 analisadas, este recurso não apareceu. Enquanto o portal Meio Norte usou o vídeo em 4 matérias, o portal O Dia utilizou este recurso em apenas uma única matéria. Ambos os veículos usaram o recurso da galeria de fotos, uma vez cada. No portal Meio Norte, o recurso do *hiperlink* apareceu em apenas uma matéria, já no portal O Dia em 4 matérias este recurso foi encontrado. Nenhum dos veículos usou os outros recursos investigados nesta pesquisa: áudio, infografia estática, infografia interativa, imagem em 360°, 3D, mapa estático, mapa interativo, *slideshow*, linha do tempo estática. Isto reforça o fato de que os portais trabalham de forma semelhante quanto ao uso dos mesmos tipos de recursos multimidiáticos utilizados, mas não quanto à quantidade.

No portal O Dia, as matérias analisadas têm no texto o seu maior potencial, tanto que foram encontradas matérias com total ausência de recursos multimidiáticos, o que pode demonstrar que o uso desses recursos está em segundo plano para complementar o entendimento da narrativa webjornalística. Já no portal Meio Norte, o uso de recursos multimidiáticos acompanha todas as matérias.

Conforme Salaverría (2014), para que a informação seja atrativa para o leitor é preciso que os elementos multimídia estejam integrados à construção textual, sejam inteligíveis e complementares na composição do sentido narrado no texto. Constata-se, assim, que os dois veículos agem de forma semelhante quanto ao uso dos mesmos tipos de recursos multimidiáticos, ainda que com quantidades diferentes. Nos dois portais, o uso desses recursos tem o intuito de compor a narrativa jornalística, complementando o texto e despertando o interesse do leitor, embora no portal Meio Norte isso seja feito de forma mais frequente em todas as 17 matérias.

Sobre como os dois portais utilizaram a linguagem jornalística na web, observou-se que ambos também fizeram uso de uma linguagem textual muito semelhante, pois das 17 matérias analisadas de cada portal, 15 do portal O Dia e 14 do portal Meio Norte utilizaram a pirâmide invertida na construção dos textos jornalísticos. Segundo Canavilhas (2014), essa estruturação traz uma hierarquização da notícia, com as informações principais no início do texto jornalístico, o que se conhece por *lead*. Os dois portais também utilizaram a estrutura da

pirâmide deitada, pois no portal Meio Norte ela apareceu em 3 matérias e no portal O Dia em duas.

Em 6 matérias do portal O Dia e igual quantidade do portal Meio Norte não houve alteração no material jornalístico transposto de outro veículo para o portal, ou seja, o texto da matéria no portal estava igual ao da fonte original. Dessa forma, os dois portais trabalham de forma similar, ao não adaptarem o texto vindo de outras plataformas para a web. Apenas 3 matérias no portal O Dia e 4 no portal Meio Norte foram adaptadas para a linguagem webjornalística. As outras matérias dos dois portais apresentavam pequenas alterações, às vezes no título e outras vezes alguns detalhes no próprio texto, porém, tais modificações não caracterizam as matérias como adaptadas a uma linguagem webjornalística.

A maior diferença com relação à linguagem webjornalística utilizada pelos dois portais analisados foi verificada no uso da quebra da extensão espacial por meio de blocos textuais, com o uso de intertítulos, sendo que o portal Meio Norte utilizou bem mais esse recurso, em 11 matérias, para a dinamização dos textos, enquanto o portal O Dia utilizou em apenas 5 matérias.

No entanto, quanto ao uso do *hiperlink* para a quebra da extensão espacial infinita que é permitida pela web, mais uma vez, os portais fazem bem pouco uso deste recurso e agem de forma similar, pois o portal O Dia usou em apenas duas matérias e o portal Meio Norte em somente uma. Isto contraria Canavilhas (2014), quando recomenda que textos demasiadamente longos sejam trabalhados com quebra, por meio de blocos informativos e/ou o recurso da hipertextualidade, que permite tanto o aprofundamento do tema como a organização da estrutura, quebrando a dimensão infinita, de forma que se pode unir sentido com outras matérias correlacionadas, realizando uma leitura não linear de acordo como as preferências do webleitor.

Tais abordagens evidenciam que os portais utilizaram a mesma linguagem usada para as mídias tradicionais (jornal, rádio e TV), já que a maioria das matérias é proveniente dos jornais impressos dos respectivos grupos de comunicação e não sofreram alterações.

Com relação à convergência de conteúdos praticada pelos portais, dentre os três tipos de convergência de conteúdos analisados neste trabalho, o transpositivo com pequenas alterações foi o mais identificado. Ressalta-se que o portal O Dia (em 10 matérias) praticou mais esse tipo de convergência que o portal Meio Norte (em 6 matérias). No que diz respeito ao tipo de convergência totalmente transpositivo, os portais utilizaram quase a mesma

quantidade (5 matérias no portal O Dia e 6 portal Meio Norte). Já o tipo de convergência integrada, no Portal Meio Norte ela apareceu em 5 matérias e em duas do portal O Dia.

Observa-se que o portal O Dia praticou mais *Shovelware* que o portal Meio Norte, pois houve mais reprodução de matérias vindas das outras plataformas sem alterações nos conteúdos, ou seja, houve a justaposição de conteúdos de um veículo para o outro do mesmo grupo. Com base em Salaverría e Negredo (2008), isto acontece quando o conteúdo é apenas republicado sem nenhuma adaptação de um suporte para outro.

Já o portal Meio Norte praticou mais *Repurposing* que o portal O Dia, ainda que de forma tímida com relação à quantidade de matérias com esta característica. Assim, houve mais integração de matérias de outras plataformas do grupo para a web, com adaptação dos conteúdos. Segundo Salaverría e Negredo (2008), a prática de *Repurposing* implica na integração dos meios e de conteúdos otimizados para o público nos distintos suportes, aproveitando os recursos que cada meio pode integrar, adaptando os conteúdos e fugindo da mera reprodução.

Com relação ao nível de convergência, das 34 matérias analisadas, 19 tiveram apenas mudanças nos títulos. Nesse caso, os dois portais agem de forma muito similar, sendo que o portal O Dia usou essa estratégia em 10 matérias e o portal Meio Norte em 9. Já em relação às matérias com acréscimo de informações, o portal Meio Norte realizou bem mais essa prática do que o portal O Dia, em 6 e em 2 matérias, respectivamente.

No que diz respeito ao acréscimo de recursos multimidiáticos, os dois portais, mais uma vez, agem de forma bem parecida, pois o portal Meio Norte acrescentou recursos em 7 matérias e o portal O Dia em 5. Com relação ao uso de *hiperlinks* no texto das matérias convergentes, o portal O Dia praticou mais essa estratégia, em 4 matérias, do que o portal Meio Norte, em apenas uma matéria.

Nas matérias sem quaisquer alterações, os dois portais se portam, mais uma vez, de maneira basicamente igual, pois o portal Meio Norte apresentou 6 matérias sem alterações e o portal o Dia 5.

Nos portais O Dia e Meio Norte, a grande maioria das matérias foi estruturada contendo apenas texto e fotos. Poucas matérias continham vídeos e *hiperlinks*, por exemplo. Os dois portais usaram texto em todas as matérias do *corpus*. Apenas uma matéria do portal O Dia não usou nenhum outro formato além do texto.

No caso da interatividade, os dois portais têm ferramentas que possibilitam a seus leitores vários tipos de interação, mas os recursos interativos são poucos aproveitados. No

portal O Dia somente uma matéria continha comentários dos leitores e no portal Meio Norte 3 matérias. Apesar de terem recursos semelhantes, verificou-se que o leitor do portal Meio Norte foi um pouco mais participativo que o leitor do portal O Dia. Nenhum dos dois portais interagiu, com respostas, aos comentários feitos pelos leitores.

Na rede social *Facebook*, os portais agem de forma semelhante quanto à interatividade. Mesmo na rede social havendo maior participação dos públicos/utilizadores, os responsáveis pela atualização/manutenção das páginas e/ou perfis dos portais não se manifestam em interações com o público. Nas redes sociais dos dois veículos, o número de participações, com comentários, é bem maior do que diretamente nas próprias páginas dos portais. A interação/interatividade não indexa os comentários realizados diretamente nos perfis das redes sociais para a página dos portais, não havendo, portanto, essa integração ou convergência interativa. A indexação fica limitada a cada plataforma na qual foi realizado cada comentário.

É válido ressaltar que o sujeito interagente/utilizador/leitor do portal Meio Norte foi mais atuante, pois, tanto no próprio portal como na rede social *Facebook* do Meio Norte houve mais comentários nas matérias, mais curtidas e mais compartilhamentos.

Outro aspecto a ser considerado é que o usuário do portal Meio Norte interagiu tanto com o próprio veículo como também com os outros usuários, dando margem à conversação entre os utilizadores/leitores. Isso reflete o pensamento de Marcuschi (2016), ao afirmar que os interlocutores desenvolvem durante um tempo uma interação voltada para uma tarefa comum, alternando as falas da interação.

Nesse sentido, Cunha (2014) considera que o “polo das relações” abre margem à conversação, servindo como ponto de partida para diálogos/comentários “diretamente relacionados”, ou seja, aqueles feitos por interlocutores que elaboram um ponto de vista sobre a notícia veiculada. A este respeito, Rost (2014) destaca a “expressão individual”, que é uma característica interativa em que o utilizador pode expressar sua opinião, ou passar uma informação, sem necessariamente desejar um retorno.

De modo geral, constata-se que houve mais semelhanças do que diferenças nas formas como os dois portais trabalharam os recursos multimidiáticos, a linguagem webjornalística, as práticas de convergências e a interatividade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Seria pretensioso propor respostas fechadas para as reflexões que se iniciaram nesta pesquisa. A intenção deste trabalho não é definir se o Webjornalismo, a convergência e a interatividade nos meios de comunicação aqui estudados são bons ou ruins, ou apresentar um panorama certo ou errado de como estão sendo realizados esses processos, até porque cada empresa de mídia tem um modo particular de operacionalizar as práticas jornalísticas, com estratégias próprias.

Então, o que de fato foi realizado neste trabalho foi mostrar como está sendo praticado cada um desses processos, enfocando no uso dos recursos multimidiáticos; na linguagem usada na narrativa jornalística para web; na convergência de conteúdos praticada, observando o nível de convergência e os formatos empregados para a narrativa do jornalismo convergente; bem como na interatividade praticada pelos portais, revelando a atuação dos leitores/utilizadores por meio das interações. Algumas considerações são pertinentes para aguçar a crítica e, assim, fomentar o debate a respeito do que aqui foi abordado.

Após percorrer todo esse caminho até aqui, buscando analisar as formas como os portais de notícias piauienses O Dia e Meio Norte fazem Webjornalismo convergente em seus conteúdos, bem como identificando e caracterizando a interatividade realizada, é possível levantar apontamentos sobre as empresas diante dos contextos nos quais estão inseridas, revelando os recursos usados pelos veículos na convergência e interatividade praticadas, apontando semelhanças e/ou diferenças.

Ao longo dessa investigação, discutiu-se como as organizações midiáticas vêm se adaptando ao contexto da convergência. Como visto, a convergência emergiu num momento de mudanças tecnológicas, no decorrer do século XX, primeiro com o rádio e a televisão, e que depois ganhou força a partir da digitalização e da internet. O Webjornalismo se inicia já em um contexto de reprodução dos jornais impressos, pois não existia produção própria para a Web, o conteúdo dos jornais impressos era transposto para web, o que caracteriza a primeira fase/geração do Webjornalismo, ou seja, a reprodução fiel da imprensa hegemônica do jornal impresso republicada nas versões online dos jornais.

Posteriormente, o Webjornalismo entra na fase da metáfora, que ainda era muito atrelada ao jornal impresso, porém com algumas tentativas de produções de chamadas entre as edições de um jornal e outro, por meio de *hiperlinks* para chamar o leitor para uma matéria, fase na qual se passou a explorar algumas potencialidades da web, alguns recursos

multimídias já estavam começando a ser utilizados e explorados, o e-mail começou a ser usado para contato entre jornalistas e leitores por meio de fóruns de discussão.

A internet e o Webjornalismo estão sempre em permanente desenvolvimento e, a cada dia, continuam a apresentar mais mudanças. É um processo contínuo, com inovações e características que estão sempre sendo acrescentadas. Assim, a terceira fase ou geração do Webjornalismo é caracterizada pela fase multimídia, em que há produção do Webjornalismo de fato, com produções voltadas especificamente para o jornalismo da web.

Começa a despontar, a partir dessa fase, o jornalismo de web, que passa por diversas mudanças, com o aparecimento dos portais de notícias, e não mais apenas uma extensão da mídia impressa na versão online. Surge um novo meio de comunicação, com produção própria e voltada para os novos veículos na web, embora ainda atrelado às mídias tradicionais (jornal, rádio e TV), mas que agora conta com um entrelaçamento de conteúdos entre os veículos de um mesmo grupo. A terceira geração do Webjornalismo é a fase na qual acontece o aparecimento das características do jornalismo de web: instantaneidade, memória, personalização, multimídia, interatividade, hipertextualidade, mobilidade e equidade. O jornalismo passa a ser, então, multiplataforma.

Ressalta-se que é importante falar novamente sobre essas três fases/gerações do Webjornalismo primeiramente para traçar o percurso que foi percorrido nessa pesquisa e os caminhos que foram delineados para se chegar aos objetivos.

Diante disso, destacam-se cada um dos objetivos que foram os propulsores desta investigação: - identificar os recursos multimidiáticos e a linguagem utilizada nas notícias dos portais O Dia e Meio Norte, a fim de estabelecer em qual fase/geração do Webjornalismo encontra-se cada um dos referidos portais – esse é o primeiro objetivo específico desta pesquisa. Mediante as análises e tomando base o breve apanhado sobre os aspectos gerais do Webjornalismo, foi possível verificar que ambos os portais estudados, O Dia e Meio Norte, fazem uso basicamente dos mesmos recursos multimidiáticos: fotos, vídeos, *links* e galeria de fotos. Vale destacar que a grande maioria das matérias dos portais usa apenas fotos como recurso multimidiático, são bem poucas as matérias que utilizam os demais recursos mencionados. Há, ainda, uma enorme quantidade desses recursos (áudio, infografia estática, infografia interativa, imagem em 360°, 3D, mapa estático, mapa interativo, *slideshow*, linha do tempo estática,) que não foram encontrados nas matérias de nenhum dos dois portais.

Os recursos multimidiáticos estão ligados à linguagem webjornalística utilizada pelos portais, de modo que enriquecem a narrativa na web, uma das principais características do

Webjornalismo, por ser o único que pode usar inúmeros recursos na mesma mensagem. Para além disso, a linguagem utilizada pelos portais O Dia e Meio Norte está mais apropriada para o jornalismo impresso, visto que grande maioria das matérias são “convergadas/ transpostas” dessa plataforma. Os portais mantêm, na maioria das vezes, a mesma estrutura narrativa sem adaptação na linguagem, fazendo prevalecer a organização textual da fonte original, que lembra a disposição do texto na forma da pirâmide invertida, com uso de poucos recursos multimidiáticos, pois a maioria das matérias continha apenas o recurso fotografia. A narrativa usada em algumas matérias dos portais organiza os textos mais longos por meio de blocos e pouco fizeram o uso do recurso dos *hiperlinks*, uma das 7 características do Webjornalismo, segundo Canavilhas (2014). Diante disso, ressalta-se que a linguagem é bem próxima da usada no jornalismo impresso, com conteúdos que utilizam em suas narrativas basicamente texto e foto, sem uso e exploração das potencialidades permitidas pela web.

No entanto, é complexo caracterizar as gerações em que os portais O Dia e Meio Norte estão, mas, levando em consideração que este não é um processo fechado e que as fases/gerações do Webjornalismo coexistem simultaneamente, ou seja, o aparecimento de uma não exclui a outra, a análise aponta que os portais estão permeando a metáfora – 2ª fase/geração (em maior quantidade) e a 3ª fase/geração, pois, embora ainda estejam muito pautados pelas mídias tradicionais, fazendo a simples transposição de conteúdos para os portais, também é possível visualizar uma produção específica para web, com uso de recursos e linguagem adaptados ao meio (ainda em pequena quantidade). Somado a isso, e considerando que as fases/gerações convivem umas com as outras, é possível apontar que os portais praticam um Webjornalismo que oscila entre essa duas fases/gerações. Isso não significa dizer que não é possível encontrar produções que remetam a outras fases/gerações, até porque nossas amostras estão em um espectro que incluem apenas matérias convergentes e outras possibilidades não foram analisadas.

Os outros dois objetivos desta pesquisa são: - identificar como é realizada a convergência dos conteúdos provenientes dos outros veículos dos grupos para os respectivos portais; - analisar o tipo de interação entre portal e leitores, por meio dos comentários das notícias da *homepage* dos veículos estudados. A análise identificou que os portais O Dia e Meio Norte receberam mais matérias dos jornais impressos de seus respectivos grupos do que das demais plataformas, lembrando que não houve relatos de nenhuma matéria convergida das rádios, mas apenas dos impressos e das TV's de cada grupo.

As práticas convergentes dos portais se assemelham muito nos dois grupos, pois ambos fazem uso prioritariamente de *Sholveware*, o que significa dizer que as matérias não passam por adequação de linguagem em seus conteúdos, são transpostas de uma plataforma para outra, algumas apenas com poucas adequações em seus títulos ou no corpo da matéria como encurtamento de texto, ou acréscimo de uma mídia, sem alterações específicas para o meio. Frisa-se que foram encontradas matérias com características de *Repurposing*, porém pouca quantidade, o que faz pressupor que a lógica seja de transposição. Assim, a convergência integrada acontece apenas de forma eventual.

No entanto, é preciso estabelecer que convergir exige uma lógica de trabalho em conjunto e uma união também na produção jornalística. Se cada redação, seja de jornal, rádio, TV e web, atua de forma independente, em um espaço específico, cada uma fazendo “o seu” trabalho de forma independente e não integrada, a convergência não se realiza. No caso dos portais analisados, eles ainda atuam sob a lógica das mídias tradicionais, pois o conteúdo produzido é basicamente composto de texto e foto, sem exploração das possibilidades da web e com pouca utilização do que as demais plataformas podem oferecer de conteúdo para integrar com a web. Ou seja, a partir de um ciclo de inovação nas duas empresas jornalísticas analisadas, elas conseguiriam promover a efetiva integração entre os portais e as demais plataformas de comunicação, ampliando os conteúdos e não apenas os replicando, como se tem feito atualmente. Este ciclo inovador requer, por exemplo, um jornalista preparado para atuar de forma multimídia nesse cenário convergente e integrador.

A convergência é um desafio, visto que o jornalista, além de utilizar diversas mídias, deve saber como explorar o que de melhor se adapta à cada uma delas, isto é, utilizando as potencialidades do ambiente online, como a hipertextualidade e a multimidialidade.

Quanto à interatividade, a “surpresa” ficou por conta da atuação dos usuários e a forma como os webleitores fazem uso das formas de interatividade dispostas pelos dois portais, uma vez que ambos utilizam as mesmas ferramentas e basicamente as mesmas estratégias. Lembrando que a análise da interatividade contempla apenas os comentários. Outras formas de interatividade não foram abordadas nesta pesquisa.

Os portais analisados, portanto, apenas disponibilizam as ferramentas para a interação por meio de *plugin* do *Facebook*. Assim, é possível deixar comentários abaixo das matérias em ambos os portais, no entanto, quase não se vê ações interativas por meio dos leitores nas páginas dos próprios portais. Nas poucas matérias em que foram encontrados comentários não há interação entre jornalista e leitor/utilizador, o que define uma interação unilateral, sem

resposta. Os portais não têm a preocupação de manter uma aproximação com os leitores/utilizadores. Não foi encontrado nenhum tipo de *feedback* por parte dos portais aos usuários.

A análise verificou ainda a atuação dos webleitores/utilizadores nas redes sociais de cada portal (*Facebook*), buscando as mesmas postagens das matérias com comentários publicadas em cada portal, para comparar como é a atuação dos leitores nos portais e como é a atuação no *Facebook*. Neste caso, os leitores são muito mais atuantes nas redes sociais, pois a interatividade não é apenas entre o leitor e o perfil de cada portal, mas os próprios leitores/utilizadores dialogam entre si (conversação), interagindo por meio dos temas abordados nas publicações. Os perfis das redes sociais de cada portal analisado, por sua vez, mantêm a mesma postura utilizada nas páginas dos próprios portais, ou seja, não se manifestam retornando os comentários dos leitores nas publicações.

A interatividade pode ser uma nova forma do veículo se relacionar com seus públicos/utilizadores, visto que estes se envolvem e podem ser envolvidos na produção jornalística, sugerindo pautas e enviando conteúdos, por exemplo. Porém, é necessário gerar nesses ambientes de interação o aproveitamento do que é sugerido/comentado pelos leitores/utilizadores, pois são eles que vão difundir e expandir os conteúdos produzidos pelo veículo de comunicação. Mais que manter os canais de relacionamento com o público, é preciso alimentar e estabelecer uma relação que possa contribuir de fato com a produção jornalística.

Ainda retomando os objetivos dessa pesquisa, os aspectos comparativos dos tipos de convergência de conteúdos e interatividade praticados pelos portais piauienses O Dia e Meio Norte é o último objetivo específico. A esse respeito, é preciso sublinhar que embora os portais tenham práticas convergentes bem semelhantes, o Meio Norte praticou mais convergência integrada em sua interface, com conteúdos mais adaptados à web, do que o portal O Dia. Este último praticou mais justaposição, reprodução dos conteúdos sem integrá-los, apenas republicando o que já estava na fonte original e transportando para o portal. É importante dizer que, apesar de o Meio Norte ter integrado mais conteúdos que O Dia, de maneira geral, ambos ainda têm práticas recorrentes de *Sholveware*, justaposição de conteúdos.

Ainda sobre os aspectos comparativos entre os dois portais, sob uma ótica bem semelhante com relação à interatividade, os leitores de o Meio Norte também são mais atuantes que os leitores de O Dia. Tanto na página do próprio portal como na rede social

Facebook, a interatividade dos portais, por meio dos comentários nas matérias, acontece apenas por parte dos usuários, visto que os portais apenas disponibilizam o espaço, mas não se envolvem em responder/retornar os leitores/utilizadores, não havendo interatividade entre jornalistas e leitores.

A partir das colocações realizadas em virtude das análises, entende-se então que **esta pesquisa cumpriu com seu objetivo geral**: - analisar a convergência de conteúdos e a interatividade em matérias jornalísticas da *homepage* dos portais piauienses O Dia e Meio Norte, visto que o delineamento dado à pesquisa foi de assumir os objetivos enquanto categorias principais para análises, com subdivisões de subcategorias por meio da ficha de análise.

Ressalta-se também que as **hipóteses foram confirmadas apenas em partes**. No caso da primeira hipótese - os portais dos grupos O Dia e Meio Norte ainda praticam um tipo de jornalismo que remete prioritariamente à segunda fase/geração do Webjornalismo, realizando apenas a simples transposição de conteúdos das demais plataformas comunicacionais de seus respectivos grupos – ela foi em parte confirmada, visto que a análise considerou que os portais estão permeados pelas 2ª e 3ª fases/gerações do Webjornalismo, uma vez que elas coexistem simultaneamente, pois assim como praticam a justaposição de conteúdos (2ª fase/geração), também tem produção própria para a web (3ª fase/geração).

As demais hipóteses foram totalmente confirmadas: - a interatividade não é praticada de forma que contemple uma integração entre produtores e consumidores das notícias veiculadas; - nos portais analisados existem mais semelhanças do que diferenças nos modos de praticar a convergência de conteúdo e a interatividade. Nesses aspectos foi observado que a interatividade não é integrada e contempla apenas um espaço para se deixar os comentários, mas que não é explorado por parte dos portais. E, de fato, foram observadas muito mais semelhanças do que diferenças nas formas de praticar a convergência de conteúdos e a interatividade nos portais piauienses O Dia e Meio Norte.

REFERÊNCIAS

ATAÍDE, Alidiane. A linguagem do Webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE*, 12, Campina Grande - PB, 2010. **Anais [...]**. Campina Grande: UEPB, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/r23-1406-1.pdf>. Acesso em: de maio/2018.

BARBOSA, Suzana. Bases de dados e Webjornalismo: em busca de novos conceitos. *In: CONGRESSO DA SOPCOM*, 4, Mesa Novas Tecnologias/Novas Linguagens. Santiago – PT, 2005. **Anais [...]**. Santiago: Universidade de Aveiro, 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-bases-dados-Webjornalismo.pdf>. Acesso em: 29. maio. 2019.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. *In: CANAVILHAS, João (org.). Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã: Labcom, 2013.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo de portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital. *In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (org.). Modelos de jornalismo digital*. Salvador: GJOL/Calandra, 2003.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade**: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

BARBOSA, Suzana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. *In: CONGRESO INTERNACIONAL DE PERIODISMO EN LA RED. Anais [...]*. Madrid: Facultad de Periodismo da Universidad Complutense de Madrid, 2008.

BARBOSA, Suzana; SEIXAS, Lia. Jornalismo e dispositivos móveis: percepções, usos e tendências. *In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana. (org.). Jornalismo e tecnologias móveis*. Covilhã: Labcom, 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BENIGNO NETO, Edmundo. **Por uma história do jornalismo digital**: algumas considerações. *In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO*, 6. **Anais [...]**. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2008. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Por%20uma%20historia%20do%20jornalismo%20digital.pdf>. Acesso em: 20. maio. 2019.

BOTELHO, Joacy; CRUZ, Vilma. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson, 2013.

CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Labcom, 2014.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**. 2001. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602. Acesso em: 20. maio. 2019.

CANELAS, Carlos. Os efeitos da convergência nos media noticiosos. In: CONGRESSO NACIONAL LITERACIA, MEDIA E CIDADANIA, 1. **Actas [...]**. Braga: Universidade do Minho, 2011. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/lmc/article/view/458/510/>. Acesso em: 05. nov. 2018.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Comunicação digital e seus usos institucionais. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul/SP: Difusão, 2009.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Convergência de mídias: metodologias de pesquisa e delineamento do campo brasileiro. In: PALÁCIOS, Marcos; NOCÍ, Javier Dias. (org.). **Metodologias para o estudo dos cibermeios: estado da arte & perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2008, v. 1, p. 29-50.

CUNHA, Dóris. Reflexões sobre o ponto de vista e a construção discursiva de comentários de leitores na web. In: BUENO, Thaísa; REINO, Lucas. (org.). **Comentários na internet**. Imperatriz: Edufma, 2014. p. 11-24. Disponível em: <http://www.aulasparedes.com.br/wp-content/uploads/2014/11/Comentarios-na-Internet.pdf>. Acesso em: 25. set. 2019.

DALMONTE, Edson F. **Pensar o discurso no Webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência**. Salvador: EDUFBA, 2009.

FANTINATO, Marcelo. **Métodos de pesquisa**. 2015. Disponível em: <https://atualiza.aciaraxa.com.br/ADMArquivo/arquivos/arquivo/M%C3%A9todos-de-Pesquisa.pdf>. Acesso em: 30. jun. 2018.

FAUSTINO, Paulo. **Tendências e prospectiva dos media: inovação, gestão, emprego e mercado**. Lisboa: Media XXI, 2010.

FERRARI, Polyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004

GARCÍA AVILÉS, José Alberto. La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. **Signo y Pensamiento**, Bogotá, v. 38, n. 54, p. 103-113, 2009. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011409007>. Acesso em: 01. nov. 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GORDON, Rich. Convergence defined. **Online Journalism Review**. 2003. Disponível em: <http://www.ojr.org/ojr/business/1068686368.php>. Acesso em: 01. abr. 2013.

HERSCOVITZ, Heloiza. Características dos portais brasileiros de notícias. **Brazilian Journalism Research**, 2009. v. 5, n. 1. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/197/196>. Acesso em: 28. abr. 2019.

JENKINS, Henry. *et al.* **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LONGHI, Raquel; FLORES, Ana Marta. Notícias e convergência nas RSIs: uma experiência social. In: LONGHI, Raquel; D'ANDREA, Carlos (org.). **Jornalismo convergente**: Reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis. Insular, 2012.

LOPES, João Diêgo. **Marcas do processo de convergência no Webjornalismo piauiense**: análise dos portais de notícias Cidade Verde e G1/PI. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Teresina- PI: UFPI, 2019.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da conversação**. São Paulo: Ática, 2006.

MARTINS, Alisson; SOARES, Thiago. As narrativas cross e transmídia e as características do Webjornalismo no Globo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34. **Anais [...]**. Recife-PE: Universidade Católica de Pernambuco, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-0208-1.pdf>. Acesso em: 26 de dez./2019.

MELO, Emmily; SANTOS, Valéria. Análise das características do jornalismo online apresentadas pelo portal jornalístico Folha Web. In: ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 3. **Anais [...]**. Boa Vista: Universidade Federal de Roraima, 2015. Disponível em: ufr.br/alcar/index.php/anais?download=2:anais-alca. Acesso em: 05. nov. 2018.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo**: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. 2014. 196 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na web**. CONGRESSO DA SOPCOM, 2. **Anais [...]**. Lisboa, 2001. Disponível em: https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 05. nov. 2018.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador-Bahia, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. *In*: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (org.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MOHERDAUI, Luciana. **Diários paulistanos na web**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 1999. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/moherdau-luciana-jornalismo-online.html>. Acesso em: 7. jun. 2019.

MORAES, Francilaine Munhoz; JORGE, Thais Mendonça. Gramática hipertextual: apontamentos sobre regularidades linguísticas no jornalismo digital brasileiro. **Intexto**, vol. 1, n.º 24, 2011, p. 103-114.

MOREIRA, Mariana. **Convergência midiática e termos relacionados: crossmídia e transmídia**. INTERPROGRAMAS DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO DA FACULDADE CÁSPER LIBERO, 11. 2015. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/02/Mariana-Gon%C3%A7alves-Moreira-UFC.pdf>>. Acesso em 26 de dez./2019.

MORETZSON, Sylvia. **Entrevista ao observatório da imprensa**. 2002. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/al180920021.htm>. Acesso em: 01. maio. 2018.

MOSCHETTA, Andressa; RASERA, Marcela. Jornalismo na implosão da convergência midiática. *In*: QUADROS, Cláudia *et al* (org.) **Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais**. Covilhã: Labcom, 2011.

NUNES, Ana. Jornalismo digital de quinta geração: as publicações para tablets em diálogo com o desenvolvimento da web. **Alceu**, v. 17, n. 33, 2016, p. 19-39. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/art%209-39.pdf>. Acesso em: 05. nov. 2018.

NUNES, Ana Cecília Bisso. **A convergência midiática e editorial no jornalismo móvel: uma análise do *The Daily***. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.

NUNES, Emmanuela. **Jornalismo em plataformas móveis: o processo de convergência e de mobilidade na produção e consumo de notícias**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35. **Anais [...]**. Fortaleza: UNIFOR, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1182-1.pdf>. Acesso em: 05. out. 2017.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informações e memória**. Revista PJ:BR, n. 4, jul.-dez. 2004. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm. Acesso em: 05. out. 2017.

PAVLIK, Jonh. Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital. *In*: CANAVILHAS, João. (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Labcom, 2014.

REGES, Thiara. Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2018.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na web2.0. **E-Compós**, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007.

RIBEIRO, Rodolfo S. **Convergência na mídia piauiense**: estudo comparativo das práticas dos grupos Meio Norte e O Dia. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Teresina-PI: UFPI, 2014.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1985.

SAID, Ricardo *et al.* O uso de gadgets pessoais no trabalho e o impacto na segurança corporativa e na gestão de pessoas: a consumerização de TI. SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 11. 2014. **Anais [...]**. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/14420162.pdf>. Acesso em: 05. nov. 2018.

SALAVERRÍA, Ramón. Estructura de la convergencia. In: GARCÍA, Xosé López; FARIÑA, Xosé Pereira (org.). **Convergencia digital**: reconfiguración de los medios de comunicacion em España. Santiago de Compostela: Unidixital, 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. **Los medios de comunicación ante la convergencia digital**. Navarra: Depósito Académico Digital Universidad de Navarra. 2009. Disponível em: http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverría.pdf. Acesso em: 05. nov. 2018.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Labcom, 2014.

SALAVERRÍA, Ramón.. **Redacción Periodística en Internet**. Pamplona: EUNSA, 2005.

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

SALAVERRÍA, Ramón *et al.* Concepto de convergencia periodística. In: GARCÍA, Xosé López; FARIÑA, Xosé Pereira (org.). **Convergencia digital**: reconfiguración de los medios de comunicacion em España. Santiago de Compostela: Unidixital, 2010.

SANTI, Vilso. O processo de apuração no Webjornalismo de quarta geração. **ECO-Pós**, v.12, n.3, set.-dez. 2009, p. 181-194. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/939/879. Acesso em: 05. nov. 2018.

SCHNEIDER, Sérgio; SCHIMITT, Cláudia Job. O uso do método comparativo nas ciências sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.

SELIGMAN, Laura; FURTADO, Monike. Interação online: o jornalismo que provoca a reação dos leitores na web. **Estudos em Comunicação**, nº 9, p. 391-409. 2011. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-21.pdf>. Acesso em: 25. set. 2019.

SILVA, Alan. **As dimensões convergentes no Webjornalismo regional**: uma análise dos sites do jornal do Tocantins e o estado do maranhão. 2018. 209 f. Dissertação (Mestrado em comunicação). Universidade Federal do Tocantins, Palmas, Tocantins, 2018.

SILVA, Danielly Duarte. Webjornalismo: a circulação da notícia na sociedade contemporânea midiaticizada. In: SIMPÓSIO DE COMUNICAÇÃO DA REGIÃO TOCANTINA, 12, 2018. **Anais [...]**. Disponível em: http://www.simcom.ufma.br/wp-content/uploads/2018/11/artigo-imperatrizTrabalho-Completo_GTs-1.pdf. Acesso em: 20. abr. 2019.

SILVA, Mayara. **Regionalização no Webjornalismo piauiense**: estudo do portal Cidade Verde. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Teresina- PI: UFPI, 2017.

SILVA, Valéria. **Jornalismo on-line nos portais de notícias de João Pessoa-PB**. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal da Paraíba - João Pessoa - PB, 2013. Disponível em: <http://docplayer.com.br/11552091-Jornalismo-on-line-e-os-portais-de-noticias-de-joao-pessoa-pb.html>. Acesso em: 18. Maio. 2019.

TÁRCIA, Lorena. Convergência de mídias e jornalismo. In: TÁRCIA, Lorena. **Ação, pesquisa e reflexão sobre a docência na formação do jornalista em tempos de convergência das mídias digitais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). UNIBH, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/tarcia-lorena-convergencia-de-midias-e-jornalismo.pdf>. Acesso em: 05. out. 2017.

VIANA, Eduardo de Carvalho. **Para um manual de redação do jornalismo on-line**. Monografia (Pós-Graduação em Jornalismo Cultural). Faculdade de Comunicação Social, Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101395/estudos1.pdf>. Acesso em: 05. out. 2018.

VIANA, Julia. O jornalismo online como “Evento Audivisual Extensivo”: o caso do G1, portal de notícias da Globo. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, Natal-RN, 2008. **Anais [...]**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0417-1.pdf>. Acesso em: 05. nov. 2018.

ANEXO 1

Ficha de Análise – Convergência de Conteúdos – Modelo adaptado

(Fonte: Fernando Firmino da Silva (UEPB), Iloma Sales Araújo (A Tarde/FSBA), Leila Nogueira (UFRB), Suzana Barbosa (UFBA)

1 Identificação:
Avaliador:
Data:
Horário:
Cibermeio analisado:

2 Convergência (distribuição multiplataforma)

2.1 A convergência de conteúdos (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008) é uma das dimensões do processo de convergência jornalística, essencialmente em redações integradas, aparecendo em duas perspectivas principais: 1) como confluência de formatos (texto, áudio, vídeo, fotos) para uma mesma narrativa; 2) como distribuição de conteúdos para multiplataformas.

Entre os dois níveis caracterizadores abaixo, aponte o que define com mais precisão a distribuição de conteúdos para multiplataformas (web, impresso, *smartphone* e *tablet*):

- a) () Nível transpositivo
- b) () Nível de convergência integrada/transmidiático (distribuição estratégica, complementar de um meio para outro, conforme Jenkins, 2008).

Descrever como é o processo pelas respectivas plataformas:

2.2 Formatos empregados para a estruturação da narrativa jornalística levando em conta a convergência de conteúdos:

- a) () Texto
- b) () Foto
- c) () Áudio
- d) () Vídeo
- e) () Infografia estática
- f) () Infografia interativa
- g) () Mapa estático
- h) () Mapas interativo
- i) () Imagens em 360 graus
- j) () Ilustração
- k) () *Slideshows*
- l) () Linhas do tempo estáticas
- m) () Linhas do tempo interativas
- n) () Newsgames
- o) () 3D
- p) () Dados.
- q) () Outros. Especificar: _____

3 Multimedialidade

3.1 Quanto aos formatos de conteúdos produzidos com recursos de multimedialidade, quais são mais amplamente identificados a partir do website? (marcar X onde proceder):

- a) () Fotos
- b) () Galeria de imagens
- c) () Áudios
- d) () Vídeos
- e) () Infografia estática
- f) () Infografia interativa
- g) () Imagens em 360 graus
- h) () 3D
- i) () Mapas estáticos
- j) () Mapas interativos
- k) () *Slideshows*
- l) () Linhas do tempo estáticas
- m) () Linhas do tempo interativas
- n) () Newsgames
- o) () Dados. Outros: Especificar: _____

3.2 Em relação aos vídeos, eles funcionam em quais destas condições nas plataformas *webe mobile (smartphones e tablets)*?

- () Remetem para *YouTube*
- () Rodam num aplicativo incorporado ao dispositivo. Qual? _____
- () Ambas possibilidades

3.3 Em relação aos áudios, eles funcionam em quais destas condições nas plataformas *webe mobile (smartphones e tablets)*?

- () Remetem para algum site que hospeda áudios
- () Rodam num aplicativo incorporado ao dispositivo. Qual? _____
- () Ambas possibilidades

3.4 De que forma o vídeo se relaciona com os demais formatos (texto, foto, áudio etc.)?

- a) () Integrada (compondo uma unidade narrativa)
- b) () Justaposta (como pedaços diversos colocados na mesma composição, mas sem relação de complementaridade entre si)
- c) () Outra. Qual? _____

3.5 Se alguma relação foi identificada no item anterior, como ela se evidencia na composição? O vídeo é:

- a) () citado no texto
- b) () linkado no texto
- c) () linkado na foto
- d) () citado no áudio
- e) () linkado no áudio
- f) () integrado pelo design
- g) () Outra forma. Qual? _____

3.6 A linguagem audiovisual é usada para:

- a) () Contar toda a história
- b) () Contar parte da história. Qual? _____
- c) () Responder a alguma pergunta do lide. Qual? _____
- d) () Apenas atrair o usuário, pois as informações que traz são repetidas em outros formatos presentes no website, no aplicativo para *smartphone* e no aplicativo para *tablet*.

3.7 Há valorização maior do vídeo em relação aos demais formatos multimídia utilizados?

- () Sim () Não

Explicar: _____

3.8 Qual é o efeito de sentido que o uso de cada formato multimídia traz para a composição jornalística? (usar iniciais dos formatos para indicar a relação com o efeito listado)

- a) () Emoção
- b) () Ilustração
- c) () Explicação
- d) () Comprovação/Registro
- e) () Declaração
- f) () Repetição
- g) () Confusão
- h) () Outro. Qual? _____

4 Bases de Dados

Como um modelo teórico formulado para o melhor entendimento sobre o papel das bases de dados no jornalismo contemporâneo, o Paradigma JDBD – Jornalismo Digital em Base de Dados, (BARBOSA, TORRES, 2012; BARBOSA, 2007; 2008; 2009; 2011; RAMOS, 2011) expande-se em sucessivas apropriações, cada vez mais demarcando distinções para os cibermeios operando segundo a lógica multiplataforma. A disponibilização crescente de dados é uma das extensões que se verifica atualmente, o que alguns autores chamam *Data Driven Journalism* ou Jornalismo Guiado por Dados (BRIGGS, 2010; BRADSHAW, ROHUMAA, 2011; ROGERS, 2011).

Nesse subtópico da ficha de análise, o objetivo é perceber como os dados são trabalhados como um novo elemento conceitual para organizar o conteúdo jornalístico e como também geram novos formatos.

4.1 O cibermeio possui editoria/seção específica denominada “Data”, “Dados” ou outra semelhante com conteúdos elaborados a partir de dados obtidos de fontes diversas?

- a) () Sim.
- b) () Não.

OBS

4.2 Para que as informações contidas em dados tenham relevância jornalística, os cibermeios empregam distintos recursos e ferramentas de visualização para melhor apresentá-los. Nesse sentido, indique os formatos que o cibermeio analisado trabalha:

- a) () Textos
- b) () Documentos em pdf

- c) () Mapas gerados a partir de *mashups* (combinação de dados de duas ou mais fontes. Ex: Google Maps + dados de pesquisa da ONU)
- d) () Sistemas de Recomendação de Notícias (estatísticas dinâmicas)
- e) () Galerias de foto
- f) () Infográficos estáticos
- g) () Infográficos interativos
- h) () *Slideshows*
- i) () Base de dados navegável
- j) () Newsgames
- k) () Outro(s): Qual(is)? _____

4.3 Na convergência de conteúdos, o emprego de bases de dados tende a ser potencializado. Neste sentido, aponte qual ou quais categorias do Paradigma JDBD (BARBOSA, 2007; 2008, 2009; BARBOSA, TORRES, 2012) pode/m ser identificada/s nas plataformas examinadas quanto ao uso das bases de dados:

- a) () Dinamicidade
- b) () Automatização
- c) () Inter-relacionamento/hiperlinkagem
- d) () Flexibilidade
- e) () Densidade informativa
- f) () Diversidade temática
- g) () Visualização
- h) () Convergência

Descreva as relações estabelecidas entre as categorias do JDBD encontradas dentro da convergência de conteúdos, considerando as especificidades de cada meio:

5 Interatividade e participação convergente

5.1 No processo de convergência, a recepção de material da audiência para a produção jornalística é crescente com contribuições de fotos, áudios, vídeos e textos, principalmente com a difusão das tecnologias móveis como celulares e *smartphones* como plataformas de captura e circulação de conteúdos. Identifique se há nas plataformas a incorporação de contribuições do público:

- a) () Sim
- b) () Não

5.1.2 Em caso afirmativo, para quais plataformas?

- a) () Web b) () Impresso c) () *Smartphone* d) () *Tablet*

5.1.3 Aponte o (s) tipo (s) de conteúdo (s) aceito (s):

- a) () Fotos
- b) () Vídeos
- c) () Áudios
- d) () Textos
- e) () Outro. Especifique: _____

Descreva como cada plataforma utiliza os conteúdos:

5.2 A convergência de conteúdos, em termos de interatividade, utiliza crescentemente os recursos de compartilhamento de notícias. Quais aplicações estão disponíveis para esse fim nas plataformas observadas?

- a) Facebook
 - b) Twitter
 - c) Google+
 - d) Delicious
 - e) Flickr
 - e) Enviar notícia por email
 - f) Outro. Especificar: _____
-

5.3 As plataformas webe móvel permitem salvar notícias em favoritos para leitura posterior?

- a) Sim
- b) Não

5.4 Há opções de configuração/personalização da plataforma analisada (web/móvel)?

- Sim Não

Em caso positivo, enumere as ações disponíveis para tal finalidade em cada plataforma:

5.5 No final das notícias há espaço aberto para comentários dos leitores nas plataformas web e móvel?

- a) Sim
- b) Não

Se sim, esses comentários além de serem permitidos via inserção direta na plataforma também absorvem comentários efetuados através de redes sociais como Facebook e Twitter gerando participação convergente?

- a) Sim
- b) Não

- Observações finais sobre a aplicação da ficha no cibermeio analisado:
