



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

**A Multimídia no Jornalismo Digital: O caso
das Plataformas Multimídias no Portal de Notícias
do G1 Paraíba**

Emmanuela Cristine Leite Nunes

João Pessoa

2017



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

A Multimídia no Jornalismo Digital: O caso das Plataformas Multimídias no Portal de Notícias do G1 Paraíba

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo, área de concentração em "Produção Jornalística", linha de pesquisa "Processos, práticas e produtos".

Emmanuela Cristine Leite Nunes

Orientador: Prof. PhD. Pedro Nunes Filho

João Pessoa

2017

Nunes, Emmanuela Cristine Leite.

A Multimídia no Jornalismo Digital: O caso das Plataformas
Multimídias no Portal de Notícias do G1 Paraíba / Emmanuela Cristine
Leite Nunes, 2017.

99 folhas

Orientador: Pedro Nunes Filho

Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Área de concentração
Processos, Práticas e Produtos. Universidade Federal da Paraíba, João
Pessoa, 2017.

1. Multimídia. 2. Jornalismo Digital. 3. Plataformas Multimídias. 4. Portal de Notícias. 5.

UFPB/BC



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB

CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA

Departamento de Jornalismo | Dejour

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ

**DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE
DISSERTAÇÃO OU PRODUTO JORNALÍSTICO/RELATÓRIO**

Através do presente, eu, Emmanuela Cristine Brito Nunes,
aluno/a regularmente matriculado no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo
(PPJ), declaro estar ciente que:

O plágio, ou a utilização de ideias ou formulações verbais, orais ou escritas de outrem sem dar-lhe por elas, expressa e claramente, o devido crédito, de modo a gerar razoavelmente a percepção de que sejam ideias ou formulações de autoria própria (FAPESP, 2014, p. 31).

Sendo assim informo que o trabalho intitulado A Multimídia no Jornalismo Digital: O caso das Plataformas Multimídia no Portal de Notícias do G1 Paraíba é de minha AUTORIA e Não CONTÉM PLÁGIO. Estou CIENTE de que em casos de existência de PLÁGIO serão sancionadas medidas punitivas conforme prevê a Resolução N.02\2017 do Programa de Pós-graduação em Jornalismo e as resoluções 79\2013 e 34\2014 que prevê o seguinte:

Art. 88-C. Diante da constatação de plágio, o colegiado do programa poderá adotar o desligamento definitivo do aluno regularmente matriculado, nos termos do inciso IV do art. 72 deste regulamento, desde que ao mesmo tenha sido assegurado o princípio do contraditório e da ampla defesa em todas as etapas do processo.

Art. 88-D. Nos casos de constatação de plágio de aluno egresso, o parecer da comissão designada para apuração de plágio será encaminhado mediante processo para apreciação pelo Conselho do(s) Centro(s) ao(s) qual(is) o programa é vinculado, devendo ser assegurado àquele que cometeu a infração o princípio do contraditório e da ampla defesa em todas as etapas do processo.

João Pessoa, 14 de Julho de 2017.

Emmanuela Cristine Brito Nunes

Assinatura do(a) Aluno(a)

**Aos meus pais, meus inspiradores.
DEDICO.**

AGRADECIMENTO

O trabalho científico nos coloca em constante transição com o saber e é sempre um convite desafiador. Durante seu desenvolvimento estabelecemos metas e traçamos objetivos, que ao longo do percurso, vão tomando um destino de complexos sentidos.

Nossas energias e emoções tomam uma condução que se expande aos maiores picos de incertezas ao nos darmos conta que temos nas mãos um mundo a desvendar.

Desbravando os mistérios da pesquisa, nos tornamos aprendizes e investigamos conexões com experiências únicas, capazes de nos transformar para sempre, na intenção harmônica de compreender a nossa extensão enquanto cidadãos do mundo durante um percurso profundo de dilemas, enigmas e sobretudo de incertezas.

Por isso e por muito mais sou grata:

Aos mestres de minha vida, meus professores por todo o processo de aprendizado que me iniciou no universo mágico do conhecimento.

Aos meus pais e minhas irmãs, por acreditarem em mim de forma incondicional. Sem o amor deles não seria capaz de chegar até aqui. Aos meus familiares - mãe sagrada, irmãs abençoadas, que são a boa nova em meu caminho.

Ao Ciência sem Fronteiras pela experiência de intercâmbio internacional na modalidade de graduação sanduíche na área de Indústria Criativa em Ciência da Comunicação na Universidade do Minho.

Ao Programa de Pós-graduação do Mestrado Profissional de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba - UFPB e seus professores, pelos conhecimentos e experiências obtidas ao longo do curso.

Ao meu orientador, pelos conhecimentos divididos ao longo do meu mestrado, onde pude absorver um aprendizado que vai me guiar por toda a trajetória de pesquisadora.

Aos que acreditam e confiam em mim.

Obrigada!

RESUMO

O intuito dessa pesquisa é analisar o potencial de elementos característicos do jornalismo multimídia e mapear como a produção de conteúdo em multiplataforma se dissemina no portal de notícia G1 Paraíba. Nesse sentido, a pesquisa destina-se a perceber como a produção multimídia é proposta e qual a relevância informativa dessa linguagem, enquanto diversidade de recursos e disseminação de informação. Para tal, faremos um apanhado de como é apresentado os principais conceitos norteadores dos estudos em jornalismo digital multimídia, onde exploram um cenário em que as necessidades vigentes de expansão da informação jornalística em ambiente multiplataforma convergente atendem ao exigente e ascendente mercado de consumo de informações em plena convergência e hibridização da notícia. Como metodologia, adota-se o mapeamento do modelo de produção multimídia na forma de criação e veiculação convergente de reportagens do portal de notícias “G1 Paraíba”. Assim, nosso estudo fará uma abordagem acerca das referências bibliográficas mais atuais enquanto conceituações para que possamos aferir as especificidades das ambiências de multiplataformas e multimídia por meio do mapeamento dos conteúdos que caracterizam a utilização de recursos de multimídia como: infografia, fotorreportagem e videoreportagem inseridos no portal. Percebe-se que a prática de produção da informação a partir da multimídia ainda não é um recurso amplamente difundido pelo jornalismo local e que são necessárias novas práticas nas rotinas para avançar nos conteúdos multimídias.

Palavras-Chave: Jornalismo Digital; Multimídia; Convergência; G1 Paraíba.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the potential of the characteristic elements of multimedia journalism and how the content production in multiplatform spreads itself in G1 Paraíba news website. In this sense, the research is intended to realize how multimedia production is proposed and what is the the informative relevance of this language used on content as a diversity of resources and dissemination of information. For this, we will present a survey of the main guiding concepts of studies in digital multimedia journalism that explores a scenario in which the current needs of expanding journalistic information in a converged multiplatform meet the demanding and growing information consumption market in the context of convergence and news hybridization. As a methodology, we adopt the mapping of the multimedia production model in the form of creation and convergent placement of news reports from the "G1 Paraíba" news website. Thus, our research will approach the major current bibliographical references so that we can analyze the specifics of the multiplatform and multimediality ambiances by mapping the contents that characterize the use of multimedia resources such as infographics, photograph and videos inserted on the portal. We realized that the practice of information from multimedia is still not widely disseminated by local journalism and that is necessary for new practices in the routines to move foward in the multimedia content.

Keywords: Digital Journalism; Multimediality; Convergence; G1 Paraíba.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Características das fases evolutivas do jornalismo digital	27
Figura 2 - Dados sobre acesso de conteúdos em dispositivos móveis	33
Figura 3 - Evolução da telefonia móvel no Brasil, em milhões de acessos.....	34
Figura 4 - Imagens ilustra o surgimento de conteúdo exclusivo para dispositivos móveis	35
Figura 5 - Tela principal do especial multimídia no portal Jornal do Comércio.....	44
Figura 6 - Dispositivos móveis wireless conectáveis a internet em uso no Brasil – evolução e tendência.....	53
Figura 7 - Percentual de domicílio com utilização de internet somente por meio de microcomputador e somente por meio de telefone móvel celular ou tablet, no total de domicílios particulares permanentes com utilização somente de microcomputador.	54
Figura 8 - Percentual de domicílio com utilização de internet somente por meio de microcomputador e somente por meio de telefone móvel celular ou tablet, no total de domicílios particulares permanentes com utilização da internet, segundo as unidades da federação, em ordem decrescente de utilização somente de microcomputador.....	55
Figura 9 - Estrutura inicial do site G1 Paraíba	58
Figura 10 - Captura da tela principal do site G1 Paraíba.....	59
Figura 11 - Layout da página do G1	59

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1 METODOLOGIA	17
1.1 Objeto de estudo	19
1.2 Objetivo geral	19
1.3 Objetivos específicos.....	20
CAPÍTULO 2 JORNALISMO DIGITAL	22
2.1 Jornalismo Digital: A Sinergia da Informação	23
2.2 Jornalismo Digital: do Convencional ao Inovador	28
2.3 Convergência Jornalística: (Re)portando Conteúdos aos Dispositivos	33
CAPÍTULO 3 JORNALISMO MULTIPLATAFORMA	42
3.1 Jornalismo Multimídia: Imersão de Sentidos	43
3.2 Especiais multimídias no jornalismo digital: o caso da série “A história de mim”	44
3.3 Elemento multimídia: Infografia Digital	47
3.4 O portal de notícias G1 Paraíba: Tempos de mobilidade tecnológica	52
3.5 Análise e estudo da arte do G1 Paraíba	61
CONCLUSÃO	67
REFERÊNCIAS	71
APÊNDICES	79
APÊNDICE A - Ficha Ferramenta para Análise de Multimedialidade em Cibermeios	80
APÊNDICE B - Ficha B1 - Ficha para análise de Fotografia individual	81
APÊNDICE C - Ficha B2. Ficha para análise de fotografias em galerias	82
APÊNDICE D - Ficha B3. Ficha para análise de Vídeo individual.....	83
APÊNDICE E - Ficha B4. Ficha para análise de galerias de vídeo	84
APÊNDICE F – Entrevistas	85

APÊNDICE G - entrevista ferramenta para análise de multimídia no site G1 Paraíba.....	86
ANEXOS	87
ANEXO A - Tela inteira - Captura de tela completa da página do G1 Paraíba	88
ANEXO B - Captura de tela do início da página.....	89
ANEXO C - Captura de tela – Segunda coluna vertical da página.....	90

Apresentação

A prática de pesquisa com o Jornalismo Digital inicialmente inspirada na iniciação científica do PIBIC (2011/2012-UEPB/CNPq) e intensificada ao longo do período de intercâmbio entre 2012 e 2013 durante a graduação sanduíche em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho em Braga – Portugal, pelo programa de intercâmbio Ciência sem Fronteiras, promovido pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) e do Ministério da Educação (MEC), por meio do fomento – CNPq e Capes – em paralelo com minha graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba, UEPB - desencadearam uma série de inquietações sobre os desafios do jornalismo digital em meio ao avanço tecnológico e as mudanças sócio-culturais atreladas a esse cenário. Essas experiências foram potencializadas com o amadurecimento acadêmico aprofundado na disciplina do Mestrado Profissional em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ-UFPB) que ampliou os horizontes para os desafios da prática de investigação.

Ao adentrar na pesquisa em torno deste cenário do jornalismo digital, a monografia “A multimídia no jornalismo digital: o caso do Jornal Público.pt” possibilitou o entendimento da condição adaptativa do jornalismo digital enquanto capacidade de inovar e ser fluido aos fluxos de criação, produção e veiculação da notícia. Ao analisar a potencialidade de multimídia presente no portal de notícia português “Público.pt”, identificamos a implementação total dos recursos específicos adotados em uma plataforma multimídia como gráficos interativos, infografia, vídeo reportagem, fotoreportagem e texto, constatando um alto índice de multimídia no portal, que adotou uma navegação intuitiva, capaz de habituar os internautas a terem facilidade de direcionar suas leituras e conteúdos desejados por meio de uma plataforma especializada em que os recursos multimídias são o alvo principal do portal.

Ao longo do desenvolvimento dessa pesquisa como forma de analisar o desenvolvimento do jornalismo digital regional procuramos um exemplo de jornal local para identificar como se comporta a adoção de recursos multimídia no contexto paraibano, pelo qual analisaremos o G1 Paraíba, portal conhecido como referência na cobertura de notícias locais.

Ainda considerada pouco explorada, a pesquisa em torno do mapeamento da multimídia nos portais locais são mínimas. Foi o que constatamos ao levantarmos uma exploração bibliográfica dos trabalhos locais com essa temática. Para isso, levamos em consideração a atualidade da pesquisa e identificamos os seguintes trabalhos: “Webjornalismo local reconfigurado: Aproximações e distanciamentos no G1 PB” (UEPB); “Convergência jornalística: a produção de conteúdo no núcleo multiplataforma de esportes da Rede Paraíba de Comunicação”; “Convergência Jornalística e Cultura Profissional: Experiência do Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação”; Hibridização da Notícia em Ambientes Multiplataformas: Produção e circulação de conteúdos jornalísticos no Sistema Correio de Comunicação”, trabalhos estes apresentados entre 2014 e 2015 no Programa de Pós Graduação em Jornalismo Profissional da UFPB (PPJ-UFPB) e divulgados¹ na Relação das Dissertações e Produtos Jornalísticos Defendidos no Programa de Pós-graduação em Jornalismo 2015 – 2016.

Também encontramos o artigo recente publicado na Revista Âncora “Jornalismo em multiplataforma: sistematização de atributos de design da informação e usabilidade para plataformas web e softwares aplicativos”. Ambos os trabalhos fortalecem a pesquisa sobre o jornalismo digital regional e por isso deram embasamento a construção desta pesquisa.

Este trabalho possui uma nota introdutória em que se reflete sobre a condição essencial de adaptação do jornalismo digital aos avanços das dinâmicas de inovação tecnológica. Seguido da metodologia aplicada ao estudo de caso com referenciação bibliográfica e os objetivos geral - específico da pesquisa.

O jornalismo digital, suas extensões e a transformação dos modelos de produção das reportagens vem logo a seguir no primeiro capítulo com o objetivo de amarrar a reflexão em torno do jornalismo digital por meio de conceituação e sistematização de teorias acerca das características do jornalismo convergente.

Neste capítulo trazemos um apanhado de reflexões recentes de pesquisadores que são referência no jornalismo digital e suas extensões, a exemplo de Fernando Firmino com o jornalismo móvel, Susana Barbosa nas teorias de adaptação do jornalismo digital e multiplataforma, João Canavilhas, Mark Deuze e Ramón Salaverría na reflexão em torno da convergência jornalística. Já para

¹Ver lista no site da Revista Âncora. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/30876/16258>>. Acesso em: 10/04/2017

entender como a comunicação se reinventa nas mídias digitais em uma era digital adotamos a compreensão da comunicação em rede de André Lemos em torno da cibercultura e das tecnologias portáteis.

No segundo capítulo, trataremos do cenário de convergência e multimídia enquanto aspectos primordiais ao jornalismo digital em multiplataforma por meio da sistematização dos conceitos explicitados anteriormente. Um aporte teórico conceitual será sistematizado para que possamos entender as potencialidades do jornalismo multimídia presente no G1 Paraíba.

Por fim, trataremos dos dados e constatações nas considerações parciais da pesquisa com o objetivo de encaminhar o processo de entendimento acerca do jornalismo convergente multimídia presente no portal. Ao mesmo tempo em que iremos avaliar os desafios da análise ao longo do desenvolvimento da pesquisa.

INTRODUÇÃO

De tempos em tempos, o aparecimento de uma nova tecnologia realimenta um modelo a se reconfigurar perante as demandas sociais, culturais e tecnológicas, que em uma sociedade em rede² se dissemina por meio das fases de adaptação às novas possibilidades instauradas através da internet, da convergência midiática e dos dispositivos móveis que instauraram uma era de profundas mudanças no espaço urbano e nas interações sociais (SILVA, 2013).

A imersão das tecnologias digitais no cotidiano da sociedade, a disseminação da cibercultura³ e conexão em rede com a internet desencadearam um ambiente complexo nas redações jornalísticas evidenciando a necessidade dos jornalistas em passar a considerar uma estrutura expandida, hipertextual, em rede (SCHWINGEL, 2008) numa emergente onda por novas formas de comunicação (LEMOS, 2005) gerando uma arquitetura informacional própria e transformando os meios e as formas de gerir e gerar conteúdos para os jornais online.

Esse cenário impulsiona toda produção tecnológica, a um patamar de inovações e é nesse contexto de transição que o jornalismo passou e passa por uma metamorfose nos sistemas de gestão de conteúdo enquanto processo de criação, produção e veiculação, em consequência do legado que o surgimento da cibercultura trouxe “fazendo com que não seja mais o usuário que se desloque até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos numa conexão generalizada” (LEMOS, 2015, p. 2).

Para o autor, as possibilidades de distribuição e circulação da informação tiveram uma ampliação com a internet das coisas, fase em que os objetos se

²“Em uma sociedade conectada em rede, praticamente todas as mensagens disponíveis em qualquer meio podem ser acessadas no momento desejado, em qualquer lugar. Virtualmente, qualquer sinal digital pode ser armazenado, manipulado e editado em um computador. Trata-se de um processo de convergência tecnológica” (CAPERUTO, 2011, p.23).

“Trata-se de transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação” (LEMOS, 2005, p. 2).

³“O desenvolvimento da cibercultura se dá com o surgimento da microinformática nos anos 70, com a convergência tecnológica e o estabelecimento do personalcomputer (PC). Nos anos 80-90, assistimos a popularização da internet e a transformação do PC em um “computador coletivo”, conectado ao ciberespaço, a substituição do PC pelo CC (Lemos 2003). Aqui, a rede é o computador e o computador uma máquina de conexão. Agora, em pleno século XXI, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (laptops, palms, celulares), o que está em marcha é a fase da computação ubíqua, pervasiva e senciante, insistindo na mobilidade. Estamos na era da conexão. Ela não é apenas a era da expansão dos contatos sobre forma de relação telemática. Isso caracterizou a primeira fase da internet, a dos “computadores coletivos” (CC). Agora temos os “computadores coletivos móveis (CCm)” (LEMOS, 2005, p. 3).

conectam automaticamente por meio de tecnologia em rede, tráfego de acesso à internet com conexão móvel.

Com a comunicação no século XXI voltada para a sociedade em rede, o processo de complexidade do jornalismo digital está intrinsecamente imerso em um cenário de transmutação fazendo com que o jornalismo adapte sua linguagem conforme as transformações do tempo. Foi assim na era da TV, quando a linguagem do rádio foi adaptada para as telinhas, como também no mesmo ritmo de adaptação se deu a linguagem do impresso para o digital, identificada logo nas primeiras gerações desse processo (BARBOSA, 2007).

Neste raciocínio, Henriques (2016) aponta que a comunicação contemporânea do século XXI passa por uma rápida expansão nas questões estruturais em suas ferramentas e na imersividade com que a velocidade tecnológica abrange o consumidor, então ela afirma:

Os dispositivos móveis, impulsionaram uma reconfiguração no cotidiano do fazer jornalístico, desde suas ferramentas de produção às narrativas que ainda se alteram com esta nova percepção do impacto das informações propagadas. As tecnologias de comunicação sempre impressionaram pela velocidade na qual levavam informações às pessoas. (HENRIQUES, 2016, p.15).

Para ela, o avanço dessa tecnologia está gerando novos contextos tanto para as empresas de comunicação como para os jornalistas, em que se constituem adequações nas rotinas e nos produtos com a hibridização da notícia.

O que de fato se percebe atualmente, é que com o espaço híbrido - que possibilita a amplitude do virtual, em constante mutação, junto à mobilidade do espaço urbano - abre-se um leque de possibilidades de tratamento da informação, que já não é mais apreendida e divulgada por um ou outro conglomerado midiático. (HENRIQUES, 2016, p.16).

Neste aspecto, o jornalismo digital passa a integrar uma série de dimensões que ampliam seu potencial na rede ao constatar a atribuição de conceitos de interatividade, multimídia, convergência Salaverría (2008) e transmidialidade Massarolo (2013) que abarcam uma série de fatores mercadológicos e estruturais do jornalismo enquanto desdobramentos de reconfigurações nos processos de rotina como também nos resultados das mudanças sociais e culturais pelos quais tem passado o exercício da profissão.

Assim sendo, o jornalismo como meio de comunicação isolado passa a ser uma circunstância do passado, em que realidades sociais, culturais e políticas limitavam a produção, essa mesma, que agora está inserida num contexto em mobilidade. Com o jornalismo digital, os horizontes de gestão da informação jornalística foram ampliados, a introdução das tecnologias móveis digitais conectadas em redes sem fio como smartphones, notebooks e tablets potencializaram as formas de produção gerando diversos formatos de veiculação da notícia.

Ao diagnosticar o papel das intervenções tecnológicas na sociedade como condição sine qua non, o pesquisador André Lemos traçou uma análise de mediação sobre as mídias locativas e os atores sociais, em que perpassa “dispositivos, sensores e redes digitais sem fio e seus respectivos bancos de dados “atentos” a lugares e contextos” (LEMOS, 2010, p. 91) numa reciprocidade que reage ao fluxo dessas interações.

O desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias sem fio (laptops, palms, celulares) estabelece, no começo do século XXI, a passagem do acesso por «ponto de presença» (internet fixa por cabos), ao «ambiente generalizado de conexão» (internet móvel sem fio, telefones celulares, redes bluetooth e etiquetas de radiofrequência, RFID), que envolvem o usuário, em plena mobilidade. (LEMOS, 2010, p. 159).

Dentre esse novo cenário gerado, as características do jornalismo digital também foram se reestruturando e surgiram dimensões de mobilidade, ubiquidade, convergência, interatividade e multimídia como principais características, notadamente introduzido em ambiente multiplataforma, produzidos nos últimos anos pelos portais de notícia pelo mundo e no Brasil.

No cenário panorâmico em que o jornalismo digital se refaz conforme suas distintas fases Barbosa (2012), as possibilidades de criação, produção e veiculação da produção de conteúdo se expandem no que concerne à capacidade operativa e funcional tanto dos dispositivos quanto dos profissionais. Neste sentido, se estabelece um paradoxo em relação aos desafios que permeiam as transições, adaptações e mudanças inerentes ao jornalismo digital. Entre eles, estão a dificuldade de acompanhar a velocidade das mudanças propostas pelos novos modelos de produção, os dispositivos móveis, a adequação dos repórteres e da

redação ao ritmo de produção imposto pelo avanço frenético dos recursos tecnológico, da demanda social e econômica por adaptação.

Enquanto por um lado se percebe a necessidade de um processo rápido de transição, por outro se tem a complexidade de atender a um cenário exigente e ascendente por inovações como é o fator preponderante do público consumidor da informação, o que distâcia a prática da teoria, quando o assunto é jornalismo em multiplataformas, uma vez que todo o processo de inserção sofre resistências para além do simples fator econômico com a inexistência de recursos nos conglomerados de comunicação de pequeno porte como é o caso de empresas de comunicação regionais, que já acompanham os processos de modernização em um ritmo desfavorável, em relação aos grandes centros, em que já se normaliza a estratégia de redações integradas, sites multimídia e repórteres móveis.

Diferentemente do que se pode imaginar, os desafios do jornalismo digital em um processo de adaptação, por mais natural que seja pode tomar proporções de complexidade, na medida em que, as fronteiras de recepção, interação e cognição são rompidas a partir da imersão em rede.

Como conceitos fundamentais norteadores desta pesquisa, abordaremos convergência, mobilidade, ubiquidade jornalística e jornalismo móvel. Faremos uma discussão do processo de convergência e mobilidade, responsável pela reconfiguração da produção de conteúdos nas mais diversificadas plataformas interativas e analisaremos os conceitos de ubiquidade⁴ e interatividade como forma de arquitetar o estado da arte nas produções jornalísticas no portal de notícia “G1 Paraíba”.

Mapearemos aspectos importantes para o desenvolvimento da pesquisa objetivando analisar os conteúdos de informação jornalística encontrados no portal G1 Paraíba, além de identificar os formatos de multimedialidade empregados na

⁴*Ubique*, do latim, significa por toda parte. Esse termo é difundido pela primeira vez como título do romance de ficção científica de Philip K. Dick no final dos anos 1960. Em *Ubikos* personagens mortos são colocados num estado de “semi-vida” ou um coma artificial, uma situação que lhes permitem construir uma rede de pensamentos que os unem aos personagens vivos. No domínio da informática, ubiquidade designa a capacidade de diversos sistemas em partilhar uma mesma informação. A ‘ubiquidade da informação digital’ corresponde então à expansão da rede de informação e comunicação digital na cidade, para além dos computadores portáteis (5). Esse fenômeno se constrói a partir de objetos portáteis e dos ambientes, estabelecendo uma relação entre os espaços físicos, o cotidiano social e a rede virtual por meio do telefone celular, do GPS (*Global Positioning System*), do computador de bolso ou PDA (*Personal Digital Assistant*), dos *tags*(ou *flashcodes*), dos chips diversos e, invisivelmente, dos territórios servidos pela conexão sem fio - *wifioubluetooth* (LEITE, 2008, p. 106).

home do portal por meio da aplicação das fichas de aferição, destinando o entendimento acerca da influência que as transformações nos modelos de produção inserem sobre a capacidade de adaptação das reportagens veiculadas diariamente no portal, a partir da análise proposta acerca do cenário de transformações com as condições tecnológicas condicionando uma metamorfose constante nas rotinas e na produção do jornalismo digital com o surgimento dos dispositivos móveis.

Levamos em consideração que em toda a história da imprensa, o surgimento do jornalismo para a internet se transformou em um fato de relevância social, cultural e tecnológica. Como sabemos a importância dessa maneira transformadora de produção da informação, atingiu um nível de relevância que promoveu um patamar significativo no que tange a própria produção científica em torno desse cenário.

Para isso, o presente estudo busca discutir o entrelaçamento do jornalismo digital em meio ao cenário das ambiências multiplataformas em que se constitui um padrão dinâmico de produção multimídia, ubíqua, per

vasiva, interativa e convergente, que são identidades do jornalismo em plataforma digital. Sendo assim, iremos mapear o grau de emprego desses elementos inseridos no portal de notícia G1 Paraíba como proposta de analisar a potencialidade dos recursos que caracterizam o jornalismo digital.

CAPÍTULO 1

METODOLOGIA

Por mais estudos que se aproximem do cenário de transformação e reconfiguração do jornalismo digital, que tenham um arcabouço de conceituações e reflexões acerca das interfaces e plataformas de interação, produção e veiculação da informação, esse trabalho se permite uma dinâmica ainda pouco explorada aos estudos locais de jornalismo digital em ambiente multiplataforma, como se percebe quando o assunto é o estudo de caso específico de um modelo de ambiência em um formato digital multimídia, ou seja, casos de estudo com essa temática passaram a ter maior produção nos últimos anos e por ser ainda uma área em constante modernização, enfrenta algumas dificuldades tanto do ponto de vista da pesquisa científica, quanto do próprio cenário profissional, em que são implementados os portais.

Nos delimitaremos na exploração das dimensões: conceitual, terminológica e classificatória assimiladas no campo de estudos do jornalismo digital, que possibilitarão inferir ideias, perceber e conceber a relevância existente nos conteúdos jornalísticos migrados para a veiculação de informação destinado à internet. Essa nova condição de produção se caracteriza por assumir uma identidade multiplataforma que promove uma fusão entre conteúdos como ilustrações, imagens, áudio e vídeo (NUNES, 2013).

Esse estudo é um passo de construção de uma pesquisa iniciada ainda na graduação em Jornalismo pela UEPB, quando se buscava compreender o desenvolvimento de aplicativos, os dispositivos móveis e sua influência no jornalismo digital e a cobertura em tempo real através de conexão móvel, quando ainda iniciava como repórter do Projeto Repórter Junino, considerado naquela época, no ano de 2012, um dos maiores laboratórios de jornalismo digital do país, que ao longo das produções enquanto iniciação científica e graduação sanduíche foi se transformando numa monografia, onde buscava analisar o caso de multimídia do jornal online português Público.pt.

A natureza desta pesquisa é de cunho teórico - aplicada e tem como base uma revisão de um corpo teórico de referencial bibliográfico para mapear a influência das ferramentas multimídias nos conteúdos inseridos no portal de notícia

G1 Paraíba, cuja metodologia perpassa o método de estudo de caso com aplicações de fichas e questionários para mapear a produção de conteúdo multimídia. O objetivo desta pesquisa é descrever de forma exploratória e descritiva o uso da multimídia como forma de conteúdo presente no portal de notícia G1 Paraíba.

Quanto aos procedimentos e instrumentos de coleta serão utilizados como instrumentos de coleta uma minuciosa e detalhada revisão bibliográfica com as pesquisas mais atuais das principais teorias acerca do objeto de estudo com sintonia entre os conceitos norteadores para fins de análise dos conteúdos multimídia produzidos nos veículos analisados. Também será aplicado o método de estudo de caso, com aplicação de questionários e realização de entrevistas em profundidade com alguns dos profissionais envolvidos nas redações dos portais de notícia.

Como metodologia, adota-se o mapeamento do modelo de produção multimídia na forma de criação e veiculação convergente de reportagens do portal de notícias “G1 Paraíba”, partindo-se de um quadro teórico e empírico visando à observação através da síntese de análise inspirada na “Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios” (MASIP; MICÓ; TEIXEIRA, 2011) do livro “Ferramenta de análise de qualidade no ciberjornalismo” (PALACIOS, 2011), em que se observa e identifica a inserção da multimídia atuante dentro da página do G1 Paraíba. Inicialmente, a ferramenta seria aplicada em sua totalidade para o presente estudo, visando identificar e caracterizar o aspecto de multimídia no citado portal, no entanto, a ausência de elementos característicos constatados durante o processo de observação do site impossibilitaram a aplicação total dessa ferramenta, conforme a mesma solicita. Vejamos na citação a seguir em que se descreve a proposta inicial.

Serão analisados todos os elementos multimídia de caráter informativo que apareçam na página inicial do cibermeio. A presente ferramenta é constituída de 9 fichas de análise. A saber: A. Ficha geral de recursos multimídia; B1. Ficha específica para a análise de fotografias; B2. Ficha específica para a análise de galerias de fotografias (só se aparecerem na página inicial); B3. Ficha específica para a análise de vídeo B4; Ficha específica para a análise de galerias de vídeos (só se aparecerem na página inicial); B5. Ficha específica para a análise de áudio; B6. Ficha específica para a análise de infografias; C1. Ficha específica para a análise de arquivos (contenedores) de infografias; C2. Ficha específica para a análise de arquivos (contenedores) de vídeo. (MASIP, MICÓ e TEIXEIRA, 2011, p. 81).

Nesse processo, em que a maioria das fichas B2, B3, B4, B5, B6, C1 e C2

estão inexploradas na ausência de conteúdos presentes no portal para a aferição de conteúdo específicos da multimídia, adotamos a ficha geral de análise, denominada de ficha geral de recursos multimídia.

Para adentrar no referido campo de estudo, além desse instrumento de natureza exploratória, a pesquisa também se utilizará de um referencial bibliográfico com o objetivo de situar o estado da arte em torno do objeto, de modo a constituir um referencial teórico sobre convergência jornalística, multimídia, jornalismo digital e outras perspectivas teórico-conceitual.

Como estratégia de mapeamento, as fichas serão aplicadas conforme os respectivos dias de observação, 14, 15 e 16 de Abril, em horário diurno e noturno com análises das capturas das telas do portal e dos conteúdos multimídia para aferir o ritmo das publicações em relação as atualizações diárias do cibermeio e para identificar como se estabelece o uso dos elementos em multimídia.

Para auxiliar na implementação desse processo de observação trabalhamos com a operacionalidade do dispositivo digital denominado “*awesomescreenshot*”, que se trata de uma ferramenta que registra em formato de captura de tela todo os conteúdos dispostos sobre a página destinado a capturar páginas inteiras ou qualquer parte de interface online de portais, disponibilizado de forma gratuita na internet para livre acesso e download em (<http://awesomescreenshot.com/>). Nesta etapa toda a análise está prevista para as atualizações e capturas das telas com objetivo de coletar dados com vista à elaboração da resolução dos questionamentos contidos nas fichas de análise a obter um panorama da multimídia vigente no portal.

Esta pesquisa está dividida em três capítulos-base (mais introdução e consideração final). Procuramos sistematizar ao longo do texto conexões entre essas partes visando coesão e contextualização. Na introdução, apresentamos o objeto e o percurso acadêmico e metodológico. No capítulo 1, abordamos o processo de sistematização de conceitos bases ao jornalismo digital como convergência jornalística, e os desdobramentos da ambiência multiplataforma com os tópicos Jornalismo digital: do convencional ao inovador e Jornalismo Multimídia: Imersão de sentidos. No capítulo 2, exploramos o cenário de multimídias e abordamos um exemplo de reportagem multimídia no jornalismo digital: o caso da série “A história de mim”, como também o elemento multimídia: infografia digital. No terceiro capítulo, refletimos sobre a análise e o estudo da arte com o caso G1

Paraíba, a ambiência multiplataforma no site e a influência da mobilidade tecnológica no jornal.

1.1 Objeto de Estudo

O objetivo desta pesquisa é analisar os recursos de multimídia no âmbito do jornalismo em ambiente multiplataforma presente no portal de notícia G1 Paraíba. Trata-se de mapear como se desenvolve a aplicação dos modelos de produção inerentes ao jornalismo digital em níveis de interatividade, multimídia, ubiquidade e convergência desse jornal, bem como analisar a produção de reportagens em ambiência multimídia com base na observação do cenário digital em que o jornalismo multiplataforma se desenvolve enquanto especificidades de distribuição e remodelação dos conteúdos e recursos que caracterizam o jornalismo digital no portal de notícia G1 Paraíba. Acredita-se na relevância dessa pesquisa pelo avanço na difusão de tecnologias capazes de possibilitar um jornalismo digital multiplataforma, que tem perspectivas crescentes no cenário de mobilidade com as plataformas multimídias e os dispositivos móveis. Como eixos que delimitaram essa pesquisa, consideramos o alcance dos objetivos, através de uma pesquisa exploratória bibliográfica nacional e estrangeira, de cunho teórico, na qual foram constatados os resultados por meio dos objetivos específicos, em que foram usados os seguintes mecanismos: sistematizar conceitos referentes ao jornalismo digital de multimídia, convergência e mobilidade; mapear a multimídia presente nos conteúdos de informação jornalística encontrados no portal de notícia do Portal G1 Paraíba; caracterizar os formatos de multimídia empregados na home do G1 Paraíba.

CAPÍTULO 2

JORNALISMO DIGITAL

2.1 Jornalismo Digital: A Sinergia da Informação

Os estudos em torno da tríade de conhecimento sociedade, tecnologia e cultura são um aporte de complexidade enquanto entendimento das perspectivas ao que se avança uma política de sociedade em rede (CASTELLS, 2015) na atribuição de um novo cenário de mediações às tecnologias móveis e redes de acesso sem fio à internet (Wi-Fi, Wi-MAX, 3G, 4G) responsáveis pela identificação da computação ubíqua, gerada na era da internet das coisas (LEMOS, 2009), que permite e fazem com que “o ciberespaço “desça” para os lugares e os objetos do dia-a-dia. A informação eletrônica passa a ser acessada, consumida, produzida e distribuída de todo e qualquer lugar, a partir dos mais diferentes objetos e dispositivos” (LEMOS, 2009, p. 92).

Essa sinergia proposta pelo ciberespaço que se permite a conexão em tempo real da sociedade do conhecimento dotada de suportes tecnológicos mediados pela ação dinâmica de atores e não atores ao fenômeno tecnológico social tem gerado a instância do “desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (laptops, palms, celulares), o que está em marcha é a fase da computação ubíqua, pervasiva e senciente, insistindo na mobilidade” (LEMOS, 2005, p. 2).

Em decorrência do aprimoramento pelo qual o jornalismo se dissemina nos cenários de transformação como foi na criação da prensa de Gutemberg, no surgimento da rede mundial de computador (Word Wide Web) e do ciberespaço⁵ é recorrente as adaptações feitas conforme a substituição de processos obsoletos aos novos sistemas de operação, no que compete o impulsionamento “na forma de acesso e difusão do conhecimento, o que reconfigurou comportamentos, correlações

⁵“Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluindo os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinada a digitalização”. (LEVY, 2008, p.49). “O ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos (telecomunicações,telepresença) e da coincidência dos tempos(comunicação assíncronica)”. (LÉVY, 2008, p. 92)

e modos de produção que passaram a ser baseados na Comunicação Mediada por Computador” (CARVALHO, 2010, p. 9).

Segundo o artigo intitulado “Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua” do pesquisador Rosental Calmon Alves, a internet além de ser um divisor de águas para o jornalismo, “ao transferir-se para a Internet, o velho jornalismo - produto se transforma num jornalismo - serviço, um fluxo contínuo de informação colocando-se à disposição dos usuários [...]” (ALVES, 2006, p. 97).

Na medida em que “a digitalização das mídias e o surgimento da Internet, colocou o jornalismo digital imerso na produção multiplataforma e nas redações integradas” (SILVA, 2013, p. 7), a imbricação de instrumentos portáteis na operacionalização da cobertura de fatos, a incorporação profissional da mão de obra adaptada, qualificada ao manuseio de novas técnicas e a migração do leitor para as plataformas digitais foram as principais mudanças na forma e na maneira de se produzir conteúdo jornalístico para o meio do jornalismo digital.

Quanto a esse panorama, temos na pesquisa intitulada “A diluição do jornalismo no ciberjornalismo”, feita pelo pesquisador Helder Bastos, um olhar que sinaliza uma resposta atenta as demandas por novos formatos em meio ao jornalismo digital em rede.

O aparecimento da Internet e a subsequente emergência do ciberjornalismo proporcionou ao jornalismo a exploração de novos territórios e diferentes linguagens. Surgiram narrativas inovadoras e práticas inéditas. Nasceram novos gêneros. Entre outras potencialidades, o hipertexto, o multimídia, a interatividade, a ubiquidade e a instantaneidade levaram os média noticiosos a reconfigurar-se de modo a responder às exigências do novo meio, às tendências do momento e ao crescimento e sofisticação das audiências online. (BASTOS, 2013, p. 7).

No decorrer desse processo, o jornalismo digital passou a ser mediado pelos dispositivos móveis e adentrou numa era de complexidade dimensionada pela realidade online, em que se estreitam os laços com os leitores/ internautas e se criam novas maneiras de gerir e gerar a informação, ao possibilitar rotinas de produção aos novos cenários sociais, dando assim, maior cobertura aos casos, fatos e acontecimentos por meio da convergência.

Os dispositivos móveis ampliaram e diversificaram as possibilidades de tessitura e estruturação de narrativas jornalísticas, redefinindo as expectativas acerca das potencialidades e limitações da produção de conteúdo jornalístico em suportes digitais. (OLIVEIRA, 2014, p. 3).

Para a pesquisadora Oliveira, essa perspectiva pode ser observada em relação aos paradigmas criados na construção de textos direcionados à internet. Com essa preocupação, a autora verificou em seu artigo “A narrativa do texto jornalístico nos dispositivos móveis tablets e smartphones”, que os conteúdos jornalísticos presentes em jornais online possuem a inserção de aspectos com alguma remodelagem nos formatos, mas que não há propriamente uma transformação em sua natureza. Neste sentido, a autora argumenta, porém, que:

Mesmo que se possa dizer que os dispositivos móveis possuem características específicas ao meio – ratificando uma gramática e uma linguagem própria – soa prematuro afirmar que neles haja uma transformação de formatos e gêneros jornalísticos enquanto textos com estruturas e intenções já demarcadas. O que se percebe são remodelações no sentido de incrementar e recursos que remetam aos aspectos de taticidade, mobilidade, interatividade e e geolocalização, por exemplo. Isso não significa exatamente que estes formatos e gêneros não poderiam ser reconcebidos numa lógica mais adaptada ao suporte; mas o reconhecimento de que ainda há pouco material empírico apontando para essa possibilidade. (OLIVEIRA, 2014, p.20)

Numa lógica sistêmica sobre as apropriações peculiares a modelos de produção com o surgimento dos dispositivos móveis, o artigo: “Jornalismo ubíquo e dispositivos móveis do jornal The Guardian” produzido em pesquisa doutoral pela Stefanie da Silveira, atribui a consideração primordial de que já se tornou inconcebível a existência de um modelo de produção ultrapassado as demandas do jornalismo digital.

Dispositivos como smartphones e tablets possuem uma lógica própria de funcionamento. Se na década de 1990, o jornalismo precisou compreender o funcionamento da lógica da internet e do consumo de informações através do computador pessoal para poder se renovar e atender às novas demandas, agora, esse mesmo jornalismo também precisa enxergar um modelo de consumo e produção diferente. Da mesma forma como não se aplicava transpor o conteúdo do impresso para os sites de jornais online, não se aplica também aos artefatos ubíquos a transposição desse conteúdo e dos comportamentos de leitura derivados das publicações anteriores. (SILVEIRA, 2017, p.414)

Com o surgimento de ferramentas tecnológicas móveis, a cobertura dos acontecimentos para a produção de notícias e até mesmo reportagens foram colocadas em uma nova condição de criação capaz de reinventar a rotina de redações e a imersão do leitor, além de reconfigurar as formas e maneiras da

produção jornalística, dando sequência ao surgimento do chamado jornalismo MOJO ou Jornalismo Móvel (SILVA, 2009). Segundo ele, MOJO é a “produção, distribuição e veiculação de informação jornalística em condições de mobilidade - pelo agente produtor e/ou agente consumidor - a partir do uso dessas tecnologias móveis digitais e conexões de rede sem fio” (SILVA, 2009, p. 4).

Desde as transformações tecnológicas, sociais e culturais, os meios de comunicação, ao longo das últimas décadas tem sentido os impactos que as novas tecnologias digitais impõe sobre o modelo de produção, veiculação e distribuição da informação. Podemos aferir o grau desse impacto ao perceber as novas práticas de cobertura como é o caso do aparecimento do jornalismo móvel como um exemplo dessa transformação.

A influência desse cenário também é refletida no exercício da profissão quando o repórter passar a interagir com esse novo suporte tecnológico “o uso de tecnologias móveis conectadas potencializa a apuração, edição e distribuição de conteúdo dos locais dos eventos” (SILVA, 2009, p.129).

Tanto na esfera de veiculação de conteúdo, quanto na esfera da produção é sustentado o grau de potencialidade imersiva como consequência do desdobramento da convergência, ubiquidade e multimídia da informação no jornalismo digital. Para isso, vincula-se um cenário em mutação das capacidades tecnológicas móveis digitais em face dos internautas, que passam de meros consumidores para agentes de interação com a própria difusão rápida de conteúdos em redes sociais por meio de compartilhamento e pesquisa.

Ao refletir sobre esse cenário podemos recorrer a um leque de aportes de ressignificação atribuídos ao contraste informacional que dotou o jornalismo digital a bases dimensionadas de mobilidade. Como sugere o artigo da pesquisadora Sandra Henriques, “Mobilidade e ubiquidade: novas possibilidades no desenvolvimento do processo jornalístico”, publicado na Revista Âncora.

As possibilidades de construção de métodos móveis para a apuração e prática jornalística são possíveis e importantes quando, além de dados e informações pautadas, o profissional consiga aliar a mobilidade física - trazendo o lugar como fator de noticiabilidade -, a mobilidade tecnológica – tornando as possibilidades do dispositivo móvel (GPS, câmeras, Wi-fi, etc) como fatores de coleta de construção de dados sobre um fato ocorrido --, e a mobilidade informacional, como pressupostos fundamentais na produção do conteúdo. (HENRIQUES, 2016, p. 24).

Como forma de compreender o potencial das ferramentas em multimídia diante um cenário de inovação que insere nos jornais online a capacidade de multiplicar um conteúdo em múltiplos sentidos visuais, auditivos e táteis, o jornalismo digital traz uma quimera de potencialidades a serem exploradas na rede. Como bem observa, o pesquisador André Lemos, quando constata a dinâmica de interações na rede digital.

Como rede, o ciberespaço é aberto a priori, tendo sua forma determinada pelo tempo e pela dinâmica social, pela constituição complexa dos nós das redes. A rede não é aqui um dispositivo fechado, mas lugar de passagem e de contato, crescendo em valor de acordo com o crescimento do número de seus utilizadores. Ela é construída pela dinâmica de suas interações, não sendo assim, fechada a priori, conformando dinamicamente e sendo conformada de forma complexa pela sociedade e, conseqüentemente, por todo o campo comunicacional. Da cultura de massa centralizadora, massiva e fechada estamos caminhando para uma cultura copyleft, personalizada, colaborativa e aberta. (LEMOS, 2004, p. 5).

Em pleno século XXI com a adaptação do jornalismo ao meio online, o jornalismo digital assumiu um caráter convergente, ao retratar novas rotinas, uma vez que, a capacidade de cobertura foi ampliada através dos dispositivos móveis como celulares, smartphones e tablets, além de ter um novo cenário para as redações, que passaram a ser integradas. Quando pensamos sobre todo esse processo podemos remeter ao que foi fruto de toda extensa pesquisa feita pelo professor Doutor Fernando Firmino da Silva, onde ao tratar das novas rotinas profissionais dos jornalistas e suas atribuições, constatou:

Relacionado às rotinas de produção de campo dos repórteres equipados com um “simples” celular com 3G ou com uma parafernália portátil constituída por câmeras HD estilo Flip, smartphones, tablets, entre outros equipamentos e acessórios que transformam o local de apuração em uma redação remota. No decorrer da década passada visualizamos essa expansão rápida do conjunto de tecnologias móveis digitais e os dispositivos tecnológicos de comunicação e seu impacto no cotidiano das redes sem fio (Wi-Fi, 3G, 4G, WiMax, Bluetooth3) que logo foi absorvido pelo jornalismo e incorporado nas rotinas dos repórteres no dia-a-dia das redações. (SILVA, 2011, p. 128).

Para o autor, o avanço da tecnologia portátil promoveu uma revolução no cotidiano da produção da notícia. Mas não só isso, uma vez que permitiu um processo de adaptação aos meios da própria mensagem a ser instaurada uma cobertura em tempo real com o jornalismo digital móvel e suas extensões, enquanto

multiplataforma – vídeos, áudios, texto, infográficos e imagens. Vejamos o que o autor analisa na obra intitulada *Jornalismo Móvel*.

Com a explosão das tecnologias móveis e sem fio no século XXI, o jornalismo móvel implica em um processo de reconfiguração da produção jornalística devido à dinâmica imprimida às rotinas de produção dos repórteres em campo no processo de apuração, edição e compartilhamento de conteúdos por redes móveis ou telemáticas que elevou o trabalho à condição multitarefa e polivalente, entre outros fatores que também contribuíram para o processo como a convergência. A partir do final da década passada, o consumo de notícias também se apresentou como vertente do jornalismo móvel a partir do surgimento de equipamentos dinâmicos como tablets e smartphones com interfaces mais amigáveis e telas sensíveis ao toque. (SILVA, 2015, p.10)

Segundo o autor, a influência gerada por tais situações reportam processos jornalísticos na relação com a produção e o público consumidor, “onde a imediatez, aliada ao acesso remoto de dados para apuração, complexifica a cultura jornalística com a incorporação de novas rotinas”. Para tanto ele argumenta dois fundamentos que embasam essa análise:

Ao mesmo tempo, a relação com o público também se altera em pelo menos duas perspectivas: a. Demandar atualizações mais constantes ao também consumir notícias e redes sociais em dispositivos móveis; b. Poder participar da produção jornalística (via WhatsApp ou por outros meios de interação) contribuindo com conteúdos e informações que podem se transformar em notícias de repercussão. Os novos modos de mobilidade são substancialmente mais conectados com os arranjos da computação em nuvem e com a geografia da comunicação que se vislumbra, como veremos nos casos empíricos que analisamos. (SILVA, 2015, p. 26)

Por um lado, se verificamos a emergência da informação dada as circunstâncias de inovação que abarcaram a complexidade de produção diante o surgimento e avanço do jornalismo móvel digital, por outro, temos as influências a que se espelham, a adesão instantânea informacional dos conteúdos em multiplataforma. Essa noção macro possibilita acompanhar o processo que desencadeia estruturas e produções no jornalismo digital.

2.2 Jornalismo Digital: do convencional ao inovador

Em todo o mundo, o surgimento do jornalismo em rede propiciou um campo ampliado de pesquisas em torno do jornalismo digital que possibilitou o enquadramento teórico de reflexões, perspectivas e criticidade (MIELNICZUK; QUADROS; BARBOSA, 2006; PALACIOS, 2003) aos apontamentos em torno das características e especificidades que emergiram com a prática da adaptação profissional aos princípios norteadores da produção multimídia (BARDOEL; DEUZE, 2001), que deram a dimensão de um novo potencial denominado convergência jornalística (CANAVILHAS, SALAVERRÍA, 2012). O jornalismo móvel (SILVA, 2013) pelo qual se estendem os panoramas de mediação, narração e adaptação (BARBOSA; MASIP; MICÓ, 2009; KISCHINHEVSKY, 2009), com a inovação de narrativas interativas infográficas (CAIRO, 2008; TEIXEIRA, 2010; RODRIGUES, 2009) e o uso de redes sociais (RECUERO, 2009).

Todo esse efeito foi sentido na capacidade de jornalistas, bem como de profissionais da área de artes gráficas como designers em criar e aprimorar conteúdos inovadores a partir do uso de programas de edição específicos para a produção de gráficos, mapas e infográficos interativos, permitindo a adequação de conteúdos as plataformas online, com programas de edição online como Infogram; Easelly; Tableau Public; Mapbox, que se tornaram ferramentas atuais de edição de informação em sintonia com os meios digitais, responsáveis pelo alto grau de volume de dados que demandam uma interpretação mais dinâmica e interativa ao leitor.

Outros programas com plataformas mais complexas como o Flash, Premiere (Adobe), também estão nesse segmento de produção de edição, que reposiciona o conteúdo jornalístico desde um patamar de multimedialidade, até à audiência espelhada no acúmulo dinâmico e interativo que esses conteúdos dotados de especificidades próprias ao mercado de notícias colocam aos consumidores e leitores do jornalismo digital. Neste contexto, as potencialidades do jornalista também ganham novas atribuições ao adentrar no campo da edição gráfica, onde experimentam cada vez mais a construção dos próprios gráficos interativos, que ilustram suas matérias, uma tarefa antes restrita aos designers, que passou a permitir a acessibilidade sob as criações há vários profissionais, estendendo assim,

a função do jornalista enquanto próprio design da notícia. Diferentemente do que proponha o pensamento de que “é preciso um jornalista para produzir textos, um designer para apresentar a edição e um técnico para finalizar o processo (MOHERDAUI, 1999, s/n).

Para que se estabeleça tal condição de mutação das informações produzidas pelos jornais em uma dimensão digital, e diante o processo de produção em que se constitui um ambiente em rede, há que se constatar a presença da “mobilidade em um ambiente móvel que permite o acesso e a produção de forma ubíqua para publicação instantânea via dispositivos portáteis conectados a redes sem fio” (SILVA, 2009, p.74).

Em meados do início desse século foram postuladas investigações pioneiras em torno das ondas de gerações do jornalismo (PRYOR 2002, apud DEUZE, 2006, p. 16), que analisam este período como a ‘segunda onda’ de jornalismo online, “depois de uma primeira onda de experiências de publicações eletrônicas (1982-1992) e na véspera de uma terceira onda consistindo numa mudança de rumo em direção ao jornalismo multimídia”.

A digitalização da informação instaura uma nova era para o jornalismo, que na pós-modernidade tem do sistema de produção à distribuição de conteúdos até o processo de redação jornalística e modelos de matérias modificado. (BARBOSA, 2001, s/n).

A primeira geração também é conhecida como período transpositivo, pelo fato de que são notáveis as migrações do conteúdo produzido para veículos impressos para as plataformas dos sites e portais de notícia. É crescente o aumento de acessos nos portais de notícia tradicionais e também aqueles que se pretendem veicular conteúdos alternativos de diversos segmentos temáticos como é o caso dos portais de notícia e conteúdo de entretenimento. É concreto as diferentes fases que o jornalismo enfrentou desde a criação da internet, como também é perceptível as complexas formas de elaboração da informação mediante as novas tecnologias.

Temos no gráfico a seguir todo o processo de reconfiguração do jornalismo digital orientado por gerações, em que se compreendem as distintas fases de adaptação em sua evolução digital. Percebemos na ilustração, o avanço desse desenvolvimento em meio aos estágios do jornalismo em redes digitais que se expandem em primeira, segunda, terceira, quarta e quinta fase, essa última responsável pela mais atual fase do jornalismo digital.

Para Barbosa (2014), a crescente utilização de recursos multimídia através do entrelaçamento de bases de dados, integração de áudio, vídeo e hipertexto, dão suporte aos estágios de evolução do jornalismo em redes digitais. Conforme tais análises acerca desses avanços, temos a quinta geração com os recursos de: medialidade, horizontalidade, continuum multimídia, mídias móveis, aplicativos e produtos autóctones.

Figura 1 - Características das fases evolutivas do jornalismo digital.



Fonte: Barbosa (2012).⁶

Nesse atual estágio da quinta fase conforme o quadro ilustra, o jornalismo digital tem perpassado suas fases de evolução em um grau de adaptação constante e em aprimoramento, que não se confronta entre si, mas estabelece a integração de formatos em face ao complemento de elementos sobrepostos em multimídia. Como sugere Barbosa (2013) citando Grusin e defende:

A abordagem aqui apresentada agrega a categoria da medialidade (Grusin, 2010, p.6-7) para indicar que na contemporaneidade a produção jornalística presente nos diversos formatos de conteúdos (textos, fotos, áudios, vídeos, infográficos, slideshows, newsgames, linhas de tempo...) criados, editados,

⁶Criação BARBOSA, Susana. Captura de imagem própria feita durante o JDM - Congresso Internacional Jornalismo e Dispositivos Móveis. Universidade da Beira Interior: PT, 2012.

distribuídos pelas organizações jornalísticas é totalmente realizada por profissionais empregando tecnologias digitais e em rede. (BARBOSA, 2013, p. 34).

Ainda segundo a autora como forma de sintetizar a conceituação em torno do perfil desses estágios, o jornalismo digital passou a ser dotado de um mecanismo de metamorfose em que se reconfiguram elementos de atribuição na gestão de conteúdo capazes de aprimorar a informação em rede.

Em multiplataforma se expande os objetivos de uma única informação ao explorar a imersividade nas plataformas digitais, propulsores de um novo ciclo de inovação são consequência do surgimento dos dispositivos móveis, capazes de “reconfigurar a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos” (BARBOSA, 2013, p. 34). Nesse ecossistema apresentam mudanças nas rotinas das redações e nas habilidades profissionais Silva(2013), do qual emergem os aplicativos (apps) jornalísticos a exemplo dos produtos autóctones, que são conteúdos pensados exclusivamente para dispositivos móveis como tablets e criados de forma estratégica com conteúdo diferenciado.

Temos então os quatro principais elementos de identificação dessa nova área, que foram apontadas por Bardoel e Deuze (2000): interactividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia. Essa última possibilita um tripé de produção com criação, elaboração e circulação de reportagem em novas ambiências interacionais. A dinamicidade das características sujeitas ao modelo de produção de interatividade, hipertextualidade, multimídia, personalização e memória na construção da informação geradas no jornalismo digital perpassaram de um ambiente de crise. Explorando os potenciais da instantaneidade, multimídia, atualização contínua (PALACIOS, 2001).

Ainda destacamos a ubiquidade, por entender que em um conceito central de atualidade, onde se propaga os mecanismos de produção do jornalismo, se faz essencial para o entendimento dessa esfera em que a onipresença tecnológica, a toda hora e em qualquer lugar representa a ubiquidade.

A ubiquidade se refere a sistemas computacionais de pequeno porte, e até mesmo invisíveis, que se fazem presentes nos ambientes e que podem ser transportados de um lugar a outro. É essa ideia de estar sempre presente em qualquer tempo e lugar que interessa” (SANTAELLA, 2014, p. 35).

Após essa geração do jornalismo, temos a personificação do jornalismo móvel (MOJO), que conduz um cenário de imediatismo inerente a produção de notícia e que comporta características de instantaneidade, imediatismo, ambos elementos norteadores da diferenciação do jornalista monomídia para o profissional polivalente (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008).

O jornalismo móvel não é característica própria dos tempos contemporâneos porque a relação jornalismo e mobilidade ocorre desde a própria existência do jornalismo como prática de coleta e transmissão de informação. Entretanto, a configuração atual, movida pela estrutura móvel de comunicação, torna-o distinto, rompe com uma estrutura tradicional porque pela primeira vez permite a emissão de conteúdo em mobilidade, a partir de um dispositivo móvel, portátil e com conexão online. (SILVA, 2009, p. 3).

Assim sendo, se faz necessário o resgate histórico jornalístico dos cinco elementos característicos do jornalismo digital: multimídia, convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória, a instantaneidade do acesso, que possibilita a atualização contínua do material informativo como mais uma característica de webjornalismo (PALACIOS, 2004). Para tanto, vivenciamos fatores que estabelecem demandas necessárias às transformações do jornalismo produzido e distribuído em multiplataformas.

Com o passar das gerações do jornalismo digital podemos perceber de forma linear as peculiaridades de cada uma delas com a sistematização de sua evolução histórica observada por Carla Scwingel na pesquisa “Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo. A composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos”.

A) Experiências pioneiras – começariam no final dos anos 60, com os processos de digitalização e informatização. São exemplos o envio de informação via fax, o clipping via telnet, a associação com BBS’s e provedores internet com acesso restrito a clientes.

B) Experiências de primeira geração – a partir de 1992, quando começam a aparecer informações noticiosas em páginas web. Os produtos são praticamente transpostos de forma integral do impresso para a web.

C) Experiências de segunda geração – a partir de 1995, quando os produtos começam a apresentar características específicas da web, como a personalização e a interatividade. Apesar de começarem a se diferenciar, os produtos permanecem vinculados ao modelo metafórico do veículo impresso. D) Experiências de terceira geração – a partir de 1999, quando os produtos são elaborados tendo em vista os diferenciais do ciberespaço, já sem uma vinculação direta com o modelo de um produto somente impresso.

Começam a integrar também o radiojornalismo e a televisão; o audiovisual ganha força, bem como os mecanismos de interatividade. O processo de produção da informação é totalmente controlado pelos jornalistas. Sistemas

de gestão de conteúdos começam a ser utilizados na elaboração dos produtos jornalísticos, com a utilização de banco de dados integrados ao produto.

E) Experiências de quarta geração – a partir de 2002, com o uso de banco de dados integrados das empresas de comunicação, com o uso de sistemas de produção de conteúdos, com a incorporação do usuário no processo de produção, ou seja, com mecanismos do jornalismo colaborativo. (SCHWINGEL, 2008, p.64).

Dentre as experiências de produção pertencentes ao desenvolvimento do jornalismo digital observadas pela autora, a experiência intitulada por quarta geração é a consequência dos mecanismos tecnológicos incorporado ao avanço das bases de dados nas plataformas dos jornais online, que segundo ela, fez com que o caráter colaborativo desse origem a um jornalismo responsável por incorporar a integração de conteúdos num mecanismo de cooperação com o usuário.

Se assim considerarmos estaremos também estabelecendo pontes com o que constatou Barbosa (2012), pioneira nas pesquisas sobre o desenvolvimento do jornalismo digital. Quando aponta uma ordem progressiva as chamadas gerações do jornalismo e aplica uma quinta geração composta por medialidade, horizontalidade, continuum multimídia, mídias móveis, aplicativos e produtos autóctones, a todo esse processo evolutivo do jornalismo digital e em rede.

2.3 Convergência Jornalística: (Re)portando Conteúdos aos Dispositivos

Ao considerarmos uma dimensão própria do jornalismo - a convergência, em que se predomina a atribuição de uma gestão específica de registro do fato, diante a capacidade de adoção técnica de cobertura mediante geolocalização, em tempo real, podemos constatar aspectos de empoderamento de manuseios, adaptações de dispositivos conectados, e dinâmicos, usufruindo dos recursos das tecnologias móveis de comunicação e isso compreende a noção de sinergia empregada nas mais diversas interações presentes no cenário de convergência. Ao passo em que surgem as denominações de rede em nuvem, redação integrada, repórter móvel, jornalismo multiplataforma, e se sobressai o entrelaçamento de uma maneira inovadora de narrar gerando como consequência um potencial que agrega ao conteúdo e ao formato da convergência jornalística.

Tal entendimento induz a percepção das narrativas storytellingtransmídia⁷, aqui compreendida como uma ferramenta de expansão e reconfiguração do entretenimento nas multiplataformas “fazendo-se onipresente na sociedade em rede, estimulando o compartilhamento de informações e o desenvolvimento de modelos de negócios baseados na cultura participatória” (MASSAROLO, 2013).

De acordo com o pesquisador Massarolo, no artigo “StorytellingTransmídia: Narrativa para multiplataformas” como um eixo de base da convergência em multiplataforma ele considera:

O modelo de storytellingtransmídia delineado pela cultura da convergência como um novo paradigma do entretenimento nas multiplataformas do ecossistema midiático. Por definição, é um modelo que existe somente na convergência de estratégias narrativas que contemplem diferentes mídias. (MASSAROLO, 2013, p.345).

Tal grau desse elemento, enquanto característica do jornalismo digital é considerada pelo pesquisador Burgos (2016), no artigo “Jornalismo em multiplataforma: sistematização de atributos de design da informação e usabilidade para plataformas web e softwares” como um fenômeno que se potencializa refletindo em múltiplos suportes. Para ela, esse conceito de narrativa transmídia deixa a informação “espalhada” entre diferentes suportes e mídias de forma contínua e sequenciada.

Segundo o artigo, as formas de se contar uma história ganham estímulo com a realocação do conteúdo para diversos formatos como, por exemplo, os dispositivos móveis: tablets, smarthphone, nootbook, desktop e isso desencadeia “a criação de diferentes produtos, a flexibilidade de inserção em variadas situações de consumo e integração aos graus de letramento dos leitores” (BURGOS, 2016, p. 170).

Em se tratando de um contexto em sinergia, quando se aborda a perspectiva de convergência na informação noticiosa, em que os parâmetros na forma de gerir e gerar conteúdos são redimensionados, o artigo “Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais” nos concede uma reflexão minuciosa do caso.

⁷Entende-se por Storytelling, a conceituação trabalhada pelo autor ao discorrer. “Ao longo da história, o sentido etimológico da palavra storytelling (story–história; tellingcontar), ou seja, o ato de ‘contar histórias’, adquiriu novos sentidos, assumindo variados graus de importância e diferentes significados” (MASSAROLO, 2013, p. 338).

Nesse contexto, a lógica não é de dependência, competição ou de oposição entre os meios e seus conteúdos em diferentes suportes, característica de etapas anteriores do jornalismo, principalmente quando o examinamos a partir do surgimento das versões de produtos jornalísticos para a web. O cenário atual é de atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos, o que resulta num continuum multimídia de cariz dinâmico. (BARBOSA, 2013, p.41).

Assim percebemos o surgimento do conceito da convergência, que é amplo e diversificado em várias áreas do conhecimento como a sociologia, antropologia e a comunicação. No aparecimento dessa nomenclatura, em meados da década de 80, se considerava convergente, a interligação de tecnologia e comunicação, ao passo em que se davam os avanços dos meios de comunicação esse conceito foi se complexificando, como vemos na adoção conceitual do pesquisador Fernando Firmino, em que deduz, “a imbricação entre tecnologias digitais e meios de comunicação recebeu a denominação de convergência midiática” (SILVA, 2013, p. 7) e também como corrobora a ideia de integração própria da convergência, onde “as linguagens narrativas se misturaram: trazendo aspectos da televisão, do rádio e do jornal...respondendo às demandas da audiência líquida da cultura da convergência”. (PELLANDA; NUNES, 2013).

Na célebre obra que ampliou os horizontes de discussão sobre a própria essência da convergência e suas problemáticas na transmutação de conteúdos em diversos universos como jogos, seriados e entre outros, o pesquisador Henry Jenkins formulou um avançado grau de análise cultural sobre os paradigmas da convergência nas mídias digitais e provocou um olhar sob a criticidade desse campo enquanto aspectos sociológicos e culturais, designando sua teoria exposta na obra intitulada de “A era da convergência”, onde temos a seguinte definição:

[...] 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. (JENKINS, 2008, p. 27).

Em um momento inicial de transformação para o meio online que é a web com uma migração de conteúdos iniciada parcialmente na década de 90, de uma plataforma online datada de página de internet com a disponibilização do conteúdo

impresso, o jornalismo mergulhou em um cenário de profundas transformações tecnológicas, sociais e culturais.

Sendo assim, o jornalismo digital com o advento das produções multiplataformas, a narração horizontal, e as reportagens multimídias traçou um novo modelo de produção dos conteúdos jornalísticos gerando a alteração das formas de pensar e fazer, bem como os modos de gerir e gerar esses conteúdos, que constantemente sofrem atualizações seja pelo surgimento de uma nova plataforma como realidade aumentada, em que “à imagem do real, que é capturada pela câmera do dispositivo, são adicionados objetos virtuais gerados ou processados pelo computador” (SANTOS, 2014, p. 112), que estão crescendo no jornalismo digital por existir:

Três possibilidades de utilização da R.A no processo de produção jornalística. a primeira como forma de extensão do suporte impresso, agregando a ele novas funcionalidades; a segunda, como elo entre o fluxo audiovisual da televisão tradicional e aplicações de segunda tela, que também permitem novas formas de interação e oferta de informação customizada; por fim, como estratégia de acessibilidade capaz de enfrentar alguns problemas já identificados entre os produtos jornalísticos da web. (SANTOS, 2014, p. 115).

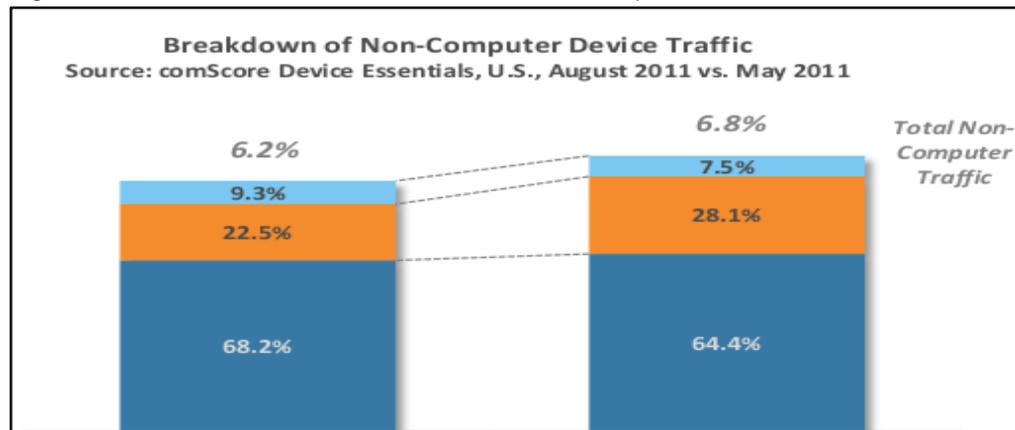
Como também pelo surgimento de demais plataformas que reorientam o conteúdo a distintas perspectivas com base de dados, metadados⁸, news games e infográficos interativos em uma dimensão de sentido glocal⁹. Esse cenário dá vazão a um processo de extrema dispersão de um caminho linear na comunicação digital em que um novo aspecto se dá ao jornalismo de rede, onde os espaços de conteúdo são constantemente reconfigurados a plataformas de interação e fazem da multimídia um caminho sem volta para o jornalismo digital com a realidade atual perpassada pela produção, veiculação e circulação da informação mediante cenários de propagação dos conteúdos jornalísticos multiplataforma, com espaço tecnológico em constante adaptação dimensão de liquidez afeta estruturalmente as rotinas de produção.

⁸No Brasil, o caso mais relevante diz respeito a adoção de tecnologias semânticas pelos sites de notícia da Globo.com” Disponível em: http://www.academia.edu/27605123/Jornalismo_Estruturado_uso_de_metadados_para_enriquecimento_de_bases_noticiosas_na_web. Acesso em: 05/09/2016.

⁹Glocal é um neologismo recentemente inserido no campo de estudos em ciências humanas e sociais para sinalizar e tensionar a instauração de uma tendência social, cultural, política e econômica de fusão (pretensamente não conflituosa) entre a dimensão global dos fluxos sócio-midiáticos e a dimensão cultural da miríade de contextos locais de processamento da experiência humana” (TRIVINHO, 2015, p.24).

Para termos a dimensão do processo de inserção dos leitores que fazem a utilização de conteúdos nos dispositivos móveis¹⁰, temos a seguir o gráfico da pesquisa da ComScore sobre o aumento do consumo de notícia nesses aparelhos. Os dados revelam o panorama ascendente do ambiente dos aparelhos de portabilidade potencializados pela tecnologia de mobilidade que presume a comparação de tráfego de não-computadores como exemplos os celulares, em segunda posição vem os tablets como a plataforma de consumo mais usada. Podemos entender esse cenário, a partir da compreensão da ubiquidade em que mídia digital, interatividade e mobilidade se conectam como elemento essencial do processo de convergência.

Figura 2 – Dados sobre acesso de conteúdos em dispositivos móveis

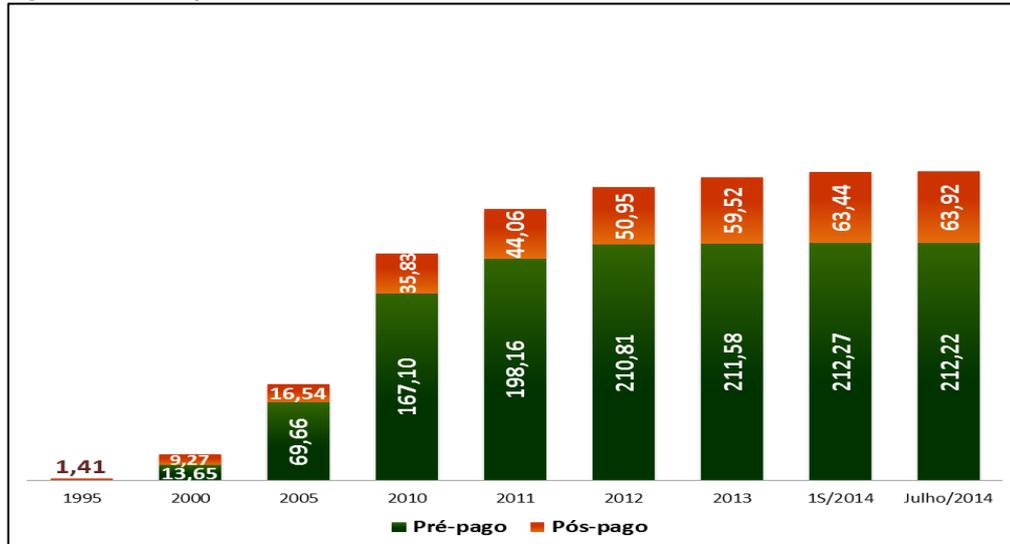


Fonte: ComScore (2011).

Em 2014, a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) publicou o índice de acesso via dispositivos móveis. Segundo os dados, o Brasil chegou a 42.596.507 linhas de telefonia fixa registrados em julho de 2016.

¹⁰No final de 2011, o Brasil contava com 242,23 milhões de acessos do Serviço Móvel Pessoal (SMP), tendo registrado crescimento de 16,2% em relação ao ano anterior. Esse resultado foi semelhante ao de 2010, que teve um crescimento de 16,7% em relação a 2009. Essa evolução teve forte contribuição da disponibilidade cada vez maior de redes 3G no país, que ampliaram o acesso à banda larga móvel. tecnologias de portabilidade que condiciona os incentivos crescentes na utilização de computadores menores que acompanha a mobilidade desse novo cenário do consumo de dados em dispositivos móveis que cresceu 47% no último ano, segundo estudo realizado pela Oracle.

Figura 3 - Evolução da telefonia móvel no Brasil, em milhões de acessos.



Fonte: Anatel (2014).

Em recente mapeamento realizado pela Secretaria de Comunicação da República, os dados sobre a ascensão do acesso da população aos meios digitais são cada vez mais potencializados. No estudo “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015” (PBM 2015) a internet é o meio de comunicação como um dos maiores índices de audiência no Brasil, levando o brasileiro a gastar cinco horas diárias conectado. Segundo os dados, quase metade dos brasileiros, 48%, usa internet:

O percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% na PBM 2014 para 37% na PBM 2015. O hábito de uso da internet também é mais intenso do que o obtido anteriormente. Os usuários das novas mídias ficam conectados, em média, 4h59 por dia durante a semana e 4h24 nos finais de semana – na PBM 2014, os números eram 3h39 e 3h43 –, valores superiores aos obtidos pela televisão. (PBM, 2015, p. 8).

Em análise sobre os novos hábitos, a pesquisa feita pelo IBOPE com mais de 18 mil entrevistas revelou, que o uso de aparelhos celulares como forma de acesso à internet já compete com o uso por meio de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente.

Ao que se percebe, em todo esse contexto, os hábitos dos leitores/internautas também acompanham as transformações tecnológicas. Essa nova porta que se abriu com os dispositivos móveis como um meio de acesso à informação e produção de conteúdo deu um salto na aplicabilidade de mecanismos em sistemas operacionais e de aplicativos APPs capazes de remodelar os formatos com que a notícia é veiculada, exemplo disso, são os jornais exclusivos, que fizeram desse

contexto uma oportunidade de realinhamento de seus formatos, “a exemplo de O Globo a Mais, Estadão Noite e Diário do Nordeste Plus (Fortaleza) que se deram conta dessas demandas nascentes com as plataformas móveis” (SILVA, 2014, p. 7).

Figura 4 - Imagens ilustra o surgimento de conteúdo exclusivo para dispositivos móveis



Fonte: Silva(2014, p. 7).

Essas inovações do jornalismo digital para plataformas móveis em sistema operacional Android ou IOS realinharam os padrões de apresentação e transmissão de conteúdos nas páginas dos jornais online, que adaptaram seus formatos para o acesso da informação via tablets e smartphones.

A maioria dos jornais online mundiais tiveram suas plataformas de sites reconfiguradas para atender as novas necessidades da informação digital em meio a convergência de conteúdos que proporcionou ao jornalismo uma dinâmica de notícias mais expandidas, nesse caso, multimídia. Será o jornalismo multimídia, a solução para o problema geracional de criação de conteúdos para uma adaptação do jornalismo ao digital? Tal questionamento versa sobre o jornalismo multimídia enquanto representação de uma ferramenta de inovação responsável pela reinvenção do jornalismo para o meio online e o quanto se prioriza nas empresas de comunicação esse modelo de informação.

Ainda nesse aspecto, o pesquisador Pavlik afirma “não só os recursos de multimídia de plataformas digitais, mas também a hipermídia interativa, as qualidades da fluidez da comunicação online e os recursos de personalização da mídia” (Pavlik, 2001, p. 218) são atribuições para um jornalismo digital inovador.

Para explorar esses novos formatos de fluidez da informação, as redações integradas se tornaram ateliês de inovação com a integração de profissionais da área de design e TI responsáveis pelo desenvolvimento de aplicativos e implementação de recursos com desempenho criativo nas produções de infografias, gráficos interativos e realidade aumentada¹¹. Sendo assim, o próximo tema versará sobre as especificidades de multimídia no jornalismo digital.

Ao constatar um cenário de transformações percebemos a geração de um processo em cadeia de consequências como a queda de circulação dos jornais impressos, que traz a tona o debate em torno da crise no jornalismo em meio aos processos de adaptação, bem como os custos e ônus em relação às produções que giram em torno da capacidade de produção dentro de multiplataforma, que são analisados no artigo “Tendências do jornalismo digital: Reportagens multimídias” (Fonseca e Silva, 2015) com base em reportagens multimídias que obtiveram repercussão na mídia diante do protagonismo com que foram inseridas dentro do contexto ainda pouco explorado do jornalismo em multiplataforma.

O aspecto oneroso dessas publicações, que embora tenham se sobressaído e influenciado ainda mais demandas por esses tipos de conteúdo, muito pouco se exploram acerca do aspecto do custo em relação aos demais conteúdos jornalísticos, “apesar de não divulgados, representaram custos muito superiores à produção de um material normal”. (FONSECA; SILVA, p.98, 2015). Como marca das produções em multiplataforma, os pesquisadores registram a primeira reportagem multimídia que foi publicada no The New York Times intitulada de ‘Snow Fall’,

O sucesso da nova modalidade de jornalismo digital fez tanto sucesso que ‘Snow Fall’ se tornou um verbo e sinônimo para esse tipo de trabalho multimídia, que deixaram de ser exclusividades do jornalismo estadunidense e ganharam outros mercados entre eles, o brasileiro. Por aqui o Jornal Folha de São Paulo desenvolveu uma reportagem nestes moldes com o tema A Batalha de Belo Monte, que ganhou uma versão traduzida para o inglês; o Jornal do Comércio produziu

¹¹“Realidade Aumentada nada mais é além da capacidade computacional de traçar, sobre um ambiente físico existente de fato, as coordenadas virtuais calculadas no interior de um processador, e sobre elas projetar aquelas informações contidas digitalmente (ibidem)” (LIMA JÚNIOR; BAZAN, 2013, p. 34).

reportagens como Casa Grande e Senzala, 80 anos; o Jornal Zero Hora, também produziu conteúdos multimídia como as reportagens Os Infiltrados, Por Dentro de...Dunas e Avenida em Farrapos. FONSECA; SILVA, p.98, 2015).

Em artigo do pesquisador Alexandre Lenzi (2014), “Desafios no redesenho das redações convergentes: produção multimídia e as relações de trabalho”, o autor considera o caos gerado nos jornais e revistas com a diminuição de vagas e da circulação como uma ponte para o surgimento de superação e solução se evidenciarmos a “necessidade de aprofundar o debate sobre a formação das equipes que desenvolvem os trabalhos multimídia das redações jornalísticas” (LENZI, 2014, p.63). No que tange, a descoberta de modelos capazes de reorientar a condição operante dos meios de comunicação, ele elenca um tripé de possíveis resoluções em que pese a constatação de que as redações de jornais vivem um momento de transformação, “que envolve fatores como reposicionamento no mercado, incorporação de novas tecnologias aos processos de trabalho e adequação do perfil dos profissionais para este novo cenário” (LENZI, 2014, p.62).

Se assim considerarmos, o jornalismo digital está imerso em um ambiente altamente movediço, transitório, transmutado, em que não se basta em si, mas se amplia ao corpo tecnológico como uma extensão de sua própria existência. Esse domínio não se estende a totalidade dos meios de comunicação existentes, uma vez que o processo é de certa forma, mais econômico do que propriamente cultural, quando se tem em mercado uma tendência a acompanhar o ritmo dos aparatos tecnológicos e das descobertas nas capacidades de produção, se tem por lamentar uma barreira na aquisição de muitas empresas de comunicação a esse universo empoderado, que são as tecnologias e sua mobilidade. Podemos fazer ilustrar, ao pegarmos casos do jornalismo local, onde se averigua a produção convergente em sua gestão, existindo um distanciamento da produção remodelada, adequada a esse cenário da multimídia, que requer riqueza de criatividade nas plataformas conteúdo, o que representa como avaliado pelo autor acima citado a renovação do quadro e isso custa caro há quem não adota investimento como premissa primordial.

Esse parece ser um caminho sem volta: a redação jornalística com produção multimídia, entregando notícias em textos (para sites e publicações impressas), complementadas com fotos, áudios, vídeos e infográficos. Procedimento desejado tanto em coberturas factuais, quanto nas grandes reportagens. ((LENZI, 2014, p.62).

CAPÍTULO 3

JORNALISMO MULTIPLATAFORMA

3.1 Jornalismo Multimídia: Imersão de Sentidos

O conceito de multimídia abrange especificidades de áreas de produção distintas, que compõe os elementos centrais de uma reportagem multimídia em que a integração de elementos visuais, interativos e dinâmicos demandam potencialidades de recursos com imagem, áudio, vídeo, infográfico e texto.

Para que esses recursos se complementem é necessário desenvolver um critério comunicativo seja compatível entre si e indique a coordenação de elementos multimídia na composição de uma informação: 1) compatibilidade, 2) complementaridade, 3) ausência de redundância, 4) hierarquização, 5) ponderação e 6) adaptação (SALAVÉRRIA, 2014, p. 46).

Para que a informação multimídia seja atrativa e inteligível para o público é necessário que os elementos que a compõem estejam devidamente interligados. O texto, o som, as imagens e o vídeo, assim como outros elementos que possam surgir no futuro, devem estar devidamente coordenados para que o resultado seja harmonioso. (SALAVÉRRIA, 2014, p. 46).

Com o crescimento do mercado das comunicações móveis, a explosão da internet, a emergência da indústria de conteúdos em ambiente multimídia são a demonstração do poder das tecnologias de informação para gerar novas formas de produção ao jornalismo e estímulo ao multimídia. Como sinaliza o pesquisador das tecnologias no jornalismo Mark Deuze:

Embora não possamos considerar o jornalismo multimídia uma prática emergente distinta, a convergência constante (através da digitalização) dos diferentes tipos de mídia sugere que, de algum modo, mais cedo ou mais tarde, todo o jornalismo terá uma componente ou essência multimídia, na medida em que será possível recolher, editar e divulgar notícias através de todos os tipos de plataformas, usando a mesma linguagem digital de zeros e uns. (DEUZE, 2004, 2006, p. 19).

De acordo com o ritmo de observações acerca da esfera de produção em um panorama que se compreende passado, presente e futuro do jornalismo digital

podemos aferir um elo de diversificação em que basea-se a nova mídia como a capacidade de concentrar em um mesmo ambiente diversos formatos de apresentação de informações. Nesse sentido, a comunicação expandiu seus formatos e modelos ao acompanhar esse processo.

A Multimídia do Jornalismo na Web é certamente uma continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos midiáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a Web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. (PALACIOS, 2002, p.6).

Nesse sentido, a narrativa que configura o jornalismo digital caracterizada pela produção “em texto, áudio, vídeo, fotografias, animações, simulações podem fazer parte de maneira complementar, constituindo uma estrutura plural que explora os diferentes sentidos da percepção humana. (RIBAS, 2005). Ao contrário deste pensamento, em que se identifica a condição de possibilidade, as ambiências em multiplataforma somam ao jornalismo uma ligação alicerçada fundamentalmente as possibilidades de inovação de narrativas e interação, sendo os recursos em multimídias a base dos conteúdos explorados pelos portais de notícia e os demais meios de veiculação como os dispositivos móveis.

Atualmente, as notícias estão disponíveis nos mais variados espaços: no impresso, no rádio, na televisão, mas também, no computador, no celular, no tablet e até nos videogames. A distribuição de conteúdo em multiplataformas é uma das estratégias do processo que vem sendo definido como convergência jornalística ou jornalismo convergente. O objetivo é conquistar o público consumidor que está cada vez mais fragmentado. (SOUSA, 2013, p. 35).

Esse conceito perpassa a expansão da narração do fato em formatos diversos de vídeo, texto e foto. Para Salaverría (2014) na medida em que se expande um olhar de complexidade conceitual a respeito do que constitui de maneira elementar esse instrumento jornalístico de conteúdo. Para ele, a exploração das possibilidades de diagnosticar o real sentido do conceito de multimídia requer um entendimento universal da comunicação enquanto dimensão humanística, “a comunicação humana é multimídia. Sempre o foi” (SALAVERRÍA, 2014).

Ao mesmo tempo em que o autor complexifica a discussão sobre o assunto ele a dimensiona em um patamar sucinto, onde para se ter a multimídia basta que se tenha dois elementos em uma mensagem já que “é a combinação de pelo

menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem.” Sendo defendida por ele como três dimensões centrais de sentido: multimídia como multiplataforma; multimídia como polivalência e multimídia como combinação de linguagens. Tal formato instrumentaliza o exercício da atividade jornalística, uma vez que, exige do profissional, demandas específicas de polivalência com criatividade e a técnica de produzir em vários formatos uma mesma reportagem (SALAVERRÍA, 2014).

Para acompanhar o patamar de gestão dos conteúdos multimídia é necessário que o jornalista adote critérios de produção, que são nivelados em três dimensões. A polivalência midiática, a polivalência temática e a funcional. Para isso, ele adota uma divisão de elementos capazes de distinguir a diversidade existente nas mídias.

Um conteúdo pode expressar-se, efetivamente, através de um único tipo de linguagem – texto, som, fotografia... – ou através de vários tipos de linguagem em simultâneo. Quando o conteúdo se expressa através de um único tipo de linguagem, encontramos-nos perante um conteúdo monomédia. Seguindo o mesmo critério, se combinarmos dois tipos de linguagem estamos perante um conteúdo bimédia; se forem três, trimédia, e assim sucessivamente. Segundo este critério, todos os conteúdos que contam com pelo menos dois tipos de linguagem associados entre si são, por natureza, multimédia. Dito de outro modo, qualquer mensagem que não seja monomédia é multimédia. (SALAVERRÍA, 2014, p. 30).

Para isto, em se tratando dos recursos que exploram as novas potencialidades que a reportagem tem no meio digital, os conteúdos que dominam a capacidade de imergir o leitor/internauta possibilitam ligações afetivas com um texto mais emocional como se identifica nas reportagens infográficas em que se exploram recursos interativos, dinâmicos e de entretenimento capazes de prender a atenção do consumidor da informação.

Em torno desse paradigma, o jornalismo cria um elo de dependência com a tecnologia que se torna pela potencialidade um caminho sem volta. Por um lado se tem o desafio de imersão que o conteúdo multimídia exige sobre os que acessam de uma rede com pouca navegabilidade por meio de um tráfego de internet insuficiente que limita a exploração total ao acesso das informações em multimídia, tal cenário de ampliação do acesso aos conteúdos com maior grau de complexidade como os casos de reportagens multimídias e infográficos interativos, só foi possibilitado com o uso efetivo da multimídia por meio da conectividade em redes de banda larga na internet.

A instrumentalização profissional do repórter, que passou a ter nas mãos uma série de requisitos e dispositivos capazes de operacionalizar a cobertura ao vivo, em tempo real de um acontecimento via plataforma online, mídia alternativa e redes sociais traz um quadro de distintas considerações, em que se sobressaem a jornada de trabalho com o acúmulo de funções, de atuações no chamado profissional multitarefa.

Nesse trajeto de reconfiguração, os espaços de produção tradicionais ficam cada vez mais escassos com o avanço da exploração dos recursos multimídia. Para Pavlik se constitui com todo esse cenário a constatação de uma crise no modelo de gerir e gerar o conteúdo jornalístico, em que se perde espaço os jornais com práticas que se distanciam das competências impostas pelo jornalismo digital. Sendo assim afirma:

A onipresente Internet de banda larga e sem fio, além da tecnologia móvel sofisticada, proporcionou aos consumidores o acesso à mídia noticiosa e de entretenimento em um ambiente digital sempre disponível em que os jornais analógicos e outras mídias noticiosas tradicionais têm um papel muito diminuído. (PAVLIK. 2011, p. 95).

O jornalismo multimídia surge em meio a um cenário de imediatismo inerente a produção de conteúdo disseminado em distintas plataformas audio-visual, sonora e textual com níveis de instantaneidade e imediatismo decorrentes da frequência de apuração de ambos elementos norteadores da diferenciação do jornalista monomídia para o profissional polivalente (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008). As reconfigurações ao modelo de informação influenciados pelos artefatos tecnológicos e a velocidade de transmissão potencialização do caráter imersivo.

A Internet e outras mídias digitais tornaram-se temas de um conjunto de homilias acerca das potencialidades ditas revolucionárias das novas tecnologias da comunicação. A interatividade, associada à velocidade e à comunicação em tempo real, tornou-se o novo fetiche. (SACRAMENTO, 2009, p. 100).

Com as novas técnicas e plataformas como podcast, vídeos em streaming, vídeos editados, imagens, smartphones e tablets, uma onda de prioridades na produção em multiplataformas potencializou não só os conteúdos jornalísticos, como também a convergência, além de ter impactado a maneira de gerir e gerar o jornalismo digital, que atribuiu ao leitor uma nova esfera de conteúdo e desencadeou

uma série de preocupação do ponto de vista de investimento das empresas de comunicação nesse ecossistema midiático que se transmuta em multiplataforma. Como bem identifica o artigo “Aplicativos autóctone em Franquias Jornalísticas: a possível transformação de rotinas produtivas na convergência com meios digitais”, em que verifica-se as rotinas produtivas e as estratégias em multiplataforma, uma vez que é analisado a produção das notícias com mais de uma mídia numa clara demonstração da necessidade de adaptação dos jornalistas e dos produtos jornalísticos disponibilizados aos públicos. (BELLOCHIO, et al, 2016)

Como compreensão sobre as mudanças que afetaram a forma com que o leitor trafega e absorve os conteúdos digitais, assim como a informação jornalística se percebe capacidades distintas do potencial de consumo da informação. Dotadas de três características encontramos o leitor contemplativo, movente imersivo e o mais recente denominado de ubíquo. Das potencialidades leituras reconfiguradas ao longo das transformações pelo qual o surgimento da internet propiciou ao leitor ubíquo a capacidade de ler e transitar entre formas, movimentos e direções, cujo organismo mudou de marcha, sincronizando-se ao nomadismo próprio da aceleração (SANTAELLA, 2014).

Mas será esse um caminho sem volta para o jornalismo digital, em que a narrativa jornalística encena uma tríade de pressupostos ao conteúdo em ambiência multiplataforma? Certamente se tomarmos como eixo de produção todos os estágios de evolução decorrentes de adaptações influenciadas pelo avanço da tecnologia na atuação e produção jornalística apontará um cenário de imersão do jornalismo diante de recursos, plataformas e ferramentas que potencializam formatos, redimensionam conteúdos e expandem recursos.

3.2 Especiais multimídias no jornalismo digital: o caso da série “A história de mim”

As narrativas pessoais que trazemos aqui nos mostram que a carne do jornalismo também é feita da memória cotidiana, esse lugar gigante e coletivo povoado pelo amor e pelo espanto (Moraes, 2014).

Ao termos um cenário de multimídia presente nas diversas plataformas do jornalismo digital percebemos a importância que esse gênero jornalístico (RODRIGUES, 2011) possui sobre a produção de conteúdo, ao assumir um papel fundamental para o aprimoramento e adequação da informação em um ambiente altamente competitivo e inovador como é o caso das plataformas de notícia em rede “as empresas jornalísticas de todo o mundo, sejam pequenas, médias ou grandes e do mainstream ou não, produzem narrativas específicas para a web a partir de critérios próprios para a elaboração e apresentação de conteúdos jornalísticos [...] (NORMANDE, 2014,p. 14).

A reportagem especial feita pela jornalista Fabiana Moraes “A história de mim” veiculada pelo Jornal do Commercio Online (JC), do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, de Recife - Pernambuco, que possui também o portal NE10, a TV Jornal (afiliada do SBT), a Rádio Jornal e a JC News (rádio allnews) é um exemplo claro desse processo, em que padrões e formatos guiam o internauta na narrativa pelo discurso informativo do jornalismo digital (BERTOCCHI, 2013).

A história desse especial multimídia nasce de um desejo de compartilhar as realidades de sensações como: amor, ódio, racismo, guerra, paixão, amizade e realizações de pessoas comuns, que tiveram em seu passado um recorte de drama social como, por exemplo, a vítima de racismo, exposta no “O mundo mudou na hora do recreio”, que conta a história de Brenda, uma criança negra e rica vítima de racismo no colégio de elite baiano. Já na reportagem ‘Ele fugiu pra casar com ela’, os aspectos da narração subjetiva e multimídia exploram a história de vida de um casal pernambucano que sofreu com a ditadura militar, num drama sofrido por dois jovens enamorados durante o clima de repressão e violência da ditadura brasileira com um enredo não-linear que mergulha o leitor numa viagem ao tempo.

Na plataforma, a narrativa possui um menu de navegação que explora os recursos de interatividade, que direcionam a leitura conforme o acesso do internauta aos botões de navegação inseridos em cada registro fotográfico sublimado no design documental e intimista proporcionado pela exploração de elementos característicos da narrativa online, que é descrita como uma proposta contrária à tradicional característica do jornalismo e seu tradicional formato da pirâmide invertida, em que os principais conteúdos estão descritos de maneira inicial.

Temos nesse cenário, segundo o pesquisador Canavilhas (2007), o princípio de pirâmide deitada, em que a notícia na web condiciona a organização de uma

arquitetura da informação, onde a narrativa do jornalismo digital passa a ser a pirâmide deitada, desenvolvendo as principais informações ao longo do texto como “um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com novos conteúdos multimídia, permitem reinventar o webjornalismo em cada nova notícia” (CANAVILHAS, 2007, p. 16).

Nas edições online o espaço é tendencialmente infinito. Podem fazer-se cortes por razões estilísticas, mas não por questões espaciais. Em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informação. (CANAVILHAS, 2007, p.7).

Diante, o conteúdo adotado pelo especial multimídia, a navegação só é possível através da fruição de conteúdos quando ao executar ações, o usuário navega com total liberdade pela página. “A escolha do trajeto pelo internauta é uma forma de adquirir protagonismo que propicia as condições para uma personalização das informações – ou da maneira de buscá-las [...]” (JORGE, 2012, p. 153).

No caso de uma estrutura interativa, a imersão vai do grau de participação que oferece ao internauta, em interferir com a linearidade da narrativa e com a experiência vivida em relação ao conteúdo. Para o pesquisador Pereira (2012), uma narrativa interativa é um processo de sequenciação cronológica de conteúdos conforme a capacidade de manuseio do usuário, numa lógica de causa-e-efeito, que só poderá ser ativado e continuado através da interação com várias possibilidades que lhe são dadas para dar continuidade ao desenrolar dos conteúdos, que segundo ele, traz todo o controle para as mãos do usuário.

Para o autor, o grau desse controle é uma das variáveis que pode tornar a experiência digital vivida mais interessante, imersiva e apelativa. Para isso, ele atribui três tipos centrais que se dividem-se pelo tipo de estrutura que as compõe:

Tradicional - linear, que caracteriza-se por ser linear e por não depender da interação do utilizador para que se desenrole. Em árvore - não linear: caracteriza-se por não ser linear e por depender da interação e escolhas tomadas pelo utilizador para que a história se desenrole. Devido ao número de possibilidades infinitas que abre este tipo de estrutura narrativa torna-se muito difícil de “controlar” e caminhos paralelos - multi Linear: caracteriza-se por não ser linear e por ser uma espécie de reconfiguração da perspectiva em árvore. Neste tipo de narrativa, ao utilizador/ espectador são dadas apenas duas possibilidades de escolha de desenvolvimento que se voltam a unir mais à frente no tempo, dentro da sequência de eventos da mesma narrativa. (PEREIRA, 2012, p.17).

Como ilustrado na imagem a seguir, a reportagem se constitui com tais características pelo seu próprio núcleo de informações, que perpassam alguns elementos centrais de um especial multimídia, em vídeo, imagens e texto. Como podemos observar em todo o layout da página existem os quadros que dão acesso às histórias por meio de botões interativos, indicado ao transcorrer do mouse: “Leia a História de Paulo...” e assim sucessivamente. O internauta tem assim a precisão na escolha da história que irá visualizar por meio de cada fotografia inserida em um design que lembra um relicário de histórias antigas.

Ao clicar em um desses quadradinhos, se tem acesso a uma história diferente, em uma leitura direcionada verticalmente com a inserção de uma matéria ilustrada com uma fotografia e uma vídeo reportagem, em que pode ser redirecionadas numa coluna localizada à direita da tela. Nela, são identificadas todas as dez reportagens contidas no especial. A interface do menu traz total imersão ao internauta, que não se surpreenderá com propagandas publicitárias.

Figura 5 – Tela principal do especial multimídia no portal Jornal do Comércio



Fonte: Moraes (2014).

Os personagens de memórias reais carregam na história uma realidade desenhada pela mão do tempo e das marcas que as lembranças deixam na pele. A

compreensão de mundo da jornalista, apresenta ao leitor, um universo de sensações humanas e sagradas, ao relatar pedaços de momentos dramáticos das pessoas entrevistadas. É como se o leitor estivesse voando em um cenário do imaginário coletivo do que todo ser humano almeja, - a conquista por algo e o desenrolar de um trajeto no caminho sinuoso da conquista de um objetivo.

Trata-se de uma reportagem para web, em estilo documental, com narrativa multimídia, que transcende as tradicionais narrativas de interação meramente criadas para o universo do jornalismo digital, pelo desenrolar de uma perspectiva sensível aos olhos de quem vê.

Nessa perspectiva, quando nos voltamos para os pressupostos que sustentam a subjetividade, enquanto fator de práxis intelectual, temos como premissa o conceito do psicanalista Carl Gustav Jung, que avalia a subjetividade como a matriz da objetividade, uma vez que para ele, a objetividade nada mais é que uma extensão da subjetividade, ou seja, em primeiro lugar está a dimensão subjetiva do ser humano, que é capaz de conduzir a dimensão objetiva. “A subjetividade é a condutora da construção teórica, e portanto da produção intelectual” (PERONI, 2003). A compreensão do mundo intangível é dotada de regressões e divagações por complexos universos do subconsciente humano com aderências aos campos de linguagem que mergulham nas histórias.

As onze imagens vistas neste A História de Mim são, todas, pedaços de alguém. Fazem parte da arqueologia particular de pessoas que não são comuns – porque, no final, ninguém é. Elas nos contam largos períodos de vida, ou simples instantes, trajetórias repletas de dor e/ou renascimentos inspiradores. (MORAES, 2015).

Levando em consideração esse aporte de relevância enquanto a narração textual, assim retrata o pesquisador ao explorar o potencial inerente dessa linguagem, em um contraponto com a diversidade de múltiplos conteúdos:

Apesar da comunicação multimídia ter dado especial realce aos formatos gráficos e audiovisuais, na era da internet o conteúdo textual continua a ser um elemento chave. É a coluna vertebral que sustenta e estrutura as peças informativas multimídia. O texto atua como elemento de contextualização e de documentação por excelência; informa o utilizador sobre os aspectos essenciais da informação que este tem diante de si, ao mesmo tempo que se apresenta como a via mais eficaz para oferecer dados complementares. (SALAVERRÍA, 2015, p. 36).

Ao longo da reportagem, o destaque maior é dado ao potencial de narração textual com expressão subjetiva do olhar jornalístico sobre os personagens. Desenvolve-se uma ligação profunda com a narração não-linear compreendida como um processo dinâmico em constante manifestação e transformação tanto no tempo quanto no espaço digital (BERTOCCHI, 2013, p.39).

Podemos considerar essa reportagem como um conteúdo de essência multiplataforma, hipertextual e multimídia ao considerarmos oito elementos: 1) texto; 2) fotografia; 3) gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração (SALAVERRÍA, 2015, p.33). O especial apresenta em seu quadro de conteúdos uma boa parte desses elementos, além de entrevistas com personagens, no intuito de envolver o leitor no universo de cada história.

Ao analisar uma das reportagens multimídia, que compõe o especial “A história de mim”, a reportagem “Ele fugiu para casar com ela”, podemos refletir os paradigmas que transcendem a reportagem jornalística e seus domínios de linguagens, narração e multimídia. As narrativas jornalísticas multimídia representam especificidades em sua estrutura discursiva, uma vez que dinamiza o ritmo da leitura com interações de vídeos, textos, e imagens.

Neste sentido, as tecnologias e ferramentas de produção dos conteúdos são instrumentos de modernização dos modelos de produção da informação caracterizados pelas novas tecnologias, das quais o jornalismo consegue se reinventar a cada constante inovação. Programas de edição de vídeo como o Premier (Adobe) e de infográficos interativos e dinâmicos fruto dos programas de HTML e Flash (Adobe) representam um cenário de expansão de conteúdos para o jornalismo.

O atual estado da arte das narrativas multimídia no webjornalismo mostra que grande parte desses conteúdos são, efetivamente, produzidos com o Flash, no que se convencionou chamar de Flashjournalism (McAdams, 2005). Tais narrativas incluem variados tipos, que vão desde a infografia interativa, até o chamado “especial multimídia”, passando pelo slide-show com áudio e outras manifestações do jornalismo multimídia na Web. (LOGHI, 2010).

Verificamos também que o material não possui qualquer tipo de suporte que redirecione para as mídias digitais como as redes sociais, por exemplo. Bem como percebemos, que a busca por novas linguagens é a marca registrada da

multimídia, sendo inserida num circuito de imersão tecnológica ao qual o jornalismo digital vem passando. Neste sentido, o cenário de adaptação, reconfiguração e potencialidade das inovações na linguagem jornalística, nunca antes imaginadas pelos modelos tradicionais de comunicação são um critério de inovação para o jornalismo.

3.3 Elemento multimídia: Infografia Digital

A infografia multimídia como narrativa jornalística trouxe ao jornalismo possibilidades de expansão no cenário digital possibilitando o estreitamento entre as fronteiras do jornalismo e o design, ao criar e desenvolver audiovisual e graficamente conteúdos com interatividade, dando uma forma mais criativa ao conteúdo e estimulando a atenção dos consumidores às informações. Nesse panorama, o mercado e as produções de infografia representam a inovação e o potencial de criatividade que o mundo digital proporciona perante o potencial da cultura de convergência.

Nesse cenário em que o jornalismo digital se permite adaptações, há uma revolução na produção de conteúdos online (SALAVERRÍA, 2011), os jornais não estão desaparecendo: eles estão mudando, está em curso, no que concerne à utilização e apropriação da tecnologia pela sociedade uma verdadeira transformação de comportamentos, na medida em que trabalham, vivem e pensam em rede (AMARAL, 2016).

Em meio a essa trajetória, um dos principais desafios do jornalismo atual é a adequação do conteúdo jornalístico a um panorama tecnológico em constante processo de inovação (LIMA JUNIOR; BARBOSA, 2015), que tem com o avanço das tecnologias móveis (dispositivos portáteis conectados) e das ferramentas de edição e distribuição, uma vasta esfera de plataformas para transpor a notícia.

Até anos atrás, o infográfico era um recurso muito utilizado nos conteúdos especiais como reportagens de grande repercussão ou em época de eleição para passar da melhor forma possível os resultados das campanhas nas urnas. Hoje em dia, já se percebe um certo avanço nessas produções, na maioria das vezes, reportagens complexas recorrem ao infográfico para envolver o leitor durante todo o

desenrolar da informação com o objetivo de tornar o conteúdo mais atrativo. Geralmente a atenção do usuário é despertada e o envolvimento com o conteúdo é completo.

Desse modo, formato e conteúdo são pensados levando em consideração um modelo de design para a notícia em multiplataforma que torne o conteúdo jornalístico mais adequado a totalidade de diversos contextos, desde do prosumer (quem produz e envia o conteúdo), à mídias digitais.

Nesse aspecto, a infografia está para o jornalismo digital, assim como a tecnologia está para a informação, ao apropriar-se dos recursos que direcionam conteúdos, ela se apresenta num espaço interativo, multimidiático e multidimensional com sua linguagem e forma próprias (RODRIGUES, 2011).

Ao contrário do argumento feito por Lima Junior e Barbosa (2015, p. 259), de que o jornalismo, no uso de novas narrativas como a exploração dos infográficos “está atrasado em relação à utilização de novas linguagens para aperfeiçoar as narrativas jornalísticas tradicionais”, há um esforço, embora ainda tímido, mas que não pode ser considerado atraso, visto as dimensões estruturais, culturais e locais do jornalismo digital.

No artigo intitulado ‘A infografia multimídia como narrativa jornalística e as possibilidades do HTML5’ dos autores acima citados, a compreensão do desenvolvimento dessa linguagem é feita de maneira comparada entre dois jornais de circulação internacional como o Clarín.com e o Folha.com. A visão de análise aplicada leva em consideração a exploração de infográficos produzidos em um período específico dos jornais e leva a conclusão, de que muito pouco tem se explorado nessa linguagem. De acordo com os autores existem, três níveis básicos de interação na infografia:

A instrução é o nível de interação mais comum nos infográficos multimídia. Basicamente, neste tipo de interação, o usuário indica, na maioria dos casos por meio de botões, a ação que deve ser executada no infográfico. Mais elaborados que os infográficos do tipo instrução, os infográficos de manipulação são baseados em experiências entre usuário e elementos do mundo real. Neste tipo de infográfico interativo, o usuário pode mudar posições, cores e tamanhos de objetos e características físicas de personagens virtuais por meio de elementos móveis e clicáveis. Já os infográficos interativos do tipo exploração oferecem uma ilusória liberdade irrestrita para os leitores se movimentarem virtualmente pelo gráfico, podendo manipular o conteúdo informativo. Ilusória porque a liberdade para visualizar as informações não passa de uma simulação programada pelo desenvolver do infográfico. Ele que decide o que, como e quando o leitor

pode ver ou manipular o conteúdo. (LIMA JUNIOR, BARBOSA, 2014, p.246).

No atual contexto tecnológico, a infografia multimídia para muitos meios de comunicação online tem se tornado um desafio, principalmente em relação à cultura da redação e ao programa de gestão de conteúdo das empresas de comunicação como é o caso do site do G1 Paraíba. A importância desse gênero jornalístico para a notícia têm trazido novos desafios para a comunicação e quem domina esse setor, tem conquistado uma geração de novos públicos hiperconectados e sedentos por uma informação em tempo real, imersiva, interativa e especializada.

Na infografia multimídia, a experiência do usuário é associada à questão da interatividade no âmbito da narrativa, entre o usuário e o sistema (RIBAS, 2006). As narrativas no jornalismo digital enquanto forma e conteúdo na multimídia compreende as perspectivas que traçam ao jornalismo multimídia uma dimensão elementar no seu próprio discurso narrativo.

Encontramos no artigo intitulado “O contexto digital e os gêneros jornalísticos: considerações sobre a retórica da narrativa na Web”, da pesquisadora Beatriz Riba, uma reflexão aos níveis da compreensão macro que dissemina o entendimento dessa prática na busca de elementos de identidade própria, que consolida e o diferencia dos meios tradicionais. Segundo o autor, a reportagem multimídia se destaca enquanto formato mais interessante para a informação na web:

A reportagem, em destaque juntamente com a infografia no uso da multimídia por integração, desempenha função primordial na construção narrativa em profundidade, mesmo que desintegrada do ponto de vista da multimídia. Já o mérito da reportagem em profundidade está em sua capacidade de permitir que o usuário estabeleça rapidamente relações entre os conteúdos e observe, mesmo que de início superficialmente, um panorama do acontecimento. (RIBAS, 2006, p. 20).

Neste sentido, se percebe segundo o autor, um repertório aprimoramento na reportagem como a infografia online como um gênero que incorpora as características e os processos necessários para o avanço da linguagem do jornalismo digital. Ao ponto em que observa-se um fluxo de sinergia ao jornalismo digital multimídia como analisa a pesquisa “Jornalismo Multiplataforma: jornais impresso tablets e e-readers na metamorfose da nova mídia”:

Ora, se o meio digital – que tem origem nos desenvolvimentos do campo da tecnologia da informação – pode ser considerado como o mais recente de uma série de avanços na mídia, e se os meios de comunicação não são substituídos, mas, ao longo do tempo, vem seguindo um caminho de busca e identificação de nicho/público mais adequado às suas determinadas especificidades é possível inferir que os jornais procuram se ajustar e, para isso, passam por processo de convergência e consequente coexistência. Portanto, antigos e novos meios – o conjunto que compõem a nova mídia – estão se reordenando para encontrar um ponto de coexistência. (CAPERUTO 2011. p.14).

A predominância por suportes de conteúdo mais dinamizados com uma gestão de informação cada vez mais expandida, lúdica e informativa, ganhou com a infografia ainda mais motivos para existir em suas diversas características visuais, sensoriais e interativas - a medida em que o avanço das tecnologias digitais proporcionaram um cenário em que a comunicação se permite estar mais próxima do usuário. Principalmente quando analisamos a evolução da infografia, que passou de um simples gráfico estático para um complexo suporte de informações.

Nesse contexto, se percebe a complexidade ao qual a multimídia se insere no jornalismo digital, uma vez que a informação visual passa a ocupar importante espaço, pois para além da própria multimídia, a informação consegue transmitir a notícia, repensar e reelaborar conteúdos específicos com os recursos disponíveis em suas plataformas, e atender as exigências do meio. Essa demanda está estreitamente ligada a condições de produção, uma vez que depende da capacidade laboral, estrutural e tecnológica da redação e do profissional.

A infografia digital e multimídia é um exemplo claro, da capacidade de desenvolvimento do jornalismo em meio a essas transformações tecnológicas, culturais e sociais do jornalismo digital e sua vertente multiplataforma. Essa forma de conteúdo fez com que o jornalismo digital ganhasse maior fluidez e adentrasse a um universo de sentidos conectados a uma perspectiva de múltiplas possibilidades nas formas de gerir e gerar um conteúdo noticioso com informação especializada. Assim como encontramos nos casos de grandes jornais online - Globo.com, Folha de São Paulo, Estadão, entre outros, em que exploram a infografia multimídia, principalmente nas páginas de esporte, política, economia e de entretenimento, que utilizam com frequência em reportagens e infográficos multimídias.

Nesse aspecto, faz sentido à seara de pesquisas em jornalismo, que se debruçam sobre potencialidades e perspectivas desse cenário, como podemos constatar na dissertação “Infografia em Meio Digital”, em que se analisa a infografia

como uma das características base do jornalismo digital multimídia, que é utilizado no dia a dia das redações de jornais online com maior potencial em conteúdos especializados.

Segundo o texto, é importante perceber toda trajetória de avanços nas estruturas e características dos infográficos desde seus modelos iniciais com a veiculação impressa, passando pelos mais avançados, em que se criam dimensões mais complexas em níveis de interação, multimidialidade e ludicidade, bem como sua evolução ao longo das inovações do jornalismo em rede, que valorizaram a experiência do usuário com o conteúdo das multiplataformas das páginas. Neste estudo, a pesquisadora considera um elo de fatores capazes de caracterizar a infografia:

A infografia digital agrega a combinação entre o desenho, a ilustração e o jornalismo no meio online, esta é a melhor forma de representar a informação, pois possibilita relatar acontecimentos com o apoio de elementos visuais. É denominada, muitas vezes, como infografia Online, infografia digital, infografia interativa, infografia multimídia e infografia interativa. (NEVES, 2013, p. 42).

Intimamente relacionadas, nomenclaturas diversas que são doadas a infografia digital traz em via de mão, a similaridade existente na diversidade com que são registrados os conteúdos infográficos. Para Salaverría (2004), é o gênero que melhor reflete o desenvolvimento da linguagem multimídia. Podemos assim perceber, que o desenvolvimento de tais estilos estão relacionados com a adaptação da infografia às demandas tecnológicas e as necessidades do leitor/ internauta. Esse cenário de inovação, aprofunda as perspectivas de renovação do jornalismo, à medida em que os conteúdos alcançam um grau de profundidade e conseguem informar de uma maneira atraente do ponto de vista estético, interacional e tecnológico.

A produção de infográficos digitais necessita de formatos que contemplem a integração de recursos com elementos visuais (fotos, mapas, ilustrações, gráficos) e textuais com o intuito de levar a atenção do internauta/leitor a transmissão de um conteúdo completo em dados e informações. Dessa maneira, a estratégia principal da infografia é efetiva, fazendo com que o leitor seja atraído pela ilustração, que causa a identificação de critério interpretativo, defendida como um eixo de ligação entre aquele que o absorve e o próprio conteúdo.

Nesse contexto, a importância da ilustração dar-se de maneira essencial ao jornalismo que, por meio da ilustração a notícia cria um “terceiro conteúdo, pois impregna no texto o seu tom. Algum aspecto do texto é apontado pela imagem, digerido, comentado, com os recursos da linguagem gráfica” (GUARALDO, 2013, p. 91).

Dessa maneira, os infográficos constituem - se de mecanismos que simplificam e auxiliam a compreensão de uma informação, independente de sua natureza, englobando em sua composição alguns elementos com a função de promover um bom entendimento do conteúdo representado (CAMPOS, BRAVIANO, 2013).

3.4 O portal de notícias G1 Paraíba: Tempos de mobilidade tecnológica

Ao que tudo indica, temos como estudo de caso, o site de notícias que possui em seu histórico um segmento pioneiro no jornalismo digital paraibano, quando criado em um contexto de fusão, que passou de Paraíba1 para G1 Paraíba em 2011, numa adoção a plataforma padronizada da Rede Globo de Comunicação.

Alvo da inserção natural da convergência jornalística priorizada pela multimídia (MELO, 2016) com um ibope que revela liderança a nível local, uma vez que em “2014 sua audiência constatou 1,5 milhão de acessos mensais, gerando mais de 3 milhões de visualizações da página, tendo um público de maioria, cerca de 55% paraibano” (CARNEIRO, 2015, p. 97). O site assimila uma narrativa própria do jornalismo digital, que delimita “um nível estruturante da atividade jornalística em suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção” (NORMANDE, 2014, p. 36).

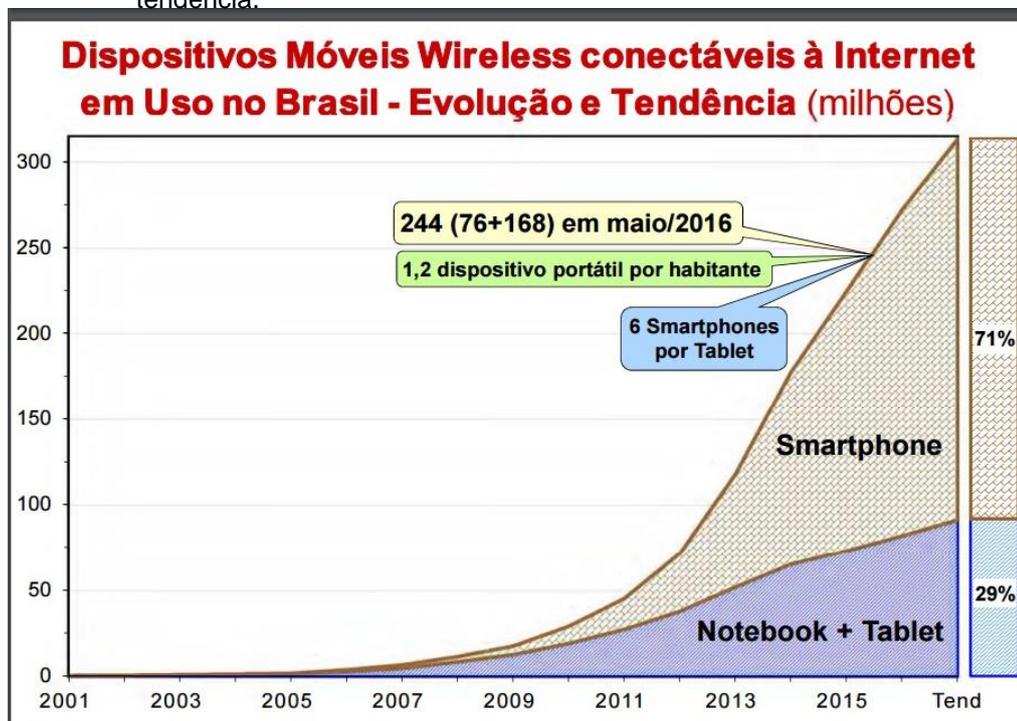
Para analisarmos o nível de suportes convergentes ao campo da multimídia presentes no portal de notícia G1 Paraíba, se faz necessário notarmos o impactante dado sobre a internet móvel no Brasil como meio para refletirmos uma das consequências mudanças nas estruturas narrativas dos jornais online com o surgimento e o avanço das tecnologias móveis portáteis, que tiveram um incremento exponencial no volume de acessos a conteúdo online, seja via app ou browser (CANAVILHAS, RODRIGUES, 2017) e que possibilitam a inovação no

formato e na condição com que a notícia chega até o internauta, usuário, consumidor da informação pelo fato de estarmos imersos em um período, que traz em seu DNA novos modelos de negócios por meio do hibridismo dos meios de comunicação tradicionais com a mídia digital (PASSARELLI, 2016).

De acordo com a 27ª Pesquisa Anual do Uso de Tecnologia da Informação da Fundação Getúlio Vargas 2016, o Brasil já possui 244 milhões de dispositivos móveis conectados à Internet por meio de notebook, tablet e smartphone. O mais interessante de se observar nessa pesquisa é a superação dos aparelhos celulares que ultrapassa o uso do computador, existindo assim uma preferência quase que centralizada na utilização de dispositivos móveis como smartphones para a internet.

A pesquisa da FGV, ainda alertava que ao final de 2016 cerca de 166 milhões de computadores (desktop, notebook e tablet) estaria em uso, sendo 30 milhões de tablets e que pela 1ª vez na história, a venda anual de computadores, teria queda de 30% em 2015. Notadamente como ilustrado no gráfico a seguir constatamos a emergência de demanda por dispositivos móveis conectados à internet.

Figura 6 – Dispositivos móveis wireless conectáveis a internet em uso no Brasil – evolução e tendência.



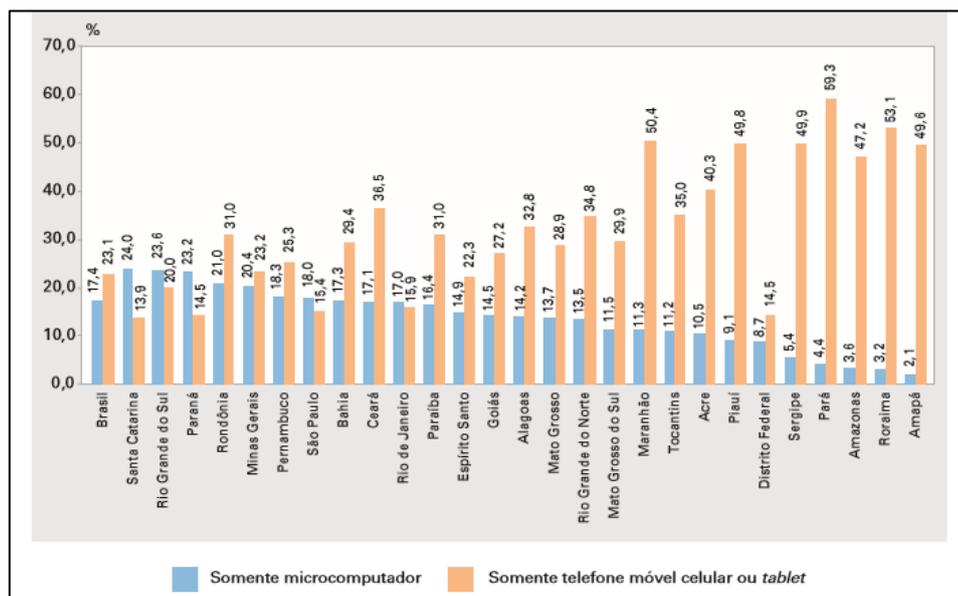
Fonte: Pesquisa Anual de Administração e uso da Tecnologia da Informação nas Empresas (2016).

Aprofundando o debate, vejamos a recente pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE com os principais indicadores sobre a utilização da Internet e a posse de telefone móvel celular para uso pessoal, dados esses obtidos a partir das informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD 2014, que constata, o acesso à Internet em banda larga massificado nas residências domiciliares ao ultrapassar 99,0% dos domicílios brasileiro. Em se tratando do uso de dispositivos móveis, 11,1 milhões (16,5%) de domicílios particulares tinham tablet e 80,4% (29,6 milhões) tinham acesso à internet por meio de telefone celular.

Dos 36,8 milhões de domicílios com acesso à Internet em 2014, 99,2%, tinha conexão em banda larga, contra 0,8%, que possuía exclusivamente a conexão discada. A banda larga móvel registrou expansão de 70,0%, passando a estar presente em 62,8% dos domicílios com Internet.

No estado da Paraíba, cerca de 31% dos domicílios possuíam conexão com a internet via dispositivos móveis como tablets e smartphone. Sendo que 75,7% dos paraibanos com 10 anos de idade ou mais acessam a internet por meio de dispositivos móveis. A mesma pesquisa mostrou também que 68,9% das residências no estado tinha internet banda larga contra 56,5% com internet móvel.

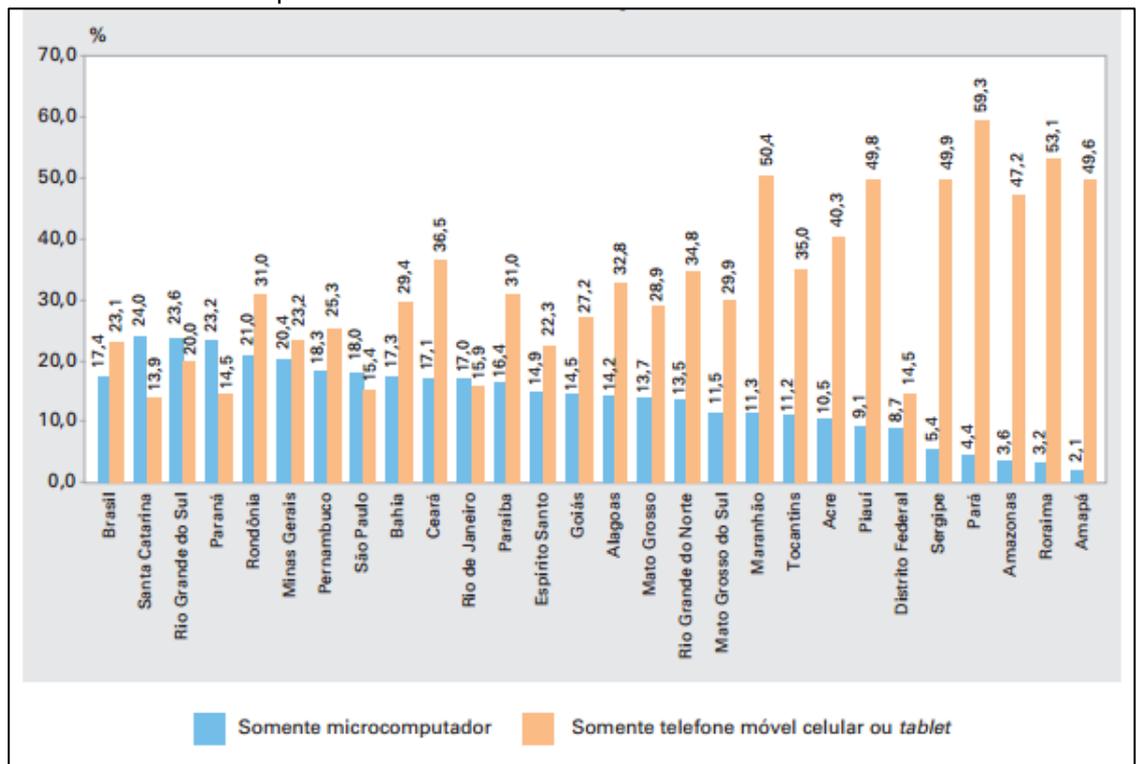
Figura 7 - Percentual de domicílio com utilização de internet somente por meio de microcomputador e somente por meio de telefone móvel celular ou tablet, no total de domicílios particulares permanentes com utilização somente de microcomputador.



Fonte: IBGE (2014).

Dentre os domicílios com acesso à Internet, 80,4% (29,6 milhões) tinham acesso por meio de telefone celular; 21,9% (8,1 milhões), por tablet; 4,9% (1,8 milhões). Vale destacar o acesso à Internet por meio de tablet, telefone celular e televisão, com aumentos de 50,4%, 76,8% e 116,34% no número de domicílios, respectivamente, em relação a 2013.

Figura 8 - Percentual de domicílio com utilização de internet somente por meio de microcomputador e somente por meio de telefone móvel celular ou tablet, no total de domicílios particulares permanentes com utilização da internet, segundo as unidades da federação, em ordem decrescente de utilização somente de microcomputador.



Fonte: IBGE (2014).

Ao termos a dimensão do diagnóstico acerca de todo esse cenário tecnológico, a nível nacional e local podemos sinalizar a importância dos dispositivos móveis dentro do mercado da informação, pressupondo um marco ao jornalismo digital e a comunicação em rede.

Nesse aspecto, essas novas plataformas criadas para atender o mercado de notícias nos dispositivos móveis, gera um circuito de inovações, e os sites como o próprio G1 Paraíba, já se alojam em aplicativos (apps), redes sociais e redes de compartilhamento, cujo fenômeno está ligado a um panorama irreversível na complexidade do ecossistema tecnológico convergente, em que independente das

mudanças estruturais, deve-se voltar o olhar para as plataformas digitais repensando o posicionamento do jornalismo em uma condição permeada pela sociedade em rede. Assim dissemina o pesquisador no artigo sobre multimídia publicado no livro “Transmidialidade do Jornalismo”:

Convergir conteúdos, com plásticas diferentes em um mesmo espaço, cria o ambiente da multimídia; convergir diferentes, em formas de comunicar em um único meio, cria a multiplataforma e a competência do jornalista em elaborar conteúdos textuais, visuais e sonoros diversos, constituem a convergência profissional do jornalista multiplataforma. (MELO, 2016, p. 418).

3.5 Análise e estudo da arte do G1 Paraíba

Os veículos de comunicação da Paraíba são ligados a tradicionais meios de comunicação detentores de rádios, TVs, sites e blogs. A relação de produção e veiculação de conteúdo segue um padrão orientado de forma integrada com cada segmento, que geralmente é filiado a um meio de comunicação com porte nacional. Como bem identifica a pesquisa “Webjornalismo local reconfigurado: aproximações e distanciamentos no G1 PB” sobre o jornalismo digital e o G1 Paraíba, no recorte histórico de desenvolvimento dessa empresa, que existe há seis anos e faz parte do Grupo “Rede Paraíba de Comunicação”:

Lançado em agosto de 2011, o G1 Paraíba é mantido pela Rede Paraíba de Comunicação, formada também pelas TVs Cabo Branco e Paraíba, o Jornal da Paraíba, o portal GloboEsporte.com Paraíba e pelas rádios Cabo Branco FM e CBN João Pessoa. Atuando vinculado ao portal de notícias G1, criado em 2006 e mantido pela Globo.com e sob orientação da Central Globo de Jornalismo, o G1 PB funciona, de certa forma, como uma editoria local do G1 nacional, e surgiu como um desmembramento do extinto portal Paraíba 1, que foi gerido pela Rede Paraíba de Comunicação. (CAMELO, 2014, p. 18).

Em entrevista realizada com a Nathalia Xavier, em 2015, ano que era editora-chefe do portal de notícias G1 Paraíba, via email se constatou uma realidade de adaptação do veículo ao cenário de transformações próprio ao jornalismo digital. Para ela o portal soube lidar com as demandas urgentes por atualização na forma de gerir e gerar conteúdo.

O Portal G1 Paraíba é fruto do plano de expansão do G1 nacional. Sua primeira geração data de agosto de 2011 como parte de um plano de

desenvolvimento do G1 nacional, que passou a direcionar equipes em todos os estados do país por meio das afiliadas da Rede Globo. O sistema de jornal digital do G1 nacional está inserido em todos os estados do país, tendo uma relação de editoria local, no caso da Paraíba. Produzimos material diretamente relacionado à Paraíba, seguindo o layout e os padrões de redação nacional.¹²

Com relação aos dados de acesso, o G1Paraíba tinha uma média de 4,8 milhões de visualizações de página por mês. Naquela época, durante a entrevista, a editora já percebia o crescimento de acesso contínuo, tanto pelo aumento de acessos do público local, quanto pelo crescimento do número de matérias que emplacamos na home do G1Nacional e da Globo.com, que possibilitam que nossas matérias sejam vistas por pessoas de várias outras localidades.

Em entrevista com o editor chefe, Taiguara Rangel, atualmente, o portal possui em sua redação uma equipe com seis jornalistas, sendo dois estagiários. O grupo se divide em quatro repórteres de campo e dois editores gerais. No expediente do jornal, há uma equipe de jornalistas para sua elaboração e outro grupo de profissionais para a atualização do site e das redes sociais.

Atualmente, conforme dados passados pelo editor, o G1 Paraíba registra em seus dados um grau de acesso diário de 130 mil visualizações, sendo 990 mil semanal; 4,1 milhões mensal, chegando a um grau de acesso anual de 50 milhões.

Ao longo de mais de seis anos de lançamento, o site do G1 Paraíba traz conteúdos com diversas temáticas e está hospedado no portal do G1. Em sua plataforma nas redes sociais e blogs próprios, apresenta interação com os internautas e ainda oferece serviços aos seus usuários, por meio do acesso aos suportes publicitários como, por exemplo, as lojas online. Sobre os recursos multimídias mais acessados do site, segundo o editor, fotografias e vídeos possuem maior acesso, que inclusive são os únicos elementos desse segmento característico da multimídia.

Dissecando pormenorizadamente o site, o G1 Paraíba está dividido em três botões horizontais, que apresentam reportagens especiais e notícias em destaque e duas colunas verticais, apresentadas diretamente na barra de navegação principal. No início da barra de rolagem, uma linha horizontal na parte direita direciona a visão para o acesso aos sites da Globo.com, G1, Gshow, Famosos e etc, Globoesporte e Vídeos, já na mesma linha no sentido esquerdo encontra-se os campos de “Assine

¹²Entrevista realizada via email datada em: 19 nov. 2015.

já, Central e Email”, na sequência, vem o tradicional campo em branco com o símbolo da lupa para que o internauta realize sua “busca” permitindo assim que o internauta a digitar quaisquer palavras-chave encontre uma lista de textos publicados no site.

Uma das colunas verticais é responsável pela veiculação das notícias gerais, a outra coluna localizada a direita possui vários segmentos de informação com um total de seis botões: “Acompanhe o plantão G1”, “JP2 Edição” (Jornal da TV), “Som nascente” (música na Paraíba), “Mais lidas”, “Últimas notícias”, “João Pessoa”, “Campina Grande”, “Agenda de Shows”, “Tempo”, Globoesporte.com/pb, “Programação” e “Mapa da velocidade”. Ao final da homepage, o site apresenta a divulgação de uma tela com divulgação do “shopping” da empresa buscapé, de vendas online.

Na barra de navegação principal, a coluna vertical central notadamente se constitui como a área mais importante, por sediar as notícias diárias. Nessa coluna, não existe um número específico de matérias, pois ela se prolonga por todo o desenrolar da interação feita na barra de rolagem, em sua visualização, as notícias são veiculadas com uma imagem do registro do fato e uma breve manchete para dar a chamada do fato.

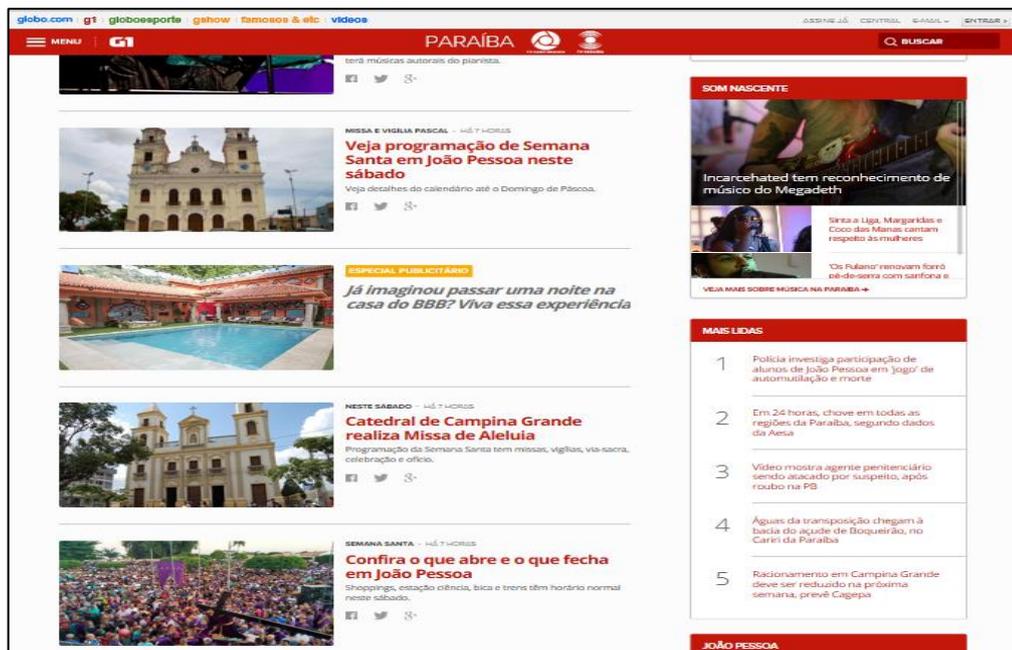
Na hierarquiação da notícia presente no layout do site, a matéria veiculada no espaço principal tem sempre uma conotação com assuntos que acontecem de última hora. Como mostra a imagem abaixo, a página principal é iniciada por uma barra onde se situa o logótipo do jornal, acompanhado do botão interativo “Menu” em que são encontrados, a totalidade dos sites de notícias da rede em outros estados, através de um mapa localizador com a inserção de um esqueleto contendo os principais segmentos do site.

Figura 9 – Estrutura inicial do site G1 Paraíba



Fonte: Portal G1 Paraíba (2016).

Figura 10 - Captura da tela principal do site G1 Paraíba.



Fonte: Portal G1 Paraíba (2016).

Assim como na TV, o site G1 Paraíba segue um padrão nacional conforme sua plataforma, que tem uma estrutura informacional baseada no modelo do G1, portal que congrega todos os sites com editorias locais pelo país pertencente ao Grupo Globo de Comunicação.

Figura 11 - Layout da página do G1



Fonte: Portal G1 Paraíba (2016).

Como podemos observar na captura de tela da página principal do site temos a distribuição de conteúdo em distintas plataformas texto, foto e vídeo. A disposição desses elementos funciona em concomitância com a produção televisiva, para tanto comporta trechos do programa que vai ao ar na TV da rede como a exemplo do JPB 2º edição.

Também iremos perceber o uso desses recursos como produção de acréscimo que migra do programa em TV para a exibição online, ou seja é praticamente restrito a produção de vídeos exclusivos para o site, já a inserção dos telejornais locais se apresenta com maior grau de publicação.

Nesse aspecto, o conteúdo com identidade multimídia se constitui enquanto migração de um suporte televisivo para um outro online, como é o caso da página do G1 Paraíba, que apenas puxa um conteúdo específico da TV e insere no próprio site. Por vistas, se contrária a indagação de que se possa ter um ao vivo neste canal

de transmissão de conteúdo, ao inexistir um suporte de notícia em vídeo reportagem exclusivo para o próprio site. Ao que propõe tal afirmação da pesquisadora Thaíz Seibt, em que se acredita num desdobramento dinâmico da transmissão ao vivo, não sendo mais exclusividade da televisão, sendo uma potencialidade também das páginas dos sites online.

A incorporação de linguagens multimídia na Redação de um jornal originalmente impresso coloca o “ao vivo” ao alcance da mídia outrora apenas em papel. Já não é mais exclusividade da televisão a transmissão de um acontecimento diretamente do local em que este se desdobra. (SEIBT, 2013, p. 9).

Nesse aspecto, a capacidade de veiculação da informação possui um roteiro de divisão por cada conteúdo, o design da plataforma tem as mesmas configurações no layout e a distribuição de conteúdos na maioria dos espaços dos portais são um espelho do padrão do G1 Nacional com acesso aberto para a maioria das reportagens.

As inúmeras classificações de adaptação pela qual o jornalismo se perpassou em decorrência de uma onda tecnológica sem precedentes nas últimas décadas com a criação de um cenário complexo de expansão de informação em decorrência do surgimento das plataformas de convergência e ubiquidade formataram os princípios que caracterizam as recentes mudanças nos formatos de distribuição da informação nos jornais online.

A utilização dos elementos gráficos na interface digital para a internet potencializa o poder de atração visual de um portal e o torna composto por uma série de elementos visuais, que envolve a comunicação entre textos, fotos, imagem e ilustrações.

Esse site está organizado pelo grau de relevância do conteúdo com uma visualização que corresponde ao modo ocidental de leitura feita da esquerda para direita, de cima para baixo “Um texto linear mantém um fluxo hierárquico de informações, ou seja, lemos da esquerda para a direita, de cima para baixo” (FACHINETTO, s/n, p.15). O símbolo principal é a imagem da marca representada na letra maiúscula G e com o número 1 e o nome Paraíba dentro dessa letra de forma vertical. A cor que atua sobre o portal é o vermelho e branco na interface.

A realidade de produção de narrativas jornalísticas capazes de explorar todos os recursos proporcionados pela rede tem se tornado uma dimensão desafiadora

para o jornalismo. Ao passo em que sinais desse ambiente são percebidos com certa timidez nas empresas de comunicação.

Em relação as redes sociais, o G1 Paraíba não possui uma página no Facebook. Ao procurar mais informações precisas sobre esse aspecto dentro da redação, não obtive até o momento da pesquisa o retorno da entrevista com o Editor Chefe, Taiguara Rangel, que assumiu o compromisso de passar as informações de modo oficial para a contribuição do desenvolvimento dessa análise. Aos dados das redes sociais, existe apenas uma página que é a do G1 Nacional, que conta com exatamente 9.716.143 pessoas acompanhando o jornal no Facebook. Quando percebemos a importância dessa plataforma dentro da ampliação do jornalismo, podemos fazer alusão a uma das grandes pesquisadoras brasileira sobre o assunto. Para Recuero (2009, p.51) “ao republicar uma matéria, um ator concede credibilidade através do link, e igualmente recebe reconhecimento da rede social. Ao reverberar uma matéria, as redes sociais concedem credibilidade para a informação”. Segundo ela, nas redes sociais os jornais podem aumentar sua credibilidade ao adotar um sistema que interage com os leitores de maneira a transforma-los em potenciais seguidores, que ampliam as possibilidades de conexões e são capazes de difundir em rede os conteúdos do portal.

Estamos analisando um ambiente altamente dinâmico com plena interação entre a dimensão técnica, cultural e social em rede e podemos aferir um resultado que indica, a ausência de um potencial multimídia ao G1 Paraíba. Essa constatação se embasa mediante as observações constatadas e registradas nas imagens acima, onde o aspecto de multimídia é um recurso que passa longe do site, por não possuir em sua composição as narrativas apropriadas a oferta de conteúdos com elementos bases desse segmento.

Neste sentido, existe o site está na contra mão do que se propõe enquanto jornalismo de quinta geração, quando temos um amplo cenário que vem mudando ao longo dos últimos anos com o investimento em redações integradas, ampliação dos meios de comunicação nas redes, aplicativos e suportes, programas de edição avançado, dispositivos móveis, profissionais arquitetos do design da informação (BERTOCCHI, 2013) que constata a mudança do perfil profissional com capacidade de criação de conteúdos para diferentes suportes em que habilidades constituem a expansão das informações de maneira cada vez mais multiplataforma (NORMANDE, 2014).

CONCLUSÃO

Ao longo dessa pesquisa abordamos um mapeamento conceitual sobre as teorias norteadoras do processo de mudanças do jornalismo, que, englobam uma série de reflexões acerca da transição tecnológica, cultural e social pelo qual se concretizou uma nova era na comunicação, em que mobilidade, ubiquidade, interatividade e convergência passaram a ser essências do cenário jornalístico em rede. Sistematizamos conceitos referentes ao jornalismo digital, convergência e mobilidade, mapeamos a multimídia presente nos conteúdos de informação jornalística encontrados no portal de notícia do Portal G1 Paraíba e caracterizamos os formatos de multimídia empregados na home do G1 Paraíba.

Conforme analisado no desenvolvimento dessa pesquisa, as mudanças provocadas pelo acelerado crescimento tecnológico causou uma série de impacto no mundo do trabalho de diversos profissionais e, especificamente ao jornalismo, o avanço constante da modernização da tecnologia dos aparelhos gerou um aprimoramento na forma como os conteúdos passaram a ser geridos, em um patamar de uso das bases de dados que são advindas da realidade criada por esse cenário que influencia o alto nível de complexidade na integração de informações e no acúmulo de dados, propiciando a identificação de um jornalismo ainda mais denso com a quantidade de dados produzidos e na forma de armazená-los enquanto registros e arquivos ativos em base de dados, que oferecem ao leitor, uma dinâmica de acesso aos conteúdos em jornais e pesquisas.

Como processo de adaptação aos avanços dos suportes tecnológicos e aos meios de comunicação entre dispositivos móveis e as ferramentas de criação, produção e veiculação em uma sociedade da informação, a compatibilidade do conteúdo jornalístico, no que concerne, os entrelaçamentos dessa atmosfera digital, se faz ainda em um tempo assimétrico, em que o ritmo de adaptação requer mais velocidade, ou seja, é perceptível como se tem construído um ambiente de inovação perante as novas demandas que vão surgindo com a complexificação de instrumentos e ambientes de disseminação dos conteúdos jornalísticos. No entanto, a que se considerar também, as dificuldades que permeiam esse percurso de mutação pelo qual se afere no estudo de caso do G1 Paraíba.

Nesse contexto, podemos identificar algumas potencialidades exploradas na transição de recursos, do tradicional ao multiplataforma, que se inserem no site com características notáveis de multimídia ainda em um grau de desenvolvimento mínimo. Ao navegarmos na tela principal, seja em um primeiro momento, observamos uma página dinâmica entre imagens, chamadas em texto e reportagens em vídeos com entrevistas produzidas em um grau de dependência da rede de programação do jornal televisivo, que faz parte do mesmo grupo de comunicação.

No que concerne, a atribuição de uma plataforma exclusiva de vídeo reportagens ao próprio site, que atribuiria uma identidade avançada de multimídia, tem-se uma ausência desse recurso. Essa abordagem identifica um desenvolvimento a quem da integralidade de recursos multimídias explorados pelo jornal com um grau ainda mínimo na exposição de conteúdo específico para o jornalismo digital multimídia.

Os desafios em torno do mapeamento dos recursos multimídia do portal obtiveram dificuldades de sistematização de conteúdos que se identificam dentro do conceito de multimídia. Ao que se percebe em uma análise exploratória, o portal não atende a totalidade de recursos multimídias e se evidencia uma ausência de elementos infográficos e audiovisuais como vídeo - reportagens, que são visíveis na distribuição de conteúdo no espaço da página central do portal.

Neste processo de pesquisa, algumas limitações e dificuldades precisam ser consideradas. Com o desenvolvimento da pesquisa, percebemos em uma observação aprofundada aos conteúdos, que praticamente inexistem conteúdos multimídias, o que evidencia as limitações que o portal possui enquanto adoção desses recursos.

Enquanto dificuldade, esse estudo contou com uma única análise de caso, notadamente se justifica a ausência de um aporte comparado de casos para análise, o que não impede de que se desenvolva com o avanço desta pesquisa. Durante este processo, obtivemos a constatação da limitação de recursos multimídias presentes no portal, caso esse que já se desenhava e que com a evolução das observações foram constatados.

A época de resistência às novas plataformas e tecnologias digitais, condiciona muitos profissionais e empresas ao avesso da capacidade de transmutar conteúdos e perpassar a complexidade dos princípios da distribuição em rede, o que denota ainda um cenário de incapacidade e dominação das atribuições geradas por

mecanismos de gestão da informação, o que compreende a produção de conteúdo adequada a esses fatores permanentes de distribuição e criação da notícia em caráter multimídia, numa tímida exploração do cenário multiplataforma do jornalismo, abordado no caso de estudo dessa pesquisa.

Para tanto, não podemos afirmar a premissa de que não se tenha a pretensão de acompanhar o ritmo condicionado por esses novos elementos como o do jornalismo multimídia, mas que, há de se considerar que muito pouco se tem investido em relação a estratégias para esse tipo de produção.

Essas inovações como a produção de reportagem multimídia precisa ser acolhida, testada e explorada em sua totalidade pelas empresas de comunicação, que tomem como pressuposto um caminho de ideais alinhados ao cenário de inovações proposto pelo jornalismo em multiplataforma. Sendo assim, há todo um cenário promissor para o avanço de um portal com mais engajamento nas produções multimídia.

Em que se refute as considerações a respeito do caráter da multimídia presente no site G1 Paraíba, buscamos perceber características de sua estrutura e disseminação na plataforma de notícias, que gerou a identificação acerca das limitações e nos possibilitou ao fim dessa pesquisa, compreender que infelizmente, ainda se tem um atraso na produção de conteúdo do jornalismo digital multimídia. Como assim também constata, uma outra pesquisa no campo da multimídia intitulada “Infografia multimídia: o FLASH e o HTML5 na ampliação das características interativas dos infográficos dos sites Clarin.com e Folha.com” feita pelo pesquisador Eduardo Barbosa, em que se constrói um panorama analítico sobre o descompasso dos meios de comunicação online “em relação à utilização de novas linguagens para aperfeiçoar as narrativas jornalísticas tradicionais, como o caso das narrativas que envolvem newsgames, infografia multimídia e a narrativa transmídia...” (BARBOSA, 2015, p. 149).

O que estamos buscando é a compreensão de um cenário promissor para o jornalismo digital. O que se pode dizer é que não há presença da multimídia em sua totalidade, em que pese a especificidade de conteúdo e que portanto, até o momento, a identidade das produções se limita a transposição de conteúdo, que no caso dos vídeos são transpostos da própria rede televisiva da empresa. Além disso, o que se percebe é que muitos jornais, entre eles o nosso objeto de observação nesta pesquisa sobre o G1 Paraíba, demonstram que estão realizando uma busca

por formatos mais adaptados às potencialidades dos formatos em redes, mas que sua implementação está longe de ser real.

Desta maneira, esperamos acompanhar as constantes mudanças nesse cenário para que possamos mensurar a evolução de um quadro mais dinâmico em relação ao aproveitamento necessário que os meios de comunicação usufruem ao absorver as tecnologias disponíveis e as técnicas que vão suprir as demandas informacionais geradas pelo avanço da linguagem jornalistas em multiplataforma. Além disso, ao passo que sinalizamos a continuidade dessa investigação, esperamos ter contribuído com reflexões sobre esse campo que terá oportunidade, dada a continuidade dessa pesquisa num cenário futuro, em podermos compreender a profundidade e complexidade do desenvolvimento do jornalismo multimídia e de sua adaptação aos meios digitais.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rosental Calmon. Jornalismo digital: dez anos de web e a revolução continua. In: **Revista Comunicação e Sociedade**. São Paulo, v. 9, n. 10, p. 93-102, 2006.

AMARAL. Redes sociais na internet. **Sociabilidades emergentes**. Universidade da Beira Interior. Covilhã, Portugal. Labcom – IFP, 2016.

ARAÚJO, Mariah de Almeida. **Convergência jornalística**: a produção de conteúdo no núcleo multiplataforma de esportes da Rede Paraíba de Comunicação. 136f. 2015. Dissertação (Mestrado em Jornalismo)-Universidade Federal da Paraíba, 2015.

ARAÚJO, Jefferson Garrido Neto. A utilização das mídias digitais na sociedade midiaticizada. In: ENCONTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA UNISINOS/RS. **Anais...1.2009**. Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/A%20utilizacao%20das%20midias%20digitais%20na%20sociedade%20midiaticizada.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

BARBOSA, Elisabete. **Interactividade**: a grande promessa do jornalismo online. Portugal: Universidade do Minho – Uminho, 2001.

BARBOSA, Suzana; Normande, Naara; ALMEIDA, Yuri. **Produção horizontal e narrativas verticais**: novos padrões para as narrativas jornalísticas. Compós, 2014.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: CANAVILHAS, João (Org.). Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis. Universidade Federal da Bahia, 2013.

BARBOSA, Eduardo Fernando Uliana. Infografia multimídia: o FLASH e o HTML5 na ampliação das características interativas dos infográficos dos sites Clarin.com e Folha.com. Faculdade de Comunicação Metodista de São Bernardo do Campo, 191 p. 2015. São Paulo.

BASTOS, Helder. **A diluição do jornalismo no ciberjornalismo**. Universidade da Beira Interior. Portugal, 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluciao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>>. Acesso em: 22 ago. 2016.

BURGOS, Taciana de Lima. Jornalismo em multiplataforma: sistematização de atributos de design da informação e usabilidade para plataformas web e softwares aplicativos. **Revista Latino-americana de Jornalismo**. João Pessoa, v. 3, n. 2, p. 162-178, 2016.

BELLOCHIO, Vivian. Considerações sobre a distribuição multiplataforma e suas afetações nos contratos de comunicação propostos em Zero Hora. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. São Paulo, v. 12, n. 1, p. 1984-6924, 2015.

BELLOCHIO, Vivian, BARRICHELO, Eugenia, ARRUDA, Tanise. Aplicativos Autóctones: a possível transformação de rotinas produtivas na convergência com os meios digitais. **Jornalismo Móvel. Linguagem, gêneros e modelos de negócio**. In: CANAVILHA, João, RODRIGUES, Catarina (Org.). LABCOM.IFP Comunicação, Filosofia e Humanidades Unidade de Investigação Universidade da Beira Interior, UBI. 2017.

BERTOCCHI, Daniela. Dos dados aos formatos: um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital. 2013. 89f. Monografia (Graduação em Jornalismo)-Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: ECA/USP, 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/CUT%20Imprensa/Downloads/DANIELABERTOCCHI.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.

BRASIL. Pesquisa Brasileira de Mídia 2015. **Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Publicado por Presidência da República do Brasil. Secretaria de Comunicação Social – Brasília: Secom, 2015.

CAMELO, Diogo de Almeida. **Webjornalismo local reconfigurado**: aproximações e distanciamentos no G1 PB. 2014. 68f. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Estadual da Paraíba. Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (UEPB). Campina Grande, 2014.

CAPERUTO, Ada. **Jornalismo multiplataforma**: jornais impressos, tablets e ereaders na metamorfose da nova mídia. 2011. 183f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2011.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. LabCom-Universidade da Beira Interior. UBI. Covilhã, PT, 2014.

_____. A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web. In.: REY, Paula Requeijo; PISONERO, Carmen Gaona. *Contenidos inovadores em La Universidad Actual*. Madrid: McGraw-Hill Education, 2014.

_____. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Portugal: Universidade da Beira Interior, 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2017.

CANAVILHAS, J.; SATUF, I. **Jornalismo para dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã: Labcom, 496f. 2015. Disponível em: <<http://www.labcomdata.com.br/wp-content/uploads/2015/06/jornalismo-mobilidade-e-realidade-aumentada.pdf>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

CANAVILHAS, João; Rodrigues, Catarina (ORG). **Jornalismo Móvel. Linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Universidade da Beira Interior, PT. 2017.

CARVALHO, Ana Amélia Amorim. Multimédia: um conceito em evolução. **Revista Portuguesa de Educação**. Universidade do Minho, Portugal, 2002, p. 245-268.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. A sociedade em rede: do conhecimento à acção política. In.: Conferência promovida pelo presidente da República. Centro Cultural de Belém. **Anais...** 4 e 5 de março de 2005. Disponível em: <<http://biblio.ual.pt/Downloads/REDE.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

CAMPOS. Bruno Indalêncio. **O infográfico como ferramenta de estímulo à leitura de artigos científicos**. Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica. Universidade Federal de Santa Catarina, 2014. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/30405271.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

DEUZE, Mark. O jornalismo e os novos meios de comunicação social. **Comunicação e Sociedade**. Portugal, v. 9, n. 10, p. 15-37, 2006.

DICK, Mauricio Elias; GONÇALVES, Berenice Santos. Orientações para o design de publicações digitais sistemáticas. **Revista Educação Gráfica**. São Paulo, v. 20, n. 02, 2016.

EBEL. Ivana Raquel. Jornalismo aumentado: experiências digitais com novas camadas de significação. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. São Paulo, v. 12, n. 1, 2015.

FERREIRA, Izabelli de Oliveira. Plasticdreams: a apropriação dos recursos digitais na revista para tablets. 110 f. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social)- Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. UFSM, 2014

GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias. In.: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Tecnologias da Informação e da Comunicação. **Anais...** 27. 08. Brasília, 2004.

GRANDIN, Anabela. **Os gêneros e a convergência: o jornalista multimédia do século XXI**. Universidade da Beira Interior-UBI. Portugal, 2002. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

GUARALDO, Laís. Estratégias expressivas de ilustradores editoriais. **Educação Gráfica**. São Paulo, v. 17, n. 03, 2014. Disponível: <http://www.educacaografica.inf.br/wp-content/uploads/2014/01/09_ESTRAT%C3%89GIAS-EXPRESSIVAS_88_102.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2016.

HENRIQUES, Sandra. Mobilidade e ubiquidade: novas possibilidades no desenvolvimento do processo jornalístico. **Revista Latino-americana de Jornalismo Âncora**. João Pessoa, v.3, n.2, jul., 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Editora Aleph. São Paulo. Edição Português. 2008.

JORGE, Thaís de Mendonça. Mutações no jornalismo e cidadania digital: três hipóteses sobre a produção da notícia na tela eletrônica. **Comun. & Inf.** São Paulo, v. 15, n.1, p. 149-164, jan./jun., 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/jessy/Downloads/22507-95115-2-PB.pdf>. Acesso em: 03 abr. 2017.

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. **Urbe**. Revista Brasileira de Gestão Urbana (Brazilian Journal of Urban Management), v. 2, n. 2, p. 155-166, jul./dez. 2010.

LEMOS, André. Cibercultura, cultura e identidade. Em direção a uma “cultura copyleft”? **Contemporânea**. Salvador, v.2, n.2, p. 9-22, 2004. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/copyleft.pdf>>. Acesso em: 21 ago. 2016.

_____. Cibercultura e mobilidade. A era da conexão. In.:INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 5 a 9 de setembro de 2005. UERJ, 2005.

LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (ORG.). **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

LENZI, Alexandre. Desafios no redesenho das redações convergentes: produção multimídia e as relações de trabalho. **Vozes e diálogos**. Itajaí, v. 13 n. 02, jul/dez., 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Coleção TRANS.34. ed.Tradução de Carlos Irineu da Costa. Edição 2008.

LEITE, Julieta. A ubiquidade da informação digital no espaço urbano.**Revista LOGOS - PPGCOM Tecnologias e Socialidades**. Rio de Janeiro, v 16, n. 2,p. 104-116, 2008.

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. BAZAN, Renato. Jornalismo hiper-real: narrativa jornalística e relações cognitivas frente às tecnologias de realidade aumentada. **Líbero**. São Paulo, v. 16, n. 31, p. 29-40, jan./jun., 2013.

LONGHI. Raquel Ritter. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia.**Estudos em Comunicação**.Santa Catarina, v. 2, n. 7, p. 149-161, 2010.

MACHADO, Elias. **A base de dados como espaço de composição multimídia**. In: BARBOSA, Susana (Org.). Jornalismo digital de terceira geração. Labcom – Universidade da Beira Interior. 2007, p.111-126. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt>. Acesso em: 28 agos. 2016

MASSAROLO. João Carlos. **Storytellingtransmídia: narrativa para multiplataformas**. **Revista Tríade**. Sorocaba, v.1, n.2, p. 335-347, dez., 2013.

Disponível em:
<<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php?journal=triade&page=article&op=view&path%5B%5D=1764&path%5B%5D=1646>>. Acesso em: 19 out. 2016.

MIELNICZUK, Luciana; QUADROS, C. I.; BARBOSA, S. Estudos sobre jornalismo digital no Brasil. E-Compós (Brasília), v. 7, p. 1-22, 2006.

MOHERDAUI, Luciana. **Diários paulistanos na web**. Universidade Bandeirante de São Paulo, 1999. Disponível em:
<http://bocc.unisinos.br/pag/_texto.php?html2=moherdauiluciana-jornalismo-online.html>. Acesso em: 22 ago. 2016.

MIRANDA, Fabiano. **Animação e interação na infografia jornalística**: uma abordagem do design da informação. 49f. 2013. Trabalho de Conclusão do Curso (Pós-Graduação em Design)-Universidade Federal do Paraná. Curitiba: UFPR, 2013.

NEVES. Cátia Sofia Pereira. **Infografia em meio digital**. Escola Superior de Tecnologia de Tomar- PT, 2013.

NORMANDE, Naara Lima. **Estado da arte das narrativas multimídias**: análise de produções premiadas e casos ilustrativos.138f. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)–Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

NUNES, Ana Luísa Angeletti. **Jornalismo na internet**: a nova narrativa das reportagens multimídia. 58f. 2014.Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal de Viçosa, 2014.

NUNES, Emmanuela Cristine Leite. **A multimídia no jornalismo digital**: o caso do Publico.pt. 52f. 2013.Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Centro de Ciências Sociais e Aplicadas.Universidade Estadual da Paraíba, 2013.

NUNES, Pedro. **Hipermídia**. Diversidades sígnicas e reconfigurações no ciberespaço: In. NUNES, Pedro (Org). Mídias Digitais & Interatividade. João Pessoa. Ed. Da Universitária da UFPB, 2009, p. 219 – 232.

PAVLIK, Jonh V. A tecnologia digital e o jornalismo: as implicações para a Democracia. **BrazilianJournalismResearch**. São Paulo, v. 7, n. 1, 2011.

PASSARELLI. Brasilina. Mediação da informação no hibridismo contemporâneo: um breve estado da arte. **Ci.Inf**. Brasília, v.43, n.2, p.231-240, maio/ago, 2014. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/viewFile/1406/1584>>. Acesso em 02 abr. 2017.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo digital**: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs), Modelos do jornalismo digital. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PELLANDA, Eduardo Campos; NUNES, Ana Cecília B. O The Daily como uma mistura de mídiase uma nova significação do meio jornal. PPGCOM – ESPM, Comunicação Mídia e Consumo, ano 10 vol.10 n.28 p.189-207 MAI./ago. 2013.

PERONI, Maria Paula Bueno. **Existências fascinadas**: história de vida e individuação. São Paulo: Fapesp, 2003.

PEREIRA, Leonardo. **Introdução a interatividade e as narrativas interativas**. Atelier de Audiovisual e multimédia II. Curso de Ciências da Comunicação. Universidade do Minho. Braga – PT, 2012.

PINHO.J.P. Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação online. São Paulo. Editorial summus, 2003.

QUIJADA, D. F. Bases de datos multimédia en la red global. Un recurso para la localización e indexación de contenidos. In: Telos: Cuadernos de comunicación, tecnología, y socialidad. Disponível em: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?id_articulo=1&rev=67.htm. Acesso em: 20/08/2015.

RANIERI, Paulo Rodrigo. A infografia digital animada como recurso para transmissão da informação em sites de notícia. In: **Revista Prisma.com**. Portugal, n.7, 2008.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBAS, Beatriz. **Características da notícia na web**: considerações sobre modelos narrativos. Webjornalismo. São Paulo, 2005. Disponível em: (<http://www.ca.ubi.pt/~webjornalismo/sections.php?op=viewarticle&artid=92>). Acesso em 21 ago. 2016.

RODRIGUES, Sara Maria Pinto. Infografia digital: Expresso e Público, a que distância ficam do New York Times? PRISMA.COM n.º 19 ISSN: 1646 - 3153. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. 2012.

SANTAELLA, Lúcia. **O leitor ubíquo e suas consequências para a educação**. São Paulo: Coleção Agrinho, 2014. Disponível em: <http://www.agrinho.com.br/site/wp-content/uploads/2014/09/2_01_O-leitor-ubiquo.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2016.

SEIBT, Thaís. Uma equipe, diversas linguagens: apontamentos para uma reflexão sobre os novos modos de narrar do jornalismo no contexto multimidiático. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Faculdade Caspér Líbero**. São Paulo, v. 5. n. 1, 2013.

SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo móvel. Coleção Cibercultura / Lab404. Originalmente apresentada como tese do autor (doutorado), 2013 – Universidade Federal da Bahia, EDUFBA, 53 p. ISBN 978-85-232-1378-7. 2015.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital**: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de

campo. 408f. 2013. Tese (Doutorado em Jornalismo) - Faculdade de Comunicação Social. Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador, 2013.

_____. Mobilidade convergente: abordagem sobre a prática os estudos do jornalismo móvel. **Revista Ícone**. Recife, v. 11, n.2, 2009.

_____. **Jornalismo e tecnologias da mobilidade:** conceitos e configurações. Universidade Federal da Bahia – UFBA. 2013.

_____. **Jornalismo e tecnologias portáteis na cultura da mobilidade:** tipologias para pensar o cenário. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO DA USP. **Anais...** USP, 7, São Paulo, 2009 .

_____. **Jornalismo em dispositivos móveis:** análise das revistas e jornais brasileiros em tablets e smartphones. Projeto de Pesquisa UEPB/CNPq. Campina Grande, 2011.

_____. Jornalismo live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. **Anais...** UMESP, 6, São Paulo, 2008.

_____. Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** 31, Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008. Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado –** convergência de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90Media, 2008.

SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo.** A composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos. Salvador – Bahia, 2008.

SOUSA, Máira de Cássia Evangelista. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet.** 123f. 2013. Dissertação (Mestrado em Jornalismo)-Universidade Federal de Santa Catarina, 2013.

TEIXEIRA, Tattiana. et al. Ferramenta para análise de multimídia em cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (Org.). Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo. **LabCom Books**. Covilhã, v. 1, p. 80-130, 2011. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111219-201110_marcos_palacios.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2016.

TRIVINHO, Eugênio. Bunker glocal: configuração majoritária sutil do imaginário midiático contemporâneo e militarização imperceptível da vida cotidiana. **Revista Comunicação, mídia e consumo**. ESPM-SP, 2013.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla. **Jornalismo online: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio : Editora Sulina, 2009.

KURTZ. Adriana Schryver. **Revista Observatório**. São Paulo, v. 2, n. 5, p. 310-333, dez., 2016. Disponível em: <c>. Acesso em: 14 mar. 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Ficha Ferramenta para Análise de Multimedialidade em Cibermeios

IDENTIFICAÇÃO DO CIBERMEIO

Nome do cibermeio : G1 Paraíba

Dias de observação: 14 e 15 de Abril

Hora de observação: 8h às 14h

Recurso multimídia (na página inicial) Sim

Fotografia (individual) - Sim

Fotografia (galeria) - Não

Vídeo (individual) - Sim

Vídeo (galeria) - Não

Áudio - Não

Infografia - Não

Gráficos e mapas estáticos - Não

Mash-up - Não

Newsgame – Não

Recurso multimedia (em qualquer parte do cibermeio) Sim Não

Arquivo de infografias (Contenedor)

Arquivo de vídeos (Contenedor)

Arquivo de audios (Contenedor)

Outros (especificar.....)

Outros (especificar.....)

Outros (especificar.....)

APÊNDICE B - Ficha B1 - Ficha para análise de Fotografia individual

Observações: não serão analisadas fotografias publicitárias, nem imagens que tenham função de identificar autores de colunas, weblogs, suplementos – por exemplo, “Yo

Nome do meio:

Data de observação:

Hora de observação

Número de fotografias:

Número total de peças (só as da página inicial)
(página inicial)

Análise de fotografias

Título:

Inclui legenda?:

5.2 SIM

5.3 Não

Utilidade da fotografia (marcar o que proceder)

15. Complemento (realça ou enriquece o texto)

16. Recurso ou ilustração

17. Independente

Localização:

Integrada na zona de notícias

Integrada na zona de notícias destacada e/ou segregada

Segregada em uma zona específica

Autoria:

Agência (identificar)

Assinatura pessoal identificada

Sem identificação

Autoria:

6. O texto e a fotografia são do mesmo autor?

- 6.1 Sim
- 6.2 Não
- 6.3 Não procede

Atualização:

7. Manteve-se a fotografia da última observação?

- 7.1 Sim
- 7.2 Não

Seção:

- Internacional
- Nacional / Espanha / Brasil / Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura / Comunicação
- Opinião
- Outras- Especial

APÊNDICE C - Ficha B2. Ficha para análise de fotografias em galerias

Observações: Entende-se por galeria de fotografias um conjunto de imagens agrupadas. A imagem não tem porque referir-se a um único tema.

Informação geral

Nome do meio:

Data de observação:

Hora de observação

Número de galerias:

(só as da página inicial):

Número total de peças

(página inicial):

Análise de galeria de fotografias

Tipologia de galerias:

- _ Montagem monotemática de imagens
- _ Apresentação conjunta de informações sobre diversos temas

Inclui título? (aplicável a montagens monotemáticas de imagens):

5.2 Sim

5.3 Não

Localização:

- _ Integrada na zona de notícias
- _ Integrada na zona de notícias destacadas e/ou segregada
- _ Segregada em uma zona específica

Utilidade da galeria:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo/redundante)
16. Complemento (realça ou enriquece o texto)
17. Integrado em um discurso multimídia (texto, imagens) através de Links
18. Galeria independente. Entidade própria.

Apresentação:

- _ Avanço automático
- _ Avanço manual

Extensão:

- _ Se o avanço é automático (duração em segundos)
- _ Número de fotografias (em qualquer um dos tipos de apresentação)

Autoria das fotografias da galeria:

- _ Agência (identificar) ¿Quantas em relação ao total?
- _ Assinatura pessoal identificada ¿Quantas em relação ao total?
- _ Sem identificação ¿Quantas em relação ao total?

Atualização:

6. Manteve-se a galeria da última observação?

6.1 Sim

6.2 Não

Seção:

- Internacional
- Nacional/Espanha/Brasil/Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura/Comunicação
- Opinião
- Outra Fotos do dia

Grau de elaboração. Elementos inclusos na galeria.

- Só imagens
- Música
- Declaração
- Voz em off
- Rótulos
- Efeitos sonoros

APÊNDICE D - Ficha B3. Ficha para análise de Vídeo individual

Observação: Não serão analisados e nem serão levados em consideração vídeos publicitários, nem trailers de filmes ou qualquer outra peça sem caráter informativo.

Informação geral

Nome do meio:

Data de observação:

Hora de observação:

Número de galerias

Número total de peças

(só na página inicial):

Análise de vídeos:

Título:

Forma de identificação:

- Fotograma com botão de play-
- Ícone
- Rótulo (Por exemplo, Vídeo)

(página inicial):

Localização:

- Integrado na zona de notícias junto com informações textuais
- Integrado na zona de notícias, mas segregado
- Segregado em zona específica
- Segregado formando galeria de vídeos-

Utilidade do vídeo:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo/ redundante)
16. Complemento (realça ou enriquece el texto)
17. Integrado em discurso multimídia (texto, imagens) através de links
18. Vídeo independente. Entidade própria.

Duração do vídeo:

Autoria:

- Agência ou outro provedor externo (identificar)
- Elaboração própria com autoria identificada
- Elaboração própria com autoria genérica (logotipo do veículo)
- Sem identificação

Autoria:

6. O texto e o vídeo são do mesmo autor?
 - 6.1 Sim
 - 6.2 Não
 - 6.3 Não procede

Atualização:

7. Manteve-se o vídeo da última observação?

7.1 Sim

7.2 Não

Seção:

- Internacional
- Nacional / Espanha / Brasil / Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura / Comunicação
- Opinião
- Outra

Grau de elaboração:

- Imagens
- Imagens com declaração
- Imagens com off
- Imagens com rótulos
- Imagens com stand up
- Imagens com declaração e stand up
- Imagens com declaração e rótulo
- Imagens com declaração e off SIM
- Imagens com declaração, off e stand up
- Imagens com declaração, off e rótulo
- Imagens com declaração, stand up e rótulo
- Imagens com declaração, off, rótulo e stand up
- Imagens com off e rótulo
- Imagens com off e stand up
- Imagens com off, rótulo e stand up
- Imagens com rótulo e stand up

Gêneros:

- _ Notícia / Informação do dia
- _ Reportagem
- _ Entrevista
- _ Opinião
- _ Outros

APÊNDICE E - Ficha B4. Ficha para análise de galerias de vídeo

Observações: Não serão analisadas nem levadas em consideração galerias de vídeos publicitários, nem trailers de filmes ou qualquer outra peça sem carácter informativo.

Informação geral

Nome do meio:

Data de observação:

Hora de observação:

Número de galerias

Número total de peças

(só na página inicial):

(página inicial):

Análise da galeria:

Título:

Tipologia de galerias:

- _ Montagem monotemática de imagens
- _ Apresentação conjunta de informações sobre diversos temas

Localização:

- _ Integrada na zona de notícias
- _ Integrada na zona de notícias, mas segregada
- _ Segregada em uma zona específica

Utilidade da galeria:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo/ redundante)
16. Complemento (realça ou enriquece o texto)
17. Integrado em discurso multimídia (texto, imagens) através de links SIM
18. Galeria independente. Entidade própria.

19. Número de vídeos incluídos na galeria (identificáveis desde a página inicial)

Autoria dos vídeos da galeria: Público

_ Agência (identificar). Quantas em relação ao total?

Público

_ Assinatura pessoal identificada. Quantas em relação ao total?

Público e Agências, Público

_ Sem identificação. Quantas em relação ao total?

Todas identificadas

Atualização:

6 Foram mantidos os vídeos da última observação?

6.1 Sim

6.2 Não

Arquivos (Contenedores) de vídeo

_ Da galeria de vídeos pode-se acessar através de um link um “Arquivo” (Contenedor) de vídeos mais amplo onde estão estocados produtos anteriormente publicados?

6.3 Sim

6.4 Não

Seção (nos vídeos identificados desde a página inicial, é possível mais de uma opção):

_ Internacional

_ Nacional / Espanha / Brasil / Política

_ Sociedade

_ Ciência, tecnologia e saúde

_ Economia

_ Esportes

_ Cultura / Comunicação

_ Opinião

_ Outros

APÊNDICE F - Entrevistas

Entrevista 01.

Por meio de uma entrevista de exploração de dados, foi realizado em 2015, via e-mail um contato com a editora do G1 Paraíba da época, a jornalista Natália Xavier. Ela nos informou sobre o crescimento em ascensão do site.

Em resumo: O G1 Paraíba foi lançado em agosto de 2011, como parte do plano de expansão do G1 nacional, que passou a implementar equipes em todos os estados do país por meio das afiliadas da Rede Globo. Hoje, o G1 Nacional possui páginas locais em todos os estados do país. A relação do G1 PB com o G1 nacional é o de uma editoria local. Produzimos material diretamente relacionado à Paraíba, seguindo o layout e os padrões de redação nacional.

O G1 Paraíba é mantido pela Rede Paraíba de Comunicação, formada também pelas TV Cabo Branco e Paraíba (afiliadas da Globo no estado), globoesporte.com/pb, Jornal da Paraíba e pelas rádios Cabo Branco FM e CBN.

Com relação aos dados de acesso, o G1 Paraíba tem atualmente uma média de 4,8 milhões de visualizações de página por mês (na monografia de Diogo esse número era menor porque se referia a outro período de análise). De 2014 para este ano, temos percebido um crescimento de acesso contínuo no G1 PB, tanto pelo aumento de acessos do público local, quanto pelo crescimento do número de matérias que emplacamos na home do G1 Nacional e da Globo.com, que possibilitam que nossas matérias sejam vistas por pessoas de várias outras localidades.

Com relação ao conteúdo multimídia no G1, além de utilizarmos no site as matérias veiculadas nas TV Cabo Branco e Paraíba, estamos buscando também aumentar a nossa produção própria de vídeos, como forma de possibilitar uma experiência mais dinâmica e rica ao leitor. Não temos como mensurar a média de

vídeos produzidos pelo próprio G1, pois este é um número que varia de acordo com as pautas produzidas durante o mês, mas temos nos preocupado, ao pautar as matérias, em pensar também como vídeos poderiam enriquecer o conteúdo. Em resumo, é isso. Espero ter contribuído com algo.

Entrevista 02.

Como forma de atualizar os dados acerca da evolução de acessos do g1 Paraíba, em 2017 realizamos uma nova entrevista, dessa vez, o editor já era outro, se tratando do jornalista Taiguara Rangel, que nos esclareceu sobre o tamanho da redação e seu crescimento. Aplicamos uma entrevista exploratória para nos aprofundarmos nesse novo cenário do site, que já demonstrava alguns avanços em relação ao ano anterior como nível de acessos e expansão da equipe.

APÊNDICE G - entrevista ferramenta para análise de multimídia no site G1 Paraíba

IDENTIFICAÇÃO DO CIBERMEIO

Histórico: O Portal G1 Paraíba foi fundado em agosto de 2011.

A equipe do G1 Paraíba é composta por quantos jornalistas? (6)

Como se deu o desenvolvimento de recursos multimídias no portal?

Eu não estava aqui à época do desenvolvimento dos atuais recursos.

Dados

Grau de acesso diário (130 mil)

Grau de acesso semanal (990 mil)

Grau de acesso mensal (4,1 milhões)

Grau de acesso anual (50 milhões)

Quais os recursos multimídias mais acessados do Portal

Fotografia (X)

Vídeo (X)

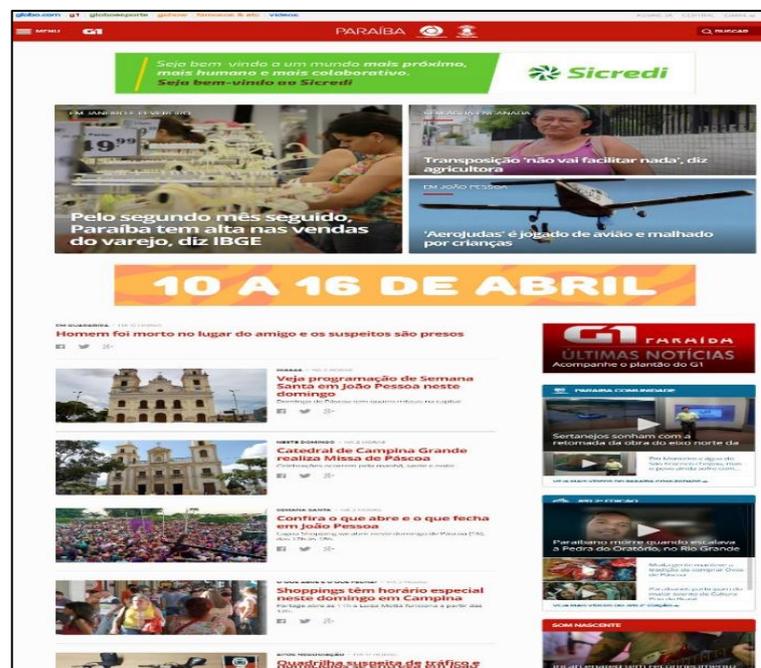
Áudio ()

Infografia

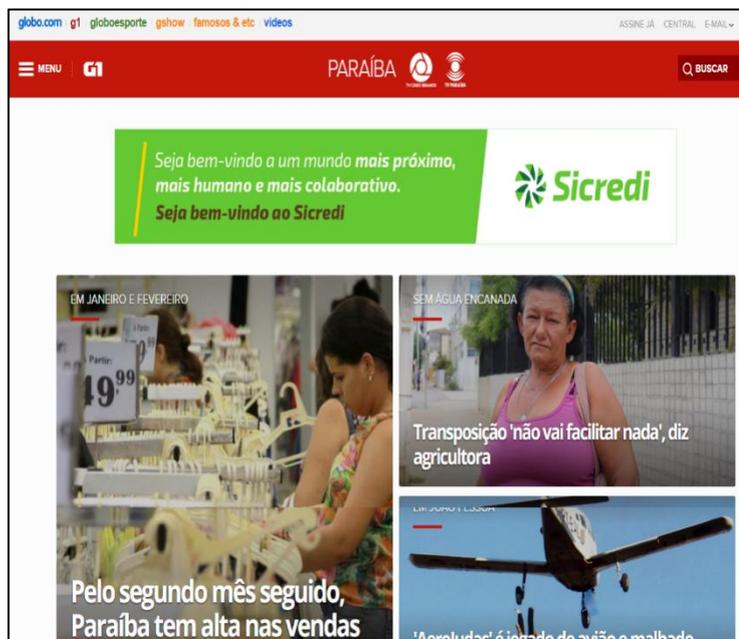
Gráficos e mapas estáticos ()

ANEXOS

ANEXO A - Tela inteira - Captura de tela completa da página do G1 Paraíba



ANEXO B - Captura de tela do início da página



ANEXO C - Captura de tela – Segunda coluna vertical da página



