

**CENTRO UNIVERSITÁRIO FAMETRO  
CURSO DE JORNALISMO**

**RINA RODRIGUES SALES**

**JORNALISMO EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE  
COMPARATIVA DO FORMATO NOTÍCIA NAS PLATAFORMAS  
IMPRESSA E ONLINE DO JORNAL A CRÍTICA**

**MANAUS/AM**

**2020**

**JORNALISMO EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE  
COMPARATIVA DO FORMATO NOTÍCIA NAS PLATAFORMAS  
IMPRESSA E ONLINE DO JORNAL A CRÍTICA**

**ORIENTANDA: RINA RODRIGUES SALES – 511177**

**ORIENTADORA: Profa. Msc. LEILA RONIZE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Ceuni-Fametro, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Professora Msc. Leila Ronize Moraes  
de Souza.

**MANAUS/AM**

**2020**

## FICHA CATALOGRÁFICA

SALES, Rina Rodrigues

Jornalismo em transformação: uma análise comparativa do formato notícia nas plataformas impressa e online do jornal A Crítica / Rina Rodrigues Sales – Manaus, 2020.

59p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro Universitário Fametro (CEUNI - FAMETRO).

Orientadora: Leila Ronize Moraes de Souza

1. Jornalismo Impresso. 2. Jornalismo Online. 3. A Crítica. 4. Manaus. I. Sales, Rina Rodrigues. II. Centro Universitário Fametro – CEUNI - FAMETRO. III. Souza, Leila Ronize Moraes de (orient.)

CDU 00:00

**RINA RODRIGUES SALES**

**JORNALISMO EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DO  
FORMATO NOTÍCIA NAS PLATAFORMAS IMPRESSA E ONLINE DO JORNAL  
A CRÍTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Ceuni-Fametro, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Manaus, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Profa. MsC. Leila Ronize Moraes de Souza**

---

**Profa. MsC. Liege Socorro Albuquerque Peres**

---

**Profa. Dra. Edilene Mafra Mendes de Oliveira**

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho como um todo a minha família, minha filha Eva Rodrigues, ao meu filho Francisco Luke, ao meu companheiro Helder Mourão, minha mãe Francisca Rodrigues e aos meus irmãos, Dini Kelly Rodrigues e Emanuel Rodrigues.

Por serem luz em dias sombrios.

## **AGRADECIMENTO**

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, pois sem ele nada é possível.

Sou grata ao meu companheiro Helder Mourão por toda ajuda e esclarecimentos durante a pesquisa.

Por fim a minha orientadora Leira Ronize que foi parte fundamental na conclusão desse trabalho.

## RESUMO

Na atualidade o jornalismo impresso se transforma com o inexorável deslocamento e convergência dos meios para o mundo digital e com as potencialidades que marcam o jornalismo feito em ambiente web: hipertextualidade, multimídia, interatividade, instantaneidade e memória, personalização de conteúdo. Nesse cenário multifacetado, híbrido e veloz, convivem as velhas e as novas formas de se fazer jornalismo. Esta pesquisa tem como preocupação central discutir a estrutura do gênero notícia, analisando suas características tanto no jornal impresso quanto no online. O trabalho utiliza como metodologia a pesquisa bibliográfica, descritiva e comparada e se justifica por considerarmos que a caracterização da notícia, mais especificamente no que se refere ao formato, vem sofrendo alterações a partir do advento da Internet, além de uma necessidade de adaptação aos avanços tecnológicos. Ao longo de todo o texto, o referencial teórico é complementado por exemplos empíricos que, em alguns momentos ilustram e em outros sustentam a reformulação de questões. Ao total, foram analisadas dez matérias disponíveis tanto no jornal impresso *A Crítica*, quanto no *site* *Acritica.com*, observando a estrutura da notícia no jornal impresso de acordo com os autores: Genro Filho (1987); Sousa (2001); Lage (2001) e Traquina (2008), e exemplificando as principais particularidades do jornalismo feito na web e se ele é de fato produzido para web, conforme as categorias de análise apontadas por Mielniczuk (2001); Palácios e Ribas (2007) e Canavilhas (2014).

**Palavras-chave:** Jornalismo Impresso; Jornalismo Online; *A Crítica*; Manaus

## ABSTRACT

Currently, the press is transformed with the inexorable displacement and convergence of media to the digital world and with the potentialities that mark journalism in the web environment: hypertextuality, multimedia, interactivity, instantaneous and memory, content personalization. In this multifaceted, hybrid and fast setting, the old and new ways of doing journalism coexist. This research has as main concern to discuss the structure of the news genre, analyzing its characteristics both in the printed and online newspapers. The work uses bibliographic, descriptive and comparative research as a methodology and is justified because we consider that the characterization of the news, more specifically with regard to the format, has undergone changes since the advent of the Internet, in addition to a need to adapt to advances technological. Throughout the text, the theoretical framework is complemented by empirical examples that at times illustrate and at others support the reformulation of issues. In total, ten news available in the newspaper *A Crítica* and on the website *Acritica.com* were analyzed, observing the structure of the news in the newspaper according to the authors: Genro Filho (1987); Sousa (2001); Lage (2001) and Traquina (2008), and exemplifying the main particularities of journalism made on the web and whether it is in fact produced for the web, according to the analysis categories pointed out by Mielniczuk (2001); Palácios and Ribas (2007) and Canavilhas (2014).

**Key Words:** Newspaper; Online Journalism; *A Crítica*; Manaus

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Nomenclaturas por Mielniczuck (2003) _____	22
Tabela 2 - matérias impressas e as características na notícia (fonte: autor) _____	36
Tabela 3 - matérias online e as características da notícia (fonte: autor) _____	36
Tabela 4 - Divisão espacial das matérias. Fonte: Autor _____	42

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa do jornal impresso A crítica edição do dia 06/04/2019 _____	33
Figura 2 - matéria do site dia 25/10/2020. Fonte: Acrítica.com _____	37
Figura 3 - matéria do impresso dia 25/10/2020. Fonte: Jornal A crítica _____	38
Figura 4 - Manchete da matéria do dia 16/10/2020 no impresso. Fonte: Jornal A crítica ____	39
Figura 5 - Versão digital do jornal A crítica. Fonte: Acrítica.com _____	39
Figura 6 - Aba para comentários e compartilhamento. Fonte: A crítica.com _____	40
Figura 7 - Matéria do portal acritica.com, onde se destaca um hiperlink. Fonte: Acrítica.com _____	40
Figura 8 - Hiperlinks disponíveis no final das matérias do site. Fonte: Acrítica.com _____	40
Figura 9 - Slideshow do site. Fonte: Acrítica.com _____	41
Figura 10 - Resultado das buscas no google. _____	43
Figura 11 - Resultado das buscas no google. _____	44
Figura 12 - Matéria impressa dia 15/10/2020. Fonte Jornal A crítica _____	44
Figura 13 - Hiperlinks na matéria online. Fonte: A crítica.com _____	45
Figura 14 - Matéria impressa do dia 16/10/2020. Fonte: Jornal A crítica _____	46
Figura 15 - Áudio descritivo na matéria online. Fonte: Acrítica.com _____	47
Figura 16 - Matéria impressa dia 17/10/2020. Fonte Jornal A crítica _____	48
Figura 17 - Demonstração da pirâmide deitada. Fonte: Autor _____	48
Figura 18 - Matéria impressa dia 18/10/2020. Fonte: Jornal A crítica _____	49
Figura 19 - link ao final da matéria. Fonte: Acrítica.com _____	51
Figura 20 - - Resultado de busca do link. Fonte: Acrítica.com _____	51

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
1. DEFININDO CONCEITOS: O JORNALISMO COMO PRÁTICA E FORMA DE CONHECIMENTO	12
1.1. Notícia: a matéria prima do Jornalismo	16
1.2. Porque um fato se torna notícia?	17
1.3. A estrutura do texto jornalístico convencional	19
2. DO JORNALISMO ELETRÔNICO AO WEBJORNALISMO	21
2.1. A evolução Webjornalismo em quatro gerações	22
2.2. Webnotícia e as características do webjornalismo	23
2.3. A função do título nas diferentes plataformas	29
METODOLOGIA E PROCESSOS METODOLÓGICOS	31
APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	36
EXEMPLIFICANDO A ANÁLISE	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	54

## INTRODUÇÃO

Da perspectiva dos estudos culturais o jornalismo é uma construção social, fruto do desenvolvimento histórico e cultural que tem como função tornar disponíveis acontecimentos para um público, com base nos pressupostos de verdade e em valores como atualidade e interesse público. Desse modo, a ideia de processo, de Raymond Williams, é fundamental, uma vez que situa a prática jornalística não como um paradigma estável, mas em permanente construção, já que está inserida na história e sujeita às transformações sociais, tecnológicas, culturais, econômicas e políticas (GUTMANN, 2012).

A cultura de convergência e os processos de digitalização dos meios de comunicação vêm, há quase vinte anos reconfigurando os modos de produção e consumo de conteúdos jornalísticos no Brasil. Uma reconfiguração que implica em alterações no modo de produção e circulação das informações na sociedade e em modificações no perfil e no padrão de consumo do público. Com a ubiquidade da internet, as diferentes mídias jornalísticas (impresso, rádios e TV), com suas especificidades em relação aos processos de elaboração e rotinas produtivas, vêm passando por profundas transformações e deslocamentos contínuos dos suportes tradicionais para os digitais, também conhecidos como cibermeios.

Dessa perspectiva, um *site* (ou portal de informação) é um cibermeio que cumpre o mesmo papel dos meios de comunicação convencionais - ou seja, produzir e divulgar material jornalístico - e pode ser classificado em dois tipos: os que representam na web os meios de comunicação tradicionais e os que são desenvolvidos exclusivamente na e para a web. (RENAULT, 2014, p. 268)

Para Palácios e Ribas (2007), as especificidades das práticas jornalísticas em ambientes digitais podem ser sintetizadas a partir das seguintes características: hipertextualidade, multimidialidade<sup>1</sup>, interatividade, memória, personalização do conteúdo e atualização contínua (instantaneidade). Nesse cenário, tem sido destacada a ideia de uma crise no jornalismo impresso, que vem perdendo espaço para o jornalismo na web ou jornalismo digital.

Jornais impressos solidificados e reconhecidos mundialmente, a exemplo do New York Times, perderam, somente em 2009, mais de 20% dos seus leitores. Monica Caprino (2009) chama atenção para o papel que os jornais impressos tipo tabloides, de distribuição gratuita, vêm ganhando desde os anos 1990, como um modo de garantir uma continuidade (ou

---

<sup>1</sup> O autor Ramon Salverría (2014) utiliza o termo multimidialidade, no entanto, com o objetivo de simplificar o entendimento, usaremos o termo multimidialidade, por ser mais usado na língua portuguesa.

ao menos uma sobrevida para os jornais impressos) num cenário de permanente mudança e deslocamentos.

Para além dos cenários e previsões catastróficas, como as sugeridas por Philip Meyer (2007), que apontam para o desaparecimento definitivo do impresso, é sabido que os ecossistemas comunicativos (que incluem a produção jornalística), historicamente situados e sujeito às transformações tecnológicas e culturais, estão em permanente negociação e são construídos em uma dinâmica de continuidades e rupturas.

Desse modo, o presente trabalho teve como objetivo realizar um estudo comparativo de caracterização do formato notícia do gênero informativo nas versões impressa e digital do jornal *A Crítica*, analisando as modificações que o modelo vem sofrendo por conta do processo de convergência midiática e buscou desvendar, por meio da análise noticiosa, qual geração do webjornalismo é praticado pelo “*acrítica.com*” atualmente, de acordo com as três gerações apresentada por Mielniczuk (2003).

Para tanto, utilizou-se como metodologia os métodos de pesquisa voltados para os processos comunicacionais (que focam as rotinas de produção e ação dos sujeitos envolvidos na elaboração dos produtos jornalísticos) os estudos de análise de produtos, em que foi possível analisar o modo como o formato “notícia”, parte do gênero jornalístico informativo, é apresentado no tradicional suporte impresso e no suporte da Internet do jornal *A Crítica*. Assim, trata-se de uma pesquisa de caráter teórico-analítico, cuja atenção se volta especificamente para os produtos jornalísticos, sem considerar os seus contextos de produção (ou seja, não faz parte da abordagem desta pesquisa a ação dos sujeitos envolvidos).

Com esse propósito, buscou-se selecionar as mesmas notícias encontradas tanto no tradicional impresso quanto no digital, com a proposta de analisar os seguintes elementos: os critérios de noticiabilidade; a composição do texto (antetítulo, título, lide, corpo do texto); disposição espacial do jornal; meios gráficos e fotográficos. Também foram analisados alguns aspectos das características do jornalismo na web, conforme propostos por Palácios e Ribas (2007), a saber: hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, memória, personalização do conteúdo e atualização contínua (instantaneidade).

Para tanto, foi necessário inicialmente discorrer sobre alguns conceitos vinculados ao jornalismo, com destaque para o jornalismo como forma de conhecimento e como saber científico. Para adentrarmos ainda mais no universo da pesquisa, cujo foco é o formato notícia, é apresentado um breve resumo a definição de notícia e os elementos constitutivos de seu processo de elaboração, tais como os critérios de noticiabilidade e as noções de lide e

pirâmide invertida. As principais referências utilizadas são dos seguintes autores: Genro Filho (1987); Sousa (2001); Lage (2001) e Traquina (2008).

Em seguida, ainda no referencial teórico, são apresentados os termos a serem utilizados em torno do tema do ambiente web, tais como: 1) webjornalismo, termo esse que, “diz respeito à utilização de uma parte específica da internet, que é a *web*” (MIELNICZUK, 2003); 2) webnotícia; 3) instantaneidade; 4) hipertextualidade; 5) multimídia e 6) memória, a partir de autores como Mielniczuk e Palacios (2001) e Canavilhas (2014).

Na última parte, serão consideradas as categorias supracitadas para analisar dez matérias disponíveis tanto no jornal impresso do jornal *A Crítica*, quanto no site *Acritica.com*, observando a estrutura da notícia no jornal impresso e exemplificando as principais particularidades do jornalismo feito na web e se ele é de fato produzido para web.

Por fim, é importante dizer que esta pesquisa é de caráter teórico-analítico, voltando-se para a análise de produtos jornalísticos diversos (impresso e digital), com o foco no formato notícia do gênero informativo. Fazendo-se proposto na pesquisa um estudo teórico coligado com a observação do estudo empírico, com base nas análises das notícias do jornal *A Crítica*.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 1. DEFININDO CONCEITOS: O JORNALISMO COMO PRÁTICA E FORMA DE CONHECIMENTO

Há dois importantes momentos para compreendermos o que é o jornalismo. O primeiro é seu surgimento e desenvolvimento prático. Segundo Burke e Briggs a imprensa tem como marco inicial a criação da Prensa de Gutemberg, em meados do Século XV, que possibilitou a produção impressa em larga escala na Europa, a começar pela Alemanha. Os autores afirmam que:

A prática da impressão gráfica se espalhou pela Europa com a diáspora dos impressores germânicos. Por volta de 1500, haviam sido instaladas máquinas de impressão em mais de 250 lugares na Europa — 80 na Itália, 52 na Alemanha e 43 na França. As prensas chegaram a Basileia em 1466, a Roma em 1467, a Paris e Pilsen em 1486, a Veneza em 1469, a Leuven, Valência, Cracóvia e Buda em 1473, a Westminster (distinta da cidade de Londres) em 1476 e a Praga em 1477. Todas essas gráficas produziram cerca de 27 mil edições até o ano de 1500, o que significa que — estimando-se uma média de 500 cópias por edição — cerca de 13 milhões de livros estavam circulando naquela data em uma Europa com cem milhões de habitantes. Cerca de dois milhões desses livros foram produzidos somente em Veneza, enquanto Paris era um outro centro importante, com 181 estabelecimentos em 1500 (BURKE; BRIGGS, 2006, p. 24).

Dada essa possibilidade e tendo em vista a crescente necessidade do público de se informar sobre os mais variados aspectos, o jornalismo se desenvolve. Observando o desenvolvimento do sistema capitalista, a necessidade de informação pelo público se tornou uma demanda cara para o empresariado. Assim, Ciro Marcondes Filho afirma que:

Considera-se o jornalismo propriamente dito a atividade que surge em um segundo momento da produção empresarial de notícias, e que se caracteriza pelo uso do veículo impresso para fins — além de econômicos — políticos e ideológicos. No momento em que a imprensa passa a funcionar como instrumento de classe é que ela assume seu caráter rigorosamente jornalístico (apud GENRO FILHO, 1987, p. 110-11).

No início do século XIX, a imprensa desenvolve características mais próximas do que é hoje. Segundo Marcondes Filho (1984) esse momento marca a passagem de uma imprensa fortemente política e opinativa, para um formato mais comercial e adequado a normas vendáveis. O mesmo autor dá a imprensa um papel fundamental na democracia moderna, que, como serviço público dá à população informações suficientes para que haja o debate no seio da sociedade civil. Com o desenvolvimento da esfera política e da democracia representativa, os mais variados temas precisam ser conhecidos e discutidos pelo público. A

própria separação – ainda que carente de um debate ideológico – sobre informação e opinião na imprensa serve para situar os lugares nos quais o jornalismo dá uma informação “isenta”, “imparcial” e “objetiva”; e lugares nos quais há uma posição clara e assumida (MARCONDES FILHO, 1984).

Outro importante momento, ainda que influenciado pelo anterior, já citado, se dá pela afirmação do jornalismo como campo do conhecimento ou objeto de estudo. Francisco Rüdiger (2017) aponta que foram três os fundadores dos estudos acadêmicos em jornalismo:

1º) Walter Williams, criador da primeira escola de jornalismo na Universidade Estadual do Missouri, Estados Unidos, 1908. Originou uma linhagem em que o principal está na concepção tecnicista da matéria e no treinamento profissionalizante do respectivo profissional. 2º) Karl d’Ester, primeiro especialista em estudo do jornalismo a, simultaneamente, ser habilitado na área e ocupar cátedra de “ciência do jornalismo”, na Europa (Universidade de Munique, Alemanha, 1924). 3º) Ono Hide o, criador de um centro de pesquisa sobre imprensa na Universidade de Tóquio. Seria o responsável pela introdução dos estudos de jornalismo no Extremo Oriente, ainda no período ante guerras (SIC) (RUDIGER, 2017, p. 09).

Esses três precursores dos estudos acadêmicos em jornalismo tem consigo, antes de qualquer coisa, a percepção da importância do fenômeno na sociedade. A isso o debate sobre o que é ou o que deve ser o jornalismo se desenvolve até os dias atuais.

No Brasil, a função do jornalismo ainda não se encontra completamente salientada e a mesma costuma ser confundida com outros dois ramos distintos como Publicidade e Assessoria de Imprensa. Traquina (2005), em seu livro Teorias do Jornalismo faz definições filosóficas acerca do jornalismo “[...] É a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia”. De fato, pois o jornalismo nos informa sobre política, saúde, segurança, ainda sobre o que acontece em nosso país e fora dele, inclusive até fora do planeta. Mas não podemos limitar o jornalismo ao simples domínio técnico de uma linguagem e às jornadas de trabalho. Em contraponto, Vladimir Hudec diz que:

[...] O jornalismo é produto das "necessidades econômicas, políticas e ideológicas completamente novas da burguesia", uma necessidade estritamente de classe, portanto. E assim, não consegue discutir a especificidade do jornalismo como forma de conhecimento e sua universalidade como fenômeno que ultrapassa as fronteiras da dominação burguesa (HUDEC apud GENRO FILHO, 1987, p. 144).

Segundo Genro Filho (1987), o jornalismo é uma prática e uma forma de conhecimento historicamente constituído pela necessidade de informação da sociedade. Este último, fundador da disciplina Teorias do Jornalismo no Brasil, compreende o jornalismo

como um tipo específico de conhecimento que, a partir do cotidiano, relaciona as informações com a universalidade dos temas de interesse público. Por outro lado, compreende como fundamental a prática específica que produz o jornalismo, uma atividade destacada em relação às demais atividades produtoras de conhecimento.

Por outro lado, Jürgen Habermas (1984) traz uma perspectiva de jornalismo como produto da indústria capitalista. O autor apresenta três fases do desenvolvimento do jornalismo: a primeira fase, na qual as notícias divulgadas eram compostas majoritariamente pelas necessidades econômicas e comerciais que acompanhavam a crescente do capitalismo; a segunda fase, em que a imprensa caminhava para um jornalismo de opinião ou jornalismo literário; por fim, a terceira fase retornava a estratégia comercial da primeira fase, no entanto mais desenvolvida. Enquanto que na primeira fase a imprensa representava a opinião pública, na terceira ela irá representar a expressão pública de proprietários privados.

Essas três fases vão identificar o conceito de jornalismo em um sentido histórico. Segundo Jorge Pedro Sousa (2001) na primeira fase o jornalismo ainda é configurado como um fenômeno recente, mal se pode dizer que se trata de um serviço público. Os fenômenos informativos foram se desenvolvendo na história e, em meados dos séculos XV e XVI, principalmente em função do surgimento da Prensa de Gutemberg, aparece o jornalismo como sistema informativo que busca destacar os produtos, as feiras e os mercados. Sabemos, inclusive, que um dos ancestrais do jornalismo, as folhas volantes, eram colocadas inicialmente nas portas e paredes dos mercados e aos poucos passaram de informar produtos para informar sobre curiosidades, sobre as pessoas públicas e os atos dos poderes públicos. Assim, o jornalismo da primeira fase vai ampliando suas informações até que, em uma via de mão dupla, leva o público a ter curiosidade sobre os fatos e também para suprir essa mesma curiosidade, já que se torna o único meio capaz de buscar e publicar tais informações.

Entre os séculos XVI e XVII, o jornalismo avança para outro modelo. A segunda fase reflete um ambiente do capitalismo em consolidação na Europa e fortes embates políticos, tais como o Absolutismo contra o Parlamentarismo; Católicos contra Protestantes; Protestantes Calvinistas contra Protestantes Luteranos e muitos outros. Esse embate reflete na produção da informação do jornalismo, fazendo com que aumentem o número de jornais e a quantidade de páginas destes. Ao final do século XVII os jornais são noticiosos, outros são jornais de economia, outros são político-partidários, outros religiosos e morais, surgem os jornais de divulgação científica e outros. Esses jornais se espalham por toda a Europa e logo para as colônias ultramarinas, como as colônias britânicas onde hoje são os Estados Unidos.

Nessa fase as opiniões foram muito fortes, segundo Sousa (2001), após as grandes revoluções na Europa (Puritana e Gloriosa na Inglaterra; e a Francesa), o artigo chegou a ser mais importante que a notícia. Na Inglaterra, principalmente, pois o país adotou uma rigorosa liberdade política e de opinião, que se destacou e chegou à América. O autor afirma ainda que os jornais foram fundamentais na criação do ambiente pró-independência dos EUA.

Já a terceira fase aparece como uma forma de síntese das fases anteriores. Depois de se tornar uma instituição indispensável para as sociedades modernas e um dos pilares da democracia, a burguesia assume a hegemonia mundial por meio do capitalismo. Assim, as empresas jornalísticas se organizam como empresas privadas iguais a quaisquer outras. São organizadas em torno do lucro que pode retornar diretamente ou da influência sobre a sociedade, a política, a economia e mesmo a cultura. Esse é jornalismo que temos hoje, capaz de refletir a chamada opinião pública e suprir os diversos públicos com todo o tipo de informação e orientação política, religiosa, ideológica e etc.

Para Habermas, a evolução do jornalismo até essa fase, é fundamental da formação e também destituição da Esfera Pública, que é o ambiente propício onde ocorre o debate sobre a vida pública, sobre as decisões políticas, econômicas e etc. As reuniões em bares, praças, cafés, bibliotecas e outros lugares, iniciam pautadas pelas informações que saem nos jornais. Com o tempo, os jornais se tornam capazes de fornecer as informações necessárias para o público, que vai deixando de lado o debate, ou seja, a esfera pública, em detrimento do consumo de notícias que vai entrando cada vez mais no lar das pessoas, desde o jornal diário, até o surgimento do rádio, da televisão e, em fim, da internet que torna o acesso a informação praticamente onipresente.

Portanto, na concepção de Habermas o jornalismo é mais um braço do capitalismo na sua manutenção e organiza o pensamento dos grupos privados. É, portanto, a arma ideológica na organização da sociedade e mesmo na dominação política.

Essas vertentes de pesquisas são importantes para esclarecer o campo em que a pesquisa está situada e também identificar que o jornalismo não se trata apenas de formato e que este é só mais uma das características usadas para compreender a notícia.

Nessa concepção se baseia Cremilda Medina (1988) em seu livro “Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial” onde a autora afirma que o modelo da mensagem jornalística é um produto feito com todas as bases e modelos de qualquer outro produto industrial. É produzido em larga escala, na maior quantidade possível, fazendo com que o preço possa diminuir em função da quantidade. É distribuição para a maior quantidade

de lugares e pessoas possíveis, no sistema de produção de excedente. A mensagem jornalística é produzida para o fácil consumo sendo simples, direta e objetiva.

Para a autora, as mudanças no formato notícia, principalmente em sua linguagem, como a criação do Lide, se dão justamente para adequar o produto a demanda do público e as necessidades da demanda. Assim, com as mudanças no sistema econômico e no próprio mercado, ocorrem as mudanças na notícia. Dessa forma o Jornalismo é um produto a ser vendido, e suas diferenças em relação a outros produtos, não são tão diferentes que as de outros produtos entre si.

Por fim, é importante a ressalva de que essas vertentes de pesquisas são importantes para esclarecer o campo em que o presente estudo está situado e também identificar que o jornalismo não se trata apenas de formato, e que este é só mais uma das características usadas para compreender a notícia. Para tanto, não podemos analisar o conteúdo da notícia sem estar a par das variáveis que podem e conseqüentemente influenciam no produto final, a notícia.

### **1.1. Notícia: a matéria prima do Jornalismo**

Em geral, no sentido jornalístico, há dois conceitos sobre notícia. Eles costumam se confundir, mas sua distinção é importante. Primeiramente, a notícia é a obra prima do jornalismo. A base de todo jornalismo é a informação noticiosa, trata-se de um breve relato factual, objetivo e desinteressado que está submetido a critérios de interesse público (LAGE, 2001; TRAQUINA, 2005; PEREIRA JR, 2006).

[...] as notícias são a obra prima do jornalismo, pois somente depois de conhecidas e divulgadas é que os assuntos aos quais se referem podem ser comentados, interpretados e pesquisados, servindo também de motivos para gráficos e charges (ERBOLATO, 1991, p.49).

Em um viés mais ideológico, Lorde Northcliffe define a notícia como “algo que alguém, em algum lugar, não quer ver publicado. E todo resto é publicidade” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p.17). De toda forma, o importante aqui é destacar que a notícia não é simplesmente um fato ou acontecimentos importantes, mesmo que este cumpra os critérios de noticiabilidade<sup>2</sup>. A notícia é todo um processo composto por etapas que envolvem a apuração, entrevista, coleta de dados, confronto de informação, entre outros desdobramentos que podem surgir durante ou após a sua divulgação.

---

<sup>2</sup> O conceito será explicado no próximo tópico.

Em um sentido mais específico, podemos considerar a notícia como um gênero do jornalismo informativo, onde além das características acima citadas soma-se a ausência de opiniões, valorações e generalidades. Em geral, o gênero notícia obedece ao rígido esquema da pirâmide invertida e não tem mais que três intertítulos.

Ademais, a definição de notícia que utilizaremos para os fins da pesquisa é a que abrange a aparência, aspecto ou forma de notícia presente na definição apresentada por Nilson Lage (2001) no qual a notícia é um relato com fatos escolhidos a partir do mais importante:

Permitimo-nos encarar a notícia como algo que se constitui de dois componentes básicos:  
a) uma organização relativamente estável, ou componente lógico e b) elementos escolhidos segundo critérios de valor essencialmente cambiáveis, que se organizam na notícia - o componente ideológico. (LAGE, 2001, p. 32).

Enquanto o conteúdo é algo que está em constante modificação, conforme as nossas relações humanas e discursivas, a forma, por sua vez é relativamente estável e segue regras com certa rigidez que podem variar de país para país, de veículo para veículo.

## **1.2. Porque um fato se torna notícia?**

A notícia é, assim, o produto da necessidade de informação da sociedade moderna. É um conjunto de informações selecionadas para um público amplo, diverso e heterogêneo. Sendo assim, no conjunto quase infinito dos fatos que ocorrem diariamente, o jornalismo usa certos critérios para definir com mais precisão o que deve ou não ser notícia. Com o advento da internet, os fatos não apenas acontecem, como chegam às pessoas por meio das redes sociais, aplicativos de troca de mensagens e *sites* de informação. Além disso, a internet diminui drasticamente o problema do espaço comum nas mídias tradicionais (impresso, rádio e TV), pois um *site* ou portal de notícias tem, ao mesmo teoricamente, espaço ilimitado.

Assim, os chamados critérios de noticiabilidade são marcos relativamente estáveis do que o jornalismo e determinados veículos compreendem em torno do que deve ou não virar notícia.

Segundo Genro Filho (1987), para que uma informação se torne notícia é preciso que ela tenha significação social qualitativa e quantitativa. A clássica afirmação de que se um cachorro morder um homem não é notícia, mas o inverso sim, vem da baixa probabilidade de um homem morder um cão (quantitativo), mas também do debate em torno dos motivos que

podem fazer um homem morder um cão: uma nova doença, um ataque de histeria e etc (qualitativo).

Para o mesmo autor, precisamos compreender também os aspectos objetivos e subjetivos da sociedade. Fenômenos ocorrem dentro de um leque de possibilidades e escolhas feitas por um conjunto de indivíduos, de comunidades e da sociedade. Mas a importância e a significação atribuída a esses fenômenos podem variar de acordo com esses mesmos indivíduos, comunidades, pela sociedade e pela orientação editorial do veículo jornalístico. A significação subjetiva que a sociedade brasileira dá aos fatos relacionados ao governo do atual presidente é diferente da que a sociedade australiana dá ao mesmo governo brasileiro. Da mesma forma, os interesses da Folha de São Paulo, diferem dos do Portal J<sup>3</sup>. Portanto:

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico; isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’. (TRAQUINA, 2008, p. 63).

Em um sentido mais específico, há critérios mais bem definidos em função do formato industrial da notícia (SOUSA, 2001; LAGE, 2001). Segundo Lage (2001), são critérios psicológicos, sociais, culturais e políticos. Sousa salienta que os critérios são marcos de direcionamento que não podem ser tomados de forma radical. Ele afirma que:

Os critérios de noticiabilidade não são rígidos nem universais. Por outro lado, são, frequentemente, de natureza esquiva, opaca e, por vezes, contraditória. Eles funcionam conjuntamente em todo o processo de fabrico e difusão das notícias e dependem da forma de operar da organização noticiosa, da sua hierarquia interna e da maneira como ela confere ordem ao aparente caos da realidade. Além disso, os critérios de valor-notícia mudam ao longo do tempo (assuntos que há algum tempo não seriam notícia são-no hoje) (SOUSA, 2001, p. 39).

O autor afirma também que existem várias listas de critérios de noticiabilidade diferentes entre si, embora não haja diferenças muito radicais entre elas. Para tanto, não vamos nos dedicar a essa variedade, e usaremos como norte os critérios apresentados pelo autor Jorge Pedro Souza (2001): 1 – Proximidade: tanto geográfica quanto proximidade de tempo. Quanto mais atual é o acontecimento e mais próximo da editoria onde o jornal circula, mais probabilidade ele tem de virar notícia; 2 – Significância: quanto mais pessoas estiverem envolvidas no acontecimento e quanto maior for a sua dimensão, mais probabilidade tem de se

---

<sup>3</sup> O Portal J é especializado na cobertura dos fatos envolvendo os Três Poderes Constituídos (Executivo, Legislativo e Judiciário) e pode ser acessado em: <https://www.jota.info/>

tornar notícia. 3 – Proeminência social dos sujeitos envolvidos: Quanto mais pessoas que com significante notoriedade estiverem envolvidas no caso mais hipótese ele tem de se tornar notícia; 4 – Proeminência das Nações envolvidas nas notícias: Quanto mais nações estiverem envolvidas, como por exemplo, Estado, país, continente, mais probabilidades ele tem de se tornar notícia; 5 – Consonância: Quanto mais corresponder as expectativas e quanto mais o seu relato se adaptar ao *medium*, mais probabilidades tem de se tornar notícia; 6 – Imprevisibilidade: Quanto mais surpreendente e fora do habitual, mais tem probabilidade de se tornar notícia; 7 – Continuidade: O desenvolvimento de acontecimentos já noticiados tem grandes probabilidades de se tornar notícia ou virar um desdobramento; 8 – Composição: Quanto mais um acontecimento se enquadrar num noticiário tematicamente equilibrado, ou seja, num noticiário com espaço para diversos temas, mais probabilidade tem de se tornar notícia; 9 – Negatividade: Quanto mais o acontecimento beirar a negatividade, mais probabilidades tem de se tornar notícia (SOUZA, 2001).

Não é necessário que o acontecimento apresente todas essas características para que seja feita uma notícia, um exemplo disso é a morte de uma pessoa com notoriedade (rainha, presidente, prefeito). Neste acontecimento há apenas duas características em evidência, a proeminência social do sujeito envolvido junto com a negatividade. Como já citado anteriormente, os critérios não são rígidos nem universais.

### **1.3. A estrutura do texto jornalístico convencional**

Ainda no que diz respeito à composição da notícias, além dos critérios que orientam o conteúdo há também os que orientam a sua forma, dentre eles o principal é o lide, pois este compõe a pirâmide invertida. Segundo Silva (1990), no Brasil se aplica o mesmo modelo de jornalismo utilizado essencialmente nos Estados unidos, o jornalismo baseado na técnica da pirâmide invertida.

Compartilham uma mesma origem histórica e encontram-se em constante tensão pela primazia em noticiar (SIMS, 2007), o que se reflete, inclusive, na adoção de estratégias criativas na construção da notícia em veículos que não praticam o modelo literário (ORLANDINI, 2008, p. 83).

O jornalismo que baseia sua estrutura no modelo de pirâmide invertida teve sua origem na Guerra de Secessão norte-americana e determinou diretamente o padrão seguido pela maioria da imprensa brasileira no século XX e atualmente (SILVA, 1990). No entanto, nos dias atuais, alguns pesquisadores passaram a criticar esse modelo, seja pela obsolescência

de modelo, que foi muito útil no início de sua criação, seja pelo excesso de padronização. Adelmo Genro Filho (1987, p. 191), faz considerações acerca de como a pirâmide deveria ser. Segundo sua perspectiva: “O segredo da pirâmide é que ela está invertida, quando deveria estar como as pirâmides seculares do velho Egito: em pé, assentada sobre sua base natural”, ou seja, para Genro Filho a notícia deve ser escrita a partir da singularidade do acontecimento (o topo), passando para a particularidade que contextualizada esse acontecimento (o meio da pirâmide), chegando à universalidade do acontecimento (a base da pirâmide).

O termo “pirâmide invertida” só se justifica quando comparamos a estrutura normalmente utilizada na narrativa convencional, ou seja, a narrativa convencional é elaborada em ordem crescente com os fatos menos importantes no início e só então no desfecho que é alcançado o clímax, enquanto que, no modelo da pirâmide invertida se faz completamente o oposto, ou seja, a notícia é estruturada em ordem decrescente de forma que as informações eleitas como principais sejam evidenciadas já no título e no primeiro parágrafo da notícia, enquanto que as informações consideradas, tanto pelo repórter quanto pelas empresas jornalísticas, menos relevantes eram apresentadas posteriormente nos últimos parágrafos, obedecendo a uma hierarquia de dados (GENRO FILHO, 1987; COMASSETTO, 2003). Ainda nessa mesma perspectiva, Genro Filho (1987) comenta sobre o surgimento do lide:

Os autores Warren e Homenberg especulam que esse modelo é inerente de uma deficiência técnica. Os editores dos jornais determinavam para que seus correspondentes relatassem os fatos principais logo nos primeiros parágrafos, e se caso faltasse espaço na hora da diagramação todo o fim considerado pouco relevante era cortado da matéria. Dessa forma surgiu o principal elemento da pirâmide invertida, o lide (p. 45).

O lead ou lide é geralmente o primeiro parágrafo da notícia. “Nos textos noticiosos, deve incluir, em duas ou três frases, as informações essenciais que transmitam ao leitor um resumo completo do fato” (MARTINS, 1997, p.42). As informações explicitadas no lide devem ainda responder às questões fundamentais do jornalismo: o que, quem, quando, onde, como e por quê?

Nilson Lage caracteriza o lide clássico como:

- 1) aquele ordenado segundo o princípio da precedência da notação mais interessante;
- 2) aquele constituído (estruturalmente ou na forma manifesta) de um único período, ocupando de três a cinco linhas datilografadas de 72 toques por linha (em casos excepcionais, dependendo do ritmo fonológico e sintático, um pouco mais ou menos do que isto);
- 3) aquele constituído, pelo menos em nível de concepção, de uma única oração principal, isto é, de uma proposição declarativa cujos termos podem ser palavras

isoladas, locuções ou orações subordinadas (substantivas, adjetivas, circunstanciais) (2001, p. 67-68).

Todas essas perguntas devem contextualizar e formar uma narrativa coerente. Quando há casos em que não cabe ao primeiro parágrafo da notícia responder todas as perguntas do lide, estas devem aparecer no segundo parágrafo. O lide, em um sentido mais prático, apresenta dois méritos poderosos: “o primeiro é que basta ler esse primeiro parágrafo para que o leitor fique inteirado do acontecimento; segundo, porque mesmo que haja tempo de ler os restantes parágrafos fica sempre focado o essencial da informação no primeiro” (CARDET, 1981, p. 101).

Dada às definições a cerca de jornalismo impresso, buscaremos agora conceituar e definir as terminologias do webjornalismo, pois somente após o domínio de ambas as plataformas e formatos será possível analisar as matérias da forma que está sendo proposta na pesquisa.

## 2. DO JORNALISMO ELETRÔNICO AO WEBJORNALISMO

A evolução tecnológica trouxe benefícios para o âmbito jornalístico. Os meios de comunicação se beneficiaram diante da plataforma *on-line* disponibilizando seus conteúdos jornalísticos neste formato, sem abandonar suas particularidades de divulgar informações através de seu meio informativo. Neste sentido, as mídias se aproveitaram desse novo momento levando seus conteúdos para um público maior.

Segundo a autora Mielniczuk (2003, p. 27) há nomenclaturas conhecidas e conceituadas para designar o jornalismo desenvolvido para o meio digital, dentre elas estão:

Nomenclatura	Definição
Jornalismo eletrônico	utiliza de equipamentos e recursos eletrônicos
Jornalismo digital ou Jornalismo multimídia	emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de <i>bits</i> .
Ciberjornalismo	envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço.
Jornalismo <i>online</i>	é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real.
Webjornalismo	diz respeito à utilização de uma parte específica

	da internet, que é a <i>web</i> .
--	-----------------------------------

Tabela 1 - Nomenclaturas por Mielniczuk (2003)

Enquanto Mielniczuk (2003) defende a ideia de categorização das demais terminologias em termos de prática de produção e de disseminação de conteúdos, partindo do mais abrangente para o mais restrito, a autora Schwingel, diz que essa delimitação torna-se muito difícil, pois os sistemas de composição e produção integram as mesmas ferramentas que podem ser utilizadas tanto para a produção de uma matéria para TV, rádio quanto do webjornalismo.

O repórter apura a informação utilizando o telefone (meio de comunicação), o e-mail (ciberjornalismo) e a pesquisa no ciberespaço (envolve o ciberjornalismo, o online e o webjornalismo). Após, ele redige a matéria no sistema de produção de conteúdos da revista (webjornalismo); busca fotografias no banco de dados e as edita com uma ferramenta associada do sistema de composição (jornalismo digital) e associa um vídeo que anteriormente foi digitalizado e editado (jornalismo eletrônico). Ao publicar a informação, a matéria fica disponível no *www* (webjornalismo), é enviada por e-mail para os assinantes (jornalismo online), vai para todos os parceiros institucionais (bancos, serviços públicos) que possuem terminais de consulta diferenciados (jornalismo digital) e para os telefones celulares dos assinantes (jornalismo digital) (SCHWINGEL, 2008, p70).

No entanto, para o presente estudo, a terminologia que mais se adequa ao objetivo da pesquisa é o webjornalismo, pois este engloba a disseminação da informação e o meio de produção, já que o mesmo “refere-se a uma parte específica da internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável”, segundo Mielniczuk (2003). Ou seja, quando feito para TV – telejornalismo; quando feito para o rádio – radiojornalismo, seguindo essa lógica, se é feito para a web – webjornalismo.

### 2.1. A evolução Webjornalismo em quatro gerações

Segundo Mielniczuk (2003), o webjornalismo passa por três fases importantes. A primeira trata-se de um momento de transposição, em que os grandes jornais replicavam na *web* as principais notícias que saíam no jornal impresso, ou seja, eram notícias que se baseavam nas rotinas de produção do jornal impresso, não havia preocupação de explorar o novo espaço de disseminação de notícias e tão pouco desenvolver narrativas adequadas para este meio de produção que possui suas características e linguagens próprias.

No segundo momento, a autora destaca que as produções jornalísticas para *web* ainda estão atreladas ao modelo do jornal impresso, porém usando-o como embasamento para explorar o novo meio e só a partir disso desenvolver conteúdos que utilizem das

características da *web*, como por exemplo, os *links* em chamadas para à notícia, o hipertexto nos *site* para facilitar a navegação e ainda a utilização do e-mail como forma de aproximação e até mesmo interação entre leitor e redator.

A terceira e última fase é onde surgem as primeiras iniciativas editoriais exclusivas para a *web*, na qual não se ponderava uma versão para a web de um jornal impresso já existente. Somente nesta fase é possível verificar a existência de *sites* e materiais jornalísticos que buscavam explorar toda potencialidade oferecida pela a *web* bem como a webnotícia e as características do webjornalismo (MIELNICZUK, 2003).

No mesmo contexto, os autores Palacios, Machado, Schwingel e Rocha (2005, p.01), afirmam que a evolução do webjornalismo está dividida em quatro fases:

Ao longo dos últimos dez anos o jornalismo digital passou por quatro fases: 1) de reaproveitamento dos conteúdos dos meios convencionais (1995-1997); 2) de metáfora dos meios convencionais (1997-1999); 3) de lançamento de produtos adaptados ao novo meio e 1999-2002) 4) desenvolvimento de produtos articulados em torno de bases de dados complexas (2002 em diante). Evidente que este tipo de divisão representa um recorte metodológico para facilitar o esforço analítico. Na prática, estes diferentes modelos são complementares, podendo existir ou não em um mesmo período. O que sim muda nas diferentes fases é que em cada uma delas um novo tipo de modelo passa a ser o predominante, relegando os demais a posições secundárias.

Os autores, apesar de adotarem outro termo, bem como o ciberjornalismo, concordam entre si em relação às fases, e também acrescentam uma quarta fase, que teve seu início nos anos 2002, com o compartilhamento de bancos de dados:

Consideramos que o Jornalismo Digital de quarta geração consolidaria a utilização de bancos de dados complexos (relacionais, voltados a objetos) através da utilização de ferramentas automatizadas e diferenciadas (sistemas para a apuração, a edição e a veiculação das informações) na produção de produtos jornalísticos (SCHWINGEL, 2005, p.11).

## **2.2. Webnotícia e as características do webjornalismo**

Quando o formato de uma notícia é alterado, se altera também a forma como se lê essa notícia, a introdução de imagens ou vídeos faz com que a leitura se torne mais visual/ audiovisual, mas em nenhuma dessas situações o texto escrito e as narrativas se tornam dispensáveis (CANAVILHAS, 2003). Em seu texto *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*, o autor argumenta o fato de que cada meio de comunicação tem sua linguagem e narrativa própria. Em suas palavras: “a rádio diz, a televisão mostra e o jornal explica” (2006, p.02). Porém no webjornalismo, apesar de avançando, ainda é possível notar

por meio da linguagem, que se estabelece nas notícias vinculadas à *web*, a influência das editorias dos jornais convencionais. No entanto, ainda segundo Canavilhas (2003, p.01): “Com base na convergência de texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades da internet, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia”.

O webjornalismo, por ter a possibilidade de mesclar texto, som e imagem em movimento terá sua linguagem baseada nas potencialidades do hipertexto e multimídia, ou seja, a linguagem da webnotícia precisa ser ainda mais objetiva.

Segundo Mielniczuck, (2001, p. 1-2) compreende-se como webjornalismo o material jornalístico produzido única e exclusivamente para a web e que empregue de forma expressiva todas as possibilidades que ela dispõe. Portanto, para ser considerada webnotícia não é necessário apenas estar disponível no World Wide Web (www ou Web), é importante que predomine algumas características que são singulares deste meio bem como:

- **HIPERTEXTUALIDADE**

O texto sempre foi o conteúdo mais utilizado na web, isso se explica pelo fato de ser o meio mais rápido para se passar informações e mesmo com os avanços da internet, que possibilitaram também o carregamento de dados pesados, Canavilhas (2014, p.4) afirma que “o texto já tinha ganho um lugar de destaque nos conteúdos online”.

A palavra texto em sua etimologia significa tecido ou entrelaçamento. "Na web, o texto se aproxima deste último significado [...]. O texto transforma-se em uma tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), ou seja, num hipertexto" (CANAVILHAS, 2014, p. 4).

O hipertexto baseia-se em uma escrita não sequencial, com várias opções de leituras na qual o leitor pode decidir qual bloco irá ler. Definições mais simplificadas como a de Salaverría (2005, p. 30), em que a hipertextualidade é a “capacidade de ligar textos digitais entre si”, ajudam a compreender que a hipertextualidade diz respeito às hiperligações e aos blocos informativos.

Na web são possíveis diversas hiperligações, Canavilhas (2014) identifica quatro tipos:

- i) documentais: ligação a blocos com informação de contexto existente no arquivo da publicação;
- ii) ampliação informativa: ligação a blocos de contexto, mas neste caso de informação contextual recente;
- iii) atualização: como o próprio nome indica, liga a blocos com informações atuais sobre o acontecimento;
- iv) definição: ligação a blocos de informação mais específica e aprofundada (CANAVILHAS, 2014, p.07).

O mesmo autor afirma que os blocos informativos são todos os conteúdos que podem ser inseridos em uma notícia, ou seja, textos, imagens fixas, imagens em movimentos, sons e infografias. Com todos esses dados, a função do jornalista é realizar ligações que façam sentido para o leitor. Não são apenas blocos informativos dispersos e sim cadeias de informação.

Contudo, a hipertextualidade não é apenas uma característica do jornalismo na *web*, ela também se trata da necessidade que surge com os novos modelos de leitor. Um leitor que prefere navegar livremente pelos blocos de textos ao invés de se prender a textos compactos que muitas das vezes acabam se tornando cansativos.

- INTERATIVIDADE

A interatividade não está apenas ligada ao jornalismo na *web*, ela é na verdade a principal característica do jornalismo dos dias atuais. Está intrinsecamente ligada às rotinas de trabalho de todos os jornalistas, não está atrelada ao meio e sim à época. “O contacto, a participação e o conteúdo que os utilizadores partilham, contribuem para definir as formas que o jornalismo atual adota” (ROST, 2014, p. 53).

Apesar de já ter sido considerada uma das características positivas dos *mass media*, hoje já se fala mais em convergência e transmídia, porém o termo mais apropriado segundo Rost (2014, p. 54), continua sendo a interatividade. No webjornalismo, a interatividade é a relação entre jornalista e leitor, no entanto há outras definições que devemos ressaltar:

De acordo com Jens Jenses (1998), no campo da informática, a interatividade alude às relações entre as pessoas e os computadores; no da sociologia, refere-se à relação entre indivíduos; e no das ciências da comunicação, sobretudo na tradição dos estudos culturais, tende a analisar os processos entre os receptores e as mensagens dos media. Não obstante, nem sempre estas divisões são tão claras (ROST, 2014, p. 54).

A interatividade se divide ainda em duas vertentes, a interatividade seletiva, em que o usuário é tido basicamente como um receptor que pode por meio de uma série de fatores decidir quais conteúdos quer ver na sua *timeline*.

A interatividade seletiva alude às possibilidades do controle que tem o utilizador sobre o processo de recepção dos conteúdos. Ou seja, em que medida o utilizador pode eleger o ritmo e a sequência das mensagens. Quantas mais opções de acesso aos conteúdos ofereça o meio, e quantas mais se ajustem às necessidades do utilizador, maior será o grau de interatividade seletiva (ROST, 2014, p. 56-57).

Já na interatividade comunicativa, o leitor se torna secundariamente um produtor de conteúdo. “Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros (comunicação)” (ROST, 2014, p. 58).

Nas duas definições, a facilidade de interação entre leitor/internauta e redator resulta em uma aproximação maior dos mesmos, estimulando sua participação ao dar espaço para o leitor opinar, criticar e até mesmo contribuir com a notícia.

É pela internet que o leitor, o ouvinte ou o telespectador se manifesta. O espaço dedicado ao leitor na mídia pós-internet é a maior prova de que o jornal perdeu o monopólio da informação. [...] Tornando o receptor um agente ativo na produção e divulgação das notícias (ADGHIRNI e BAESSE, 2012, p.237-238).

Portanto, a interatividade é a principal característica da *web*, pois a interatividade com os outros meios de comunicação é muito pouca ou nula, enquanto que na *web* ela ocorre instantaneamente por meio de comentários em redes sociais e nas próprias páginas dos veículos jornalísticos.

- MULTIMIDIALIDADE

Multimedialidade em um sentido mais restrito diz respeito à combinação de texto, som e imagens, mas percebe-se que essa definição traz limitações quando pensamos em *marketing* multimídia e jornalistas multimídia. Por esse motivo, Salverría (2014, p. 26) divide em três seções que considera como principais para o conceito de multimídia: como multiplataforma, que se refere a casos onde distintos meios de comunicação da mesma empresa jornalística articulam as suas respectivas coberturas informativas para conseguir um resultado conjunto; como polivalência, este diz respeito ao novo perfil de jornalista caracterizado por acumular distintos labores que no passado eram desempenhados por diferentes profissões (Palomo, 2004; Scolari, et al., 2008; Masip & Micó, 2008; Rico, 2012); e por fim como combinação de linguagens, em que se tem texto, som e imagens em uma mesma informação.

Nessa pesquisa nos aprofundaremos apenas em multimídia como combinação de linguagem, pois essa definição é a mais utilizada no âmbito jornalístico. Para Salverría (2014, p.29) multimídia como combinação de linguagem designa aquilo “que utiliza conjunta e simultaneamente diversos meios, como imagens, sons e texto, na transmissão de uma informação”. No entanto Jacobson (2010, p.65) afirma que multimídia é “um termo impreciso que no seu sentido mais geral se refere à construção de um relato mediante mais de um meio

que é posteriormente publicado na Web”. As definições mais recentes dizem que a multimídia é “a utilização conjunta de formas básicas de informação, isto é, texto, som e imagem fixa e animada, no mesmo ambiente e de forma justaposta ou integrada” (ABADAL e GUALLAR, 2010, p. 42).

Uma mensagem multimídia exige uma coordenação no uso das linguagens e formatos que tradicionalmente eram utilizados separadamente e com isso surge um desafio colossal é uma oportunidade segundo Salverría (2014, p. 33).

a exigência de idealizar novos modos de expressão sincrética recorrendo a todos os tipos imagináveis de linguagem. os novos criadores de conteúdos viram-se, efetivamente, perante o desafio de combinar distintos modos de expressão. atualmente, quem deseja explorar ao máximo o potencial comunicativo da internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual (SALVERRÍA, 2014, p. 33).

Atualmente os conteúdos multimídia podem ser formados por 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” (SALVERRÍA, 2014, p. 33).

- **PERSONALIZAÇÃO**

A personalização de conteúdos nada mais é do que a seleção de blocos de conteúdos que agradam a leitores específicos. Nesse espaço digital a singularidade do indivíduo como consumidor de notícia é altamente impulsionado, mas não quer dizer que já não existia em outros meios, por exemplo: no jornalismo impresso se pensava no público-alvo através da segmentação de audiência e também com a divisão do jornal em cadernos e editorias. No webjornalismo se entende que todo público é alvo de um conteúdo específico com base nas leituras e buscas digitais que ficam armazenadas no histórico de cada leitor.

Isso se deve primordialmente à característica arquitetura da rede e de seus sistemas de software e hardware permitirem tanto o armazenamento sem limites da quantidade de informação, como também a possibilidade de oferecimento de conteúdos seguindo lógicas de justaposição distintas para cada usuário. Em outras palavras, o mesmo conteúdo base pode ser moldado para diferentes usuários da informação jornalística segundo as preferências e/ou históricos pertinentes a cada um deles (SILVA JR., 2000, p. 64).

Ou seja, em vez de atender ao interesse público – coletivo, busca atender o interesse individual já que cada pessoa busca o tipo de matéria que quer ler e por meio das buscas guia suas leituras.

Segundo a autora Mielniczuk (2003, p. 44) “há *sites* noticiosos que permitem a pré-seleção dos assuntos de interesse, de maneira que, quando o *site* é acessado, o mesmo já é carregado na máquina do usuário, atendendo à demanda noticiosa previamente estabelecida”. Conforme as argumentações de Palácios (2002), diante da alegação apresentada de Mielniczuk (2003), o papel da personificação é ajustar o produto, atendendo assim, aos padrões de preferência dos usuários.

- MEMÓRIA

Uma das possibilidades que a *web* tem é de arquivar documentos, sendo que, além dos dados serem arquivados, eles podem ser recuperados e consultados no computador. Todavia, essa característica concentra diversas informações devido ao acúmulo de dados presentes no veículo, que segundo Palácios (2002), esse acúmulo é mais viável tecnicamente e economicamente na *web* do que em outras mídias, sendo um dos benefícios desse suporte.

Outros autores como Palácios (2002) e Schwingel (2008), deram continuidade incluindo mais três características ao webjornalismo: A sexta é a **atualização contínua**, que é basicamente a possibilidade de acompanhar os desdobramentos na mesma matéria sem ter que esperar o próximo programa, como no caso do telejornalismo, ou esperar a próxima tiragem de jornais como no caso do impresso. Para Palácios (2002, p.04) “A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da Web”; a sétima está diretamente relacionada à quarta geração e diz respeito a **flexibilização dos limites de tempo e espaço**, ou seja, a matéria da web não necessariamente precisa ter um limite de tamanho, não há um número máximo ou mínimo de caracteres ou de minutos para passar uma informação; a oitava e última são as **Ferramentas automatizadas no processo de produção**, essas por sua vez integrariam bancos de dados próprios ou da organização jornalística, eles seriam personalizados de acordo com as rotinas de produção, automatizando as publicações das matérias.

No mais, essas são as características fundamentais que moldam e diferenciam o webjornalismo das demais plataformas, a multimídia, a hipertextualidade e customização estão mais presentes nas narrativas, enquanto as demais estão estritamente voltadas às rotinas de produção jornalística.

### 2.3. A função do título nas diferentes plataformas

Esse tópico se fez necessário no decorrer das análises, pois algo muito específico chamou atenção em todas as matérias analisadas. Apesar de apresentarem o mesmo conteúdo, os títulos mudavam bruscamente quando passavam de uma plataforma para outra. Bueno e Reino (2019) perceberam esse fenômeno e discutiram as mudanças estruturais que o título jornalístico sofre quando migra da plataforma impressa para a digital por meio da análise nos títulos dos jornais da Folha de São Paulo e Estado de São Paulo. O resultado alcançado nessa pesquisa é semelhante ao obtido por eles em que “o título do impresso não é igual ao da internet, e ainda que orientações editoriais sejam mantidas, na estruturação das frases ele sofreu drásticas transformações” (2019, p. 105).

As mudanças acima mencionadas podem não parecer significativas, mas se levarmos em consideração a importância dos títulos para as matérias no cenário da web, bem como é apontado por Bertolini (2014), podemos perceber quão estratégica e rentável são essas mudanças. O mesmo autor diz que: “Para o leitor, o título jornalístico na internet é guia e banca: guia porque conduz a leitura pelos caminhos labirínticos da rede; banca porque vende a notícia, literalmente, pois o clique sobre ele contabiliza os acessos via sistemas de cobrança digital” (BERTOLINI, 2014, 109). Em beneplácito o autor Peçanha (2014, p. 20) diz que “você pode ter o melhor texto do mundo que ele não será lido se não possuir um título atraente”, afinal “(... o que você) vê é um título no meio do *feed* de notícias do *Facebook* ou em um *tweet* de 140 caracteres, e nos resultados de busca, o título é a informação que possui o maior destaque”.

Dessa forma os títulos das matérias impressas são mais nominais e não apresentam verbo, ex: “Consciência ambiental aos ribeirinhos do amazonas”, são títulos diretos que estimulam a curiosidade, mas não desempenham o seu papel de revelar a síntese da matéria e prender a vista do leitor.

Por outro lado às matérias do *site* tem títulos mais bem definidos, isso se dá por dois motivos: o primeiro é por uma questão sistêmica do serviço de busca otimizada que o grupo *A crítica* utiliza para filtrar palavras que são mais buscadas na web e assim obter mais visualizações. O *Search Engine Optimization* (SEO) é uma ferramenta que através de um conjunto de técnicas e estratégias permitem ao *site* melhorar seu posicionamento nos resultados orgânicos dos mecanismos de busca, como o *Google*; o segundo corresponde ao tipo de leitor do ambiente *web*, em que o mesmo precisa de mais informações já no início da busca para assim clicar no *link* e abrir a matéria, ou seja, quanto mais informações tiver no

título mais rápido a matéria será encontrada, tanto pelo leitor quanto pelos algoritmos de busca. Partindo desse pressuposto, podemos afirmar que os títulos das matérias do *site* cumprem com suas funções no ambiente web, por exemplo: “Casa de prostituição de adolescentes é desativada; gerente do local é presa”. Podemos observar no exemplo que há maior quantidade de informações, portanto, maior probabilidade de ser encontrado pelos motores de busca. Enquanto no impresso a mesma matéria vem com o título: “Casa de prostituição”, no online esse título não atingiria o objetivo da web. Por esse motivo, na maioria das notícias analisadas, os títulos utilizados no impresso foram alterados.

## METODOLOGIA E PROCESSOS METODOLÓGICOS

No campo do jornalismo, existem basicamente três grandes grupos de pesquisa: os chamados estudos de recepção (voltados para os efeitos que os produtos midiáticos e/ou jornalísticos produzem na sociedade em seus diversos âmbitos); os estudos voltados para os processos comunicacionais (que focam as rotinas de produção e ação dos sujeitos envolvidos na elaboração dos produtos jornalísticos) e os estudos de análise de produtos. É neste último grupo que se situa esta proposta de pesquisa, que pretende analisar o modo como o formato “notícia”, parte do gênero jornalístico informativo, é apresentado no tradicional suporte impresso e no suporte da Internet do jornal A Crítica. Assim, trata-se de uma pesquisa de caráter teórico-analítico, cuja atenção se volta especificamente para os produtos jornalísticos, sem considerar os seus contextos de produção (ou seja, não faz parte da abordagem desta pesquisa a ação dos sujeitos envolvidos).

A pesquisa em questão propõe um estudo teórico aliado à observação empírica de um veículo de comunicação impresso em dois formatos distintos: o tradicional papel e as telas de computador, neste caso, do jornal A Crítica. Desse modo, esta pesquisa pode ser caracterizada com uma pesquisa bibliográfica e empírica, dimensões que se retroalimentam no sentido de possibilitar a elaboração de categorias que deem conta da análise proposta, ou seja, que seja capaz de elaborar um quadro interpretativo em torno das questões levantadas (confirmando ou ampliando as categorias tradicionais do jornalismo impresso). Este quadro interpretativo - construído a partir da bibliografia indicada em torno do assunto em paralelo com a observação empírica dos jornais – será o resultado da pesquisa, apresentado no relatório final.

Para conduzir tal investigação, a princípio, é importante realizar uma primeira aproximação do objeto empírico, de modo a observar a disposição espacial das notícias através das capas dos jornais impressos e das homepages do portal de informação. Esta primeira aproximação tornará possível a observação de continuidades e permanências de cada suporte e como eles dialogam entre si.

Em um segundo momento, já compreendendo a organização espacial das notícias no impresso e no portal, foi selecionado um período de dez dias (dez edições) para análise do conteúdo noticioso do veículo presente nas capas e nas *homepages* do jornal em questão. A seleção do período de 15/10/2020 a 25/10/2020 parece ser suficiente para analisar a construção das mesmas notícias no impresso e no portal, de modo a verificar os critérios consensuais das teorias do jornalismo quanto ao conteúdo e apresentação de notícias e, principalmente, evidenciar as marcas do jornalismo digital destacadas nas notícias publicadas

on-line. Esta caracterização dará subsídios para a busca de respostas a questões como: a migração dos conteúdos noticiosos do impresso para o on-line afeta a estrutura clássica da notícia? Em que medida? Em quais elementos? As características do jornalismo digital, conforme descritos por Palácios e Ribas (2007), estão presentes no jornalismo realizado pelo A Crítica? Quais as mais evidentes? Como elas operam na apresentação e na atualização das notícias?

Conforme a semioticista Lúcia Santaella (2004), a atualidade é marcada pela coexistência e imbricamentos entre as culturas oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital, o que faz da cultura contemporânea um mosaico híbrido e denso, presente também na produção de informação jornalística. Assim, para a realização desta pesquisa, fez-se necessário a realização de uma revisão bibliográfica que desse conta das características do jornalismo impresso, do jornalismo digital e das teorias do jornalismo em torno do formato da notícia, bem como das principais discussões contemporâneas em torno da cultura de convergência das mídias e também leituras bibliográficas básicas, com a realização de fichamentos e resenhas que indiquem a apropriação dos conteúdos necessários para o momento de análise do material empírico da pesquisa.

Simultaneamente à leitura bibliográfica, realizamos a primeira aproximação empírica do corpus de trabalho, com observações e anotações iniciais sobre a disposição do conteúdo noticioso impresso nos dois suportes. A partir disso foi realizada a seleção do material a ser examinado e analisado para os fins designados nesta proposta. As notícias selecionadas ao longo de uma semana do mês de setembro de 2020, nos dois suportes do jornal A Crítica, serão catalogadas e analisadas conforme critérios e categorias estabelecidas a partir da leitura já realizada.

## **O objeto de estudo**

A versão impressa do A crítica foi lançada em 19 de abril de 1949 por Umberto Calderaro Filho. É o segundo jornal brasileiro mais antigo em circulação no estado do Amazonas e o principal produto da Rede Calderaro de Comunicação (RCC), afirma Taveira (2001).

A periodicidade do jornal é diária de segunda a segunda, sendo composta por quatro cadernos divididos por nomes e cores.

- Caderno A: Caracterizado pela cor azul, que é também a cor predominante do slogan do jornal. Esse caderno é composto pelas editorias de Holofotes, Tema

do Dia, Opinião, Política, Últimas, Geral e duas páginas dedicada aos classificados. Em 10 cadernos analisados foi possível perceber que um número maior de páginas é dedicado para editoria de política.

- Caderno *Bem Viver*: Caracterizado pela cor rosa choque, esse caderno é destinado, sobretudo as demandas culturais e temas voltados para o lazer, nele encontra-se as matérias diárias, a coluna social Rogério Pina, além do “Tô à toa” e “Tudo TV”. De forma mais geral o caderno bem viver aborda temas do cotidiano, bem como música, cinema, shows, teatro, exposições, filmes do dia, resumo das novelas, programação do canal de TV e dicas para que o leitor saiba de tudo o que acontece na cidade e na região.
- Caderno *Cidades*: Caracterizado pela cor vermelha, esse caderno é composto pelas editorias de cidade e polícia, que abordam em sua maioria temas como o transporte público, mobilidade, meio ambiente e notícias policiais com certa notoriedade.
- Caderno *Craque*: Marcado pelas cores verde e amarela, esse caderno é dedicado às notícias relacionadas ao esporte, no entanto é composto majoritariamente por conteúdos voltados para o futebol.

Na capa do Jornal ficam em evidência as cores de cada caderno supracitado, o número de páginas que variam entre 20 o mínimo e 30 o máximo.



Figura 1 - Capa do jornal impresso A crítica edição do dia 06/04/2019

O *site A crítica.com* surgiu em meados de 2009 e sua aparência na *web* é semelhante ao impresso, no entanto seus cadernos são *links* que dão acesso a uma área restrita aos conteúdos de cada caderno, que pode ser acessado em uma barra personalizada na parte superior da *homepage*.

As sessões são divididas em Home, Manaus, Cotidiano, Entretenimento, Esportes, Amazônia, Manaus Hoje, Parintins, Vídeos e Blogs. As manchetes das matérias do dia ou com mais notoriedade são exibidas em um *slide show* na parte inicial do *site*, essas matérias podem ser acessadas com um click; o *site* também dispõe de vídeos da TV *A Crítica*, TV Web e sessões de fotos semanais. O conteúdo do *site* é gratuito e todos podem acessar.

Para a análise, optou-se por realizar um recorte do *corpus* de trabalho selecionando notícias veiculadas em 10 edições do mês de outubro de 2020 do jornal *A Crítica*. Tendo como elementos a serem observados na análise: os critérios de noticiabilidade; a composição do texto (ante-título, título, lide, corpo do texto, intertítulo); a disposição espacial no veículo; meios gráficos e fotográficos. Também serão analisadas as características do webjornalismo conforme propostos por Palácios e Ribas (2007), a saber: hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, personalização do conteúdo e atualização contínua (instantaneidade).

As notícias a serem analisadas são:

- ❑ Matéria do dia 15/10 no *site* como “Liceu de artes Cláudio Santoro promove seminário de música online”, e no impresso como “Choro e Bossa nova”.
- ❑ Matéria do dia 16/10 no *site* como “Casa de prostituição de adolescentes é desativada; gerente do local é presa” e no impresso como “Casa de prostituição”.
- ❑ Matéria do dia 17/10 “Amazonenses recuperados da covid-19 relatam luta diária com sequelas da doença”, que está no impresso como “Sequelas da covid-19 preocupam pacientes”.
- ❑ Matéria do dia 18/10 “Ribeirinhos fazem ação para retirada de lixo em área de proteção ambiental” e no impresso como “Consciência ambiental aos ribeirinhos do Amazonas”.
- ❑ Matéria do dia 19/10 “Avó enterra feto do próprio neto em terreno baldio” e no impresso como “Feto é enterrado no quintal de casa”.
- ❑ Matéria do dia 20/10 no *site* como “Detran-AM passa a aceitar pagamento de taxas em outros bancos” e no impresso como “Detran: mudanças no

atendimento".

- ❑ Matéria do dia 21/10 no *site* como "Bolsonaro diz que governo federal não comprará vacina chinesa" e no impresso como "Bolsonaro politiza compra da vacina".
- ❑ Matéria do dia 22/10 no *site* como "Cobertura de vacinação contra paralisia infantil é de 28,6% no AM" e no impresso como "Só 28,6% tomaram a vacina".
- ❑ Matéria do dia 24/10 no *site* como "Redes sociais invadidas" e no impresso no mesmo título.
- ❑ Matéria do dia 25/06 no *site* como "Covid-19 em Manaus: mortes em outubro superam as de setembro" e no impresso como "Mais mortes que setembro".

## APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A partir da abordagem teórica apresentada sobre jornalismo impresso e webjornalismo, partiremos agora para a observação e análise do formato notícia do gênero informativo nas versões impressas e digitais do jornal *A Crítica*. Com isso, vamos investigar as diferenças processadas no texto noticioso em ambos os suportes.

A tabela abaixo mostra de forma resumida as características das mesmas matérias disponíveis em plataformas diferentes, as matérias estão distribuídas e especificadas por data de publicação, sendo utilizada a letra A para identificar matérias do jornal impresso e letra B para as matérias do *site*.

MATÉRIA IMPRESSA	SUBTÍTULO	PIRÂMIDE INVERTIDA	PIRÂMIDE DEITADA	LIDE	HIPERTEXTUALIDADE	MULTIMIDIALIDADE	HIPERLINK	MEMÓRIA
16/10 – A	X	X		X	X		X	X
17/10 – A	X	X		X	X	X	X	X
17/10 – A	X		X		X	X		X
18/10 – A		X		X				X
20/10 – A	X	X		X		X	X	X
21/10 – A		X		X	X			X
22/10 – A		X		X	X			X
23/10 – A		X		X			X	X
24/10 – A		X		X				X
26/05 – A	X	X		X	X		X	X

Tabela 2 - matérias impressas e as características na notícia (fonte: autor)

MATÉRIA ONLINE	SUBTÍTULO	PIRÂMIDE INVERTIDA	PIRÂMIDE DEITADA	LIDE	HIPERTEXTUALIDADE	MULTIMIDIALIDADE	HIPERLINK	MEMÓRIA
15/10 – B	X	X		X		X	X	X
16/10 – B	X	X		X	X	X	X	X
17/10 – B	X		X		X	X	X	X
18/10 – B	X	X		X	X			X
19/10 – B	X	X		X	X		X	X
20/10 – B	X	X		X	X		X	X
21/10 – B	X	X		X	X		X	X
22/10 – B	X	X		X				X
25/10 – B	X	X		X				X
26/05 – B	X	X		X			X	X

Tabela 3 - matérias online e as características da notícia (fonte: autor)

Todas as matérias selecionadas foram manchetes de capa do jornal impresso e 100% tratam da mesma temática nas duas plataformas. 90% das matérias foram postadas primeiramente no *site A crítica.com* e só no dia posterior saiu no jornal impresso. Apenas a edição especial do aniversário de Manaus n° 25.016 fugiu desse padrão. As notícias foram

disponibilizadas simultaneamente nas duas plataformas e algumas foram exclusivas do jornal impresso, bem como a entrevista exclusiva com o nutricionista Marco Antônio Gaioto intitulada "A força das proteínas no corpo".

As matérias impressas são sem dúvida mais trabalhada graficamente e visualmente, em contraponto, o conteúdo é exatamente o mesmo apresentado no *site* no dia anterior. Em 90% das matérias analisadas a estrutura textual segue ainda o modelo da pirâmide invertida, nela os fatos são colocados em ordem decrescente de forma que as informações eleitas como principais sejam evidenciadas já no título e no primeiro parágrafo da notícia.

## Manaus 351 anos: imaginar é mudar o futuro

O que você daria de presente para Manaus? Respostas refletem amor e preocupação com o futuro da cidade.



Figura 2 - matéria do site dia 25/10/2020. Fonte: Acrítica.com



Figura 3 - matéria do impresso dia 25/10/2020. Fonte: Jornal A crítica

As imagens acima são um exemplo recorrente em matérias especiais ou que saem no fim de semana, em que se utilizou o mesmo texto e diagramação nos dois meios.

As matérias impressas têm como principal diferencial a utilização de chapéu – geralmente uma frase curta relacionada ao assunto – acima do título. Essa característica foi observada em todas as matérias impressas analisadas. Nas matérias *online* não se utiliza chapéu, no entanto o uso de linhas de apoio/sutiã – parágrafo com o objetivo de ambientar o leitor ao assunto tratado visto que ele sustenta o título – são observados em todas as matérias online analisadas.

Outra importante característica que está presente nos dois meios é sobre a relação texto e hipertexto, link e hiperlink, como explicada por Koch:

O hipertexto é também uma forma de estruturação textual que faz o leitor, simultaneamente, um co-autor do texto, oferecendo-lhe a possibilidade de opção entre caminhos diversificados, de modo a permitir diferentes níveis de desenvolvimento e aprofundamento de um tema. No hipertexto, contudo, tais possibilidades se abrem a partir de elementos específicos nele presentes, que se encontram interconectados, embora não necessariamente correlacionados – os hiperlinks. (KOCH 2005, p.63).

Os hiperlinks, formas de ligação entre textos que ocorrem no ambiente da internet são fundamentais para esta linguagem, porém são pouco usados no jornalismo praticado na

web pelo *A Crítica*, enquanto que no jornalismo impresso são muito comuns, quando, por exemplo, a capa serve como um índice para as matérias de dentro dos cadernos do jornal, conforme exemplificado na imagem abaixo:

# Casa de prostituição explorava meninas

Polícia Civil desativou ontem uma casa de prostituição da Zona Norte. A gerente do estabelecimento e um cliente foram presos em flagrante. **PÁGINA 9**



Figura 4 - Manchete da matéria do dia 16/10/2020 no impresso. Fonte: Jornal A crítica

Apesar do compartilhamento de conteúdo ser constante, a produção noticiosa do *site* é superior ao impresso. Isso acontece em razão da memória, características da web que permite armazenar uma quantidade praticamente ilimitada de conteúdos. A memória, apontada por Mielniczuk (2002), como um elemento realmente novo, não é uma particularidade do *site*, pois todas as edições do jornal impresso *A crítica* também são disponibilizados em versão digital e podem ser acessadas pelos assinantes a qualquer momento através do computador ou smartphone.



Figura 5 - Versão digital do jornal A crítica. Fonte: Acrítica.com

No *A crítica.com* os espaços de interatividade estão abertos ao leitor tanto como forma de comentários na página do próprio *site* como também em comentários direcionados para

rede social *Facebook* que compartilha a notícia automaticamente. No impresso, essa conexão também é possível por meio de cartas enviadas para redação.



Figura 6 - Aba para comentários e compartilhamento. Fonte: A crítica.com

Os *hiperlinks* estão disponíveis no final de cada matéria e são palavras chaves com temas relacionados ao que se está lendo. Em alguns poucos casos os hiperlinks vem inseridos no corpo da notícia, nesse caso o hiperlink direciona o leitor para uma matéria complementar ou um desdobramento da matéria em que ele está inserido. No entanto, o uso de hiperlinks é muito limitado, dada as possibilidades da web. Das 10 matérias analisadas apenas quatro tinham hiperlinks que apresentavam desdobramentos da mesma matéria. A personalização também fica por conta dos hipertextos disponíveis ao final de cada matéria, esses hipertextos trazem assuntos semelhantes ao lido anteriormente e tem como finalidade conduzir a navegação do leitor para matérias do seu interesse.

**O encaminhamento das vacinas foi anunciado cerca de duas horas antes** (<https://www.acritica.com/channels/manaus/news/amazonas-vai-receber-1-milhao-de-vacinas-contr-a-gripe-no-final-de-semana-diz-bolsonaro/>), pelo presidente da República, Jair Bolsonaro, e pelo Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta. De acordo com o secretário de saúde do Município, Marcelo Magaldi, após a chegada das vacinas, serão necessários de quatro a cinco dias para preparar toda a logística de distribuição das vacinas para os postos.

Figura 7 - Matéria do portal acritica.com, onde se destaca um hiperlink. Fonte: Acrítica.com



Figura 8 - Hiperlinks disponíveis no final das matérias do site. Fonte: Acrítica.com

A multimídia é um dos recursos menos utilizado pelo *acritica.com* nas matérias. Sua utilização é mais efetiva na *home page* por meio de um *Slideshow* em que é apresentada uma sequência de imagens e suas respectivas manchetes ou, simplesmente, como um ensaio fotográfico sobre um assunto. Nas matérias de fato são poucas às vezes em que se utilizado uma mídia diferente da fotográfica.



Figura 9 - Slideshow do site. Fonte: Acritica.com

A matéria impressa é considerada bem dividida, especialmente se levarmos em conta que os conteúdos noticiosos são completamente separados dos anúncios, enquanto que as matérias do *site* são bombardeadas por atualizações de anúncios constantemente. Esse fato costuma atrapalhar a navegação no *site* e o foco da leitura, assim se torna muito fácil se perder no ambiente *web*.

<b>MATÉRIAS IMPRESSAS</b>	<b>MATÉRIAS ONLINES</b>
<b>Editoria</b>	Sessão
<b>Chapéu</b>	Anúncio
<b>Título</b>	Título
<b>Imagem</b>	Linha de apoio
<b>Lide</b>	Anúncio
<b>Intertítulos</b>	Imagem

<b>Box</b>	Lide/corpo da matéria
	Intertítulos
	Links

**Tabela 4 - Divisão espacial das matérias. Fonte: Autor**

## EXEMPLIFICANDO A ANÁLISE

Para exemplificação da análise foram recortadas cinco das dez matérias analisadas em que é possível observar os critérios de noticiabilidade seguidos pelo jornal A Crítica e a divisão espacial das matérias nos dois meios.

**Matéria 1:** no *site* com o título “Liceu de artes Claudio Santoro promove seminário de música online”, e no impresso como “Choro e Bossa nova”. O título da matéria online apresenta dez palavras em sua conjuntura, composta por uma oração direta em que o sujeito aparece antes do predicado, ou seja, o título assume uma voz ativa. Por meio de uma pesquisa no *google* é possível observar que a escolha das palavras no título da matéria online assume uma importância gigantesca no posicionamento da matéria e na disponibilização da mesma para o leitor. Conforme a sequência de imagens abaixo o título é o que define se a matéria vai ser ou não encontrada facilmente. Observou-se na primeira imagem em que consta a busca apenas pelo sujeito, que o *site A crítica* apareceu no 8º resultado, no entanto na segunda imagem em que se adiciona o verbo, o resultado é assertivo a traz a matéria em questão como o primeiro resultado em meio a 33.000 em apenas 0,46s.



Figura 10 - Resultado das buscas no google.



Figura 11 - Resultado das buscas no google.

Os subtítulos ou *soutien* também mudam de uma plataforma para outra, consta na matéria online como “Público vai poder acompanhar oficinas musicais, masterclasses e palestras por meio das redes sociais” e na matéria impressa como “Liceu Claudio Santoro realiza Seminário de Música on-line. As inscrições podem ser feitas a partir de quinta-feira”.

A estrutura como um todo é exatamente a mesma, composta pelo lide, entretítulo, uma imagem e uma lista de *links*, que quando colocados no impresso perdem a funcionalidade do mesmo que é justamente direcionar o leitor de maneira fácil e prática para determinado conteúdo.

# ‘Choro e Bossa Nova’

Liceu Claudio Santoro realiza Seminário de Música on-line. As inscrições podem ser feitas a partir de quinta-feira

Com o tema “Choro e Bossa”, o Liceu de Artes e Ofícios Claudio Santoro realiza a quarta edição do Seminário de Música, que, neste ano, será no formato on-line, nos dias 22 e 23 de outubro. As inscrições podem ser feitas a partir de quinta-feira (15).

Segundo o titular da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa, Marcos Aguiar Muniz, a programação conta com apresentações, oficinas, masterclasses e palestra a fim de divulgar trabalhos de alunos, assim como proporcionar trocas de experiências com artistas amazonenses: renomados, entre eles David Assayag e Márcia Siqueira.

“Nosso objetivo é proporcionar a integração entre os alunos das unidades do Liceu, que não

A oficina de Ritmos é voltada para a valorização da cultura amazônica

pararam por conta da pandemia e, sim, se reinventaram e continuaram as atividades por meio das plataformas digitais”, afirma o secretário.

**PROGRAMAÇÃO**  
Com transmissão direto do Paçoete Provincial, o público vai poder acompanhar, pelo Facebook do Liceu de Artes e Ofícios Claudio Santoro, a oficina de Ritmos, voltada para o conhecimento e a valorização da cultura amazônica, na qual serão apresentados instrumentos percussivos característicos e variados ritmos; masterclass de Violão Solo, com apresentação da história do violão, peças do período da história da música, técnicas e interpretação; oficina de Canto Criativo, com vivência direcionada à prática do canto coletivo, com atividades lúdicas musicais, incentivando a criatividade e improvisação corporal e vocal do participante; e palestra de Harmonia da Bossa Nova, que vai abordar a harmonia funcional de clássicos da Bossa Nova, cadências e cifras.

“A quarta edição do Seminário de Música chega em um momento que tivemos que nos

**Lista**

**CONFIRA OS LINKS PARA INSCRIÇÃO:**

**DIA 22 / 10**  
15h - Oficina de Ritmos  
<https://forms.gle/UsUpjd3zKxb7iX6>  
17h - Masterclasses de Violão Solo  
<https://forms.gle/85W1qTTURjvLeU8>

**DIA 23 / 10**  
14h 15 - Oficina de Canto Criativo  
<https://forms.gle/K1KDLAhqoX6PeMje8>  
16h - Palestra de Harmonia da Bossa nova  
<https://forms.gle/y2BG3w2cx5e2zwb189>

adaptar em vários aspectos devido à pandemia. Entendemos que, apesar das dificuldades que estamos vivendo, é necessário e importante manter esse link com nossos alunos e instrutores, para, ao final de tudo isso, superarmos juntos esse momento”, comenta Davi Nunes, maestro e diretor do Liceu de Artes e Ofícios Claudio Santoro.

Figura 12 - Matéria impressa dia 15/10/2020. Fonte Jornal A crítica

Na matéria online, além dos links que fazem parte da notícia, são apresentados logo abaixo uma sequencia de *tags* com links indexados, esses links abrem uma sequência de

conteúdos similares que estão dentro do *site*, ou seja, direciona o leitor em uma leitura não linear sem que ele saia do *site*.

Os critérios de noticiabilidade das matérias não mudaram, já que se trata do mesmo conteúdo, ou seja, critério de proximidade geográfica, pois o Liceu Claudio Santoro é um patrimônio amazonense, com unidades tanto na capital como em Parintins e também proximidade de tempo, pois anunciava um evento e trazia informações importantes para o leitor.

17h - Masterclass de Violão Solo

<https://forms.gle/ib5W1qTTURjzYLeU8>

**Dia 23/10**

14h15 - Oficina de Canto Criativo

<https://forms.gle/K1KDLAhqoX6PbMjw8>

16h - Palestra de Harmonia da Bossa nova

<https://forms.gle/y2BGXw2cx5dZqwbH9>

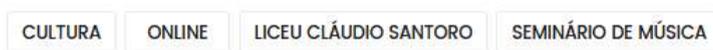


Figura 13 - Hiperlinks na matéria online. Fonte: A crítica.com

**Matéria 2:** no *site* como “Casa de prostituição de adolescentes é desativada; gerente do local é presa” e no impresso como “Casa de prostituição”. O título no *site* é composto por cerca de dez palavras, na mesma estrutura da matéria anterior com um sujeito seguido do verbo e predicado, enquanto no impresso ele é um título nominal com apenas duas palavras que não desempenha sua função de causar interesse no leitor ou mesmo dar uma previa da notícia, é apenas uma frase que não se liga nem mesmo ao subtítulo, conforme a imagem abaixo:

# Casa de prostituição

Polícia encontrou duas adolescente de 17 anos e uma delas estava com cliente de 43 anos

FILIPE TÁVORA  
cidades@acritica.com

Uma casa de prostituição foi desarticulada em uma ação policial ocorrida no bairro Colônia Santo Antônio, situado na Zona Norte da cidade, no dia de ontem. Duas adolescentes de 17 anos prestavam serviços de prostituição no local. A gerente do estabelecimento, uma jovem de 22 anos, que não teve a identidade revelada, foi presa, conforme a Polícia Civil (PC).

Um homem de 43 anos também foi preso, por ser encontrado dentro de um quarto do local, com uma das adolescentes.

Conforme a titular da Delegacia Especializada em Proteção à Criança e ao Adolescente (Depca), delegada Joyce Coelho, no momento em que os policiais chegaram ao estabelecimento, encontraram 10 mulheres, três homens e duas adolescentes.

Conforme Coelho, as adolescentes eram atrativo da casa de prostituição, onde elas trabalhavam há, aproximadamente, um mês. "Os clientes têm essa preferência e elas tinham privilégios dentro da casa. A proprietária sabia que elas são menores de idade e que elas funcionavam como atrativo do local", disse.

Há possibilidade de que outras adolescentes estivessem trabalhando no estabelecimento.

A autoridade policial afir-



Delegada Joyce Coelho comandou a operação policial na Zona Norte



A proprietária do estabelecimento, de 22 anos, foi presa em flagrante

mou que os pais das adolescentes não sabiam que elas trabalhavam na casa de prostituição. "Uma delas dizia que estava trabalhando em um restaurante. Nós levamos as duas adolescentes às famílias", disse Coelho.

#### FUNCIONAMENTO DA CASA

As prostitutas que trabalhavam no local precisavam pagar uma dívida diária de R\$ 70 ao estabelecimento. "Elas pagavam multas se chegassem atrasadas, desarrumadas ou se deixassem toalhas no chão", relatou a delegada.

Algumas funcionárias do local acabavam contraindo dívidas, ao invés de lucrarem com os serviços de prostituição, informou Coelho.

#### Frase



"Elas pagavam multas se chegassem atrasadas, desarrumadas ou se deixassem toalhas no chão."

Delegada Joyce Coelho  
Delegacia Especializada em Proteção à Criança e ao Adolescente.

A delegada aconselhou os pais a prestarem atenção ao comportamento dos filhos, es-

## Homem foi preso com jovem

Na casa de prostituição, as equipes policiais apreenderam preservativos, dinheiro em espécie e máquinas de cartão de crédito.

A delegada Joyce Coelho afirmou que todos os indivíduos foram levados à sede da Delegacia Especializada em Proteção à Criança e ao Adolescente (Depca). O homem que foi en-

contrado com uma adolescente recebeu voz de prisão.

Os suspeitos responderão pelo crime de favorecimento à prostituição ou outra forma de exploração sexual de crianças e adolescentes. Serão levados à Central de Recebimento e Triagem (CRT), onde ficarão à disposição da Justiça.

pecialmente quando eles passarem muito tempo fora de casa. "Exploração sexual é

crime hediondo. Por vezes, a sociedade costuma culpar as vítimas desses crimes",

Figura 14 - Matéria impressa do dia 16/10/2020. Fonte: Jornal A crítica

Os subtítulos nos dois meios buscam trazer algum acontecimento relevante da matéria que depois também aparece no corpo da matéria. A estrutura textual segue o modelo da pirâmide invertida e as duas possuem o mesmo conteúdo, o que muda é a utilização da multimídia, enquanto a matéria impressa apresenta apenas duas imagens, pelo fato do espaço na folha do jornal ser limitado pela editoria, à matéria online dispõe de quatro imagens e ainda um áudio descritivo que aparece em todas as matérias analisadas.



Figura 15 - Áudio descritivo na matéria online. Fonte: Acrítica.com

Pelo fato das matérias apresentarem o mesmo conteúdo, os critérios de noticiabilidade são os mesmos, a saber, proximidade geográfica, pois o prostíbulo que se trata a matéria fica situado na capital Manaus, cidade sede do jornal A crítica. O critério de imprevisibilidade também está presente, pois não é um fato que está presente no cotidiano da cidade.

**Matéria 3:** publicada no *site* com o título “Amazonenses recuperados da covid-19 relatam luta diária com sequelas da doença”, e no impresso como “Sequelas da covid-19 preocupam pacientes”. O primeiro título é composto por um sujeito, um verbo e um predicado, ou seja, é uma frase de ordem direta, já no segundo título a frase apresenta uma oração inversa em que o predicado precede o sujeito, o que dá um tom de voz passiva na oração. Essa é uma das matérias que fogem do modelo tradicional que a redação do A crítica utilizou em 80% das matérias analisadas. Nesse caso ao invés de ser iniciada com o lead, ela inicia com a fala de uma entrevistada. *“Meu neto apareceu gritando, desesperado porque o gás de cozinha estava fugindo e o cheiro tinha dominado a casa inteira. Mas eu não senti cheiro de nada, foi quando percebi o grande risco que isso se tornou”*.

O recorte abaixo da matéria impressa exemplifica como é utilizado o mesmo conteúdo que foi postado no *site* no dia anterior e até a mesma forma de distribuição da informação, mesmo que o modelo da pirâmide deitada fora desenvolvido pensando nas funções que a web disponibiliza e o tipo de leitor que navega no meio digital.

**JHONATAS SOUZA**  
Especial para A CRÍTICA

"Meu neto apareceu gritando, desesperado porque o gás da cozinha estava fagindo e o cheiro tinha dominado a casa inteira. Mas eu não senti cheiro de nada, foi quando percebi o grande risco que isso se tornou". Esse é o relato da dona de casa Maria Albaniza, 60, que perdeu a sensibilidade no olfato em julho deste ano, uma das sequelas do novo coronavírus. Já são pelo menos quatro meses que ela, pertencente ao grupo de risco, enfrenta essas complicações deixadas pelo vírus, mas no início quando testou positivo para a doença, os sintomas eram de uma gripe comum (febre, tosse seca e cansaço). Ela é grata por conseguir se recuperar na sua própria casa. "Graças a Deus não precisei ser internada, fiz o tratamento em casa direitinho como os médicos prescreveram, só que quando cheguei no final do tratamento acabei perdendo meu olfato e até agora não voltou", conta Maria. A dona de casa diz ainda que sem esse sentido ela fica dependente da família e que is-

ta água sanitária, como não sentia cheiro, imagina que tinha pouco e isso fez com que eu desmaiasse. Para fazer comida as pessoas tem que ficar provando, se não eu posso exagerar nos temperos".

**MAIS SINTOMAS**

Falta de ar e insônia são outros sintomas que estão entre as reclamações de pessoas que tiveram Covid-19 e ainda vivem com sequelas da doença. Como o caso do vigilante Jean Carlos, que foi um paciente em caso grave e agora faz tratamento para se recuperar. "Pelo menos 80% do meu pulmão ficou danificado, qualquer esforço eu já fico cansado. Apenas o esforço de me levantar do sofá para beber água já me sinto com falta de ar", diz o vigilante.

Um das sequelas que mais intrigou o Jean foi a diabetes, ele conta que sempre fez acompanhamento médico e nunca teve alteração na glicose, mas quando ficou internado no hospital de combate à Covid-19, na Nilton Lins, o seu quadro mudou. "Os médicos ficavam me perguntando se eu já tive diabetes ou algum caso na família, eu dizia que não e eles fi-



Dona de casa Maria Albaniza chegou a desmamar por não sentir o cheiro da água sanitária e usá-la em excesso

suíza".

O vigilante está curado do novo coronavírus, mas segue fazendo tratamento em casa por conta das sequelas no pulmão, ele toma alguns antibióticos para combater inflamações

**Saiba mais**

**>> Fisioterapia**

O governo do Amazonas anunciou que neste ano será inaugurado um Centro de Fisioterapia e aqueles que testaram positivo para Covid-19, caso apresentem necessidade. O projeto já está em andamento e em

queles do vírus são novos para ciência, por isso grande parte dos casos não há tratamento. "Pesquisas estão sendo feitas para avaliar a atuação de fato do vírus, para depois criar um tratamento efetivo para esses casos", o médico complementa que as pessoas devem procurar um especialista. "Em caso de sequelas como falta de ar ou dificuldades no pulmão, o paciente tem que fazer acompanhamento de um pneumologista e de um fisioterapeuta. Nos casos de problemas olfativos, o correto é procurar um otorrino para auxiliar alguns exercícios que estimulam o sentido prejudicado", explica.

Marcelo conta que as pessoas não podem ficar esperando apenas a vacina anunciada pelo governo, em janeiro de 2021, pois ela não servirá como a cura ou tratamento. "Essa vacina que está em análise vai criar anticorpos contra a covid, ou seja, é uma forma de imunizar a população, não um tratamento contra os sintomas", afirma infectologista.

Críticos alegam que casos como da dona Maria Albaniza ainda são um mistério, alguns pacientes ficam apenas quinze dias com essa dificuldade, em outros é estipulado que essa perda de olfato dure até 1 ano, mas o aconselhado é que pessoas com esse quadro façam exercícios de memória olfativa, como lembrar o cheiro de

Figura 16 - Matéria impressa dia 17/10/2020. Fonte Jornal A crítica

A figura abaixo é uma forma de exemplificar a disposição das informações na matéria no modelo da pirâmide deitada. Nela as informações ficam divididas em blocos de unidade. À ponta da pirâmide ficam as unidades base que estão às perguntas o que? quem? Quando? Onde?; o segundo é o nível de explicação que respondem as perguntas como? e porquê?; o penúltimo é o nível de contextualização que contextualiza todas as perguntas anteriores; por fim o nível de exploração trás abordagens externas, bem como os hiperlinks e ligações com outros textos.



Figura 17 - Demonstração da pirâmide deitada. Fonte: Autor

Os critérios de noticiabilidade dessa notícia são os de significância, pois a covid-19 é uma doença com alguns sintomas ainda desconhecidos, então toda e qualquer notícia relacionada. Há também o critério de continuidade, pois complementa uma série de notícias relacionadas a covid-19.

**Matéria 4:** publicada no *site* com o título “Ribeirinhos fazem ação para retirada de lixo em área de proteção ambiental” e no impresso como “Consciência ambiental aos ribeirinhos do Amazonas”. O primeiro título segue uma oração de voz ativa, com um sujeito – consciência ambiental precede o verbo – os ribeirinhos do Amazonas.

Essa matéria trás o exemplo de como a matéria impressa é mais trabalhada graficamente. Os elementos gráficos e tipográficos bem como os boxes, caixas de texto e fontes ajudam na disposição das informações para não trazer um texto pesado e difícil de ler, também otimizam o espaço limitado do jornal impresso. Tais elementos são substituídos no ambiente web por funcionalidades da própria web, no entanto não são utilizados pelo A crítica, pois quando essa mesma matéria vai para o *site* se transforma em blocos de texto divididos por intertítulos.



Figura 18 - Matéria impressa dia 18/10/2020. Fonte: Jornal A crítica

Os critérios de noticiabilidade dessa notícia são dos de proximidade, pois se trata de uma comunidade próxima na capital Manaus, há também o critério de importância do assunto tratado, pois os assuntos relacionados ao meio ambiente estão em evidência contexto atual.

**Matéria 5:** “Avó enterra feto do próprio neto em terreno baldio” e no impresso como “Feto é enterrado no quintal de casa”. Essa matéria trás nos dois títulos o sujeito, a ação e o predicado, no entanto no segundo título há apenas um sujeito. Com a colocação das informações escolhidas para os títulos, percebe-se que foram utilizados os critérios de noticiabilidade de negatividade presente na notícia para a composição dos mesmos, isso evidencia o esforço para atrair a atenção do leitor por meio do fato incomum que é uma avó enterrar um feto, por outro lado acaba tirando a atenção para o fato de maior relevância que também está presente na notícia, ou seja, o marido que agrediu a mãe que gerava o feto e que acarretou no aborto.

O conteúdo das duas matérias segue o modelo da pirâmide invertida, ela apresenta na sua estrutura um total de cinco parágrafos, sendo que três deles tem apenas duas linhas com informações superficiais, ou seja, não dão conta de responder algumas perguntas do lide, bem como a motivação do crime o “porquê?”, também não desenvolve o nível de contextualização como é possível observar na figura abaixo retirada do *site*. Na matéria online consta uma observação com “Mais informações em breve” e o *hiperlink* “agressão”, no entanto até o dia 01/12/2020 não foi observado nenhuma atualização no *site* e tão pouco em edições posteriores do impresso, ao clicar no hiperlink o leitor é direcionado para um resultado de 379 notícias de crimes de agressões e crimes contra a mulher conforme exemplificado pela figura 2.

Uma mulher grávida de sete meses, que não teve a identidade revelada, foi espancada pelo marido na madrugada desta segunda-feira (19) e acabou perdendo o filho que estava esperando. O corpo do bebê foi enterrado pela avó paterna em um terreno baldio da rua Curiós, no bairro Alfredo Nascimento, na Zona Norte de Manaus.

O corpo da criança foi descoberto depois que a avó decidiu ligar para a 13ª Companhia Interativa Comunitária (Cicom) e contar o que havia ocorrido na madrugada.

Por volta das 9h, a polícia foi ao local e a criança estava enterrada em uma cova rasa dentro de uma caixa e em um saco plástico. A Delegacia Especializada em Homicídios e Sequestros (DEHS) foi acionada. O delegado Guilherme Antoniazzi esteve no local, mas não quis falar com a imprensa.

Vizinhos contaram que a mãe do bebê foi levada para o SPA Galiléia, mas não há o informações sobre como aconteceu o aborto, se a avó é o pai estão presos e nem a motivação da agressão.

O caso está sendo conduzido pela Delegacia Especializada Em Crimes Contra A Mulher (DECCM), onde foi expedido um pedido de exame de corpo de delito pra confirmar se houve agressão.

\*Mais informações em breve

AGRESSÃO

Figura 19 - link ao final da matéria. Fonte: Acrítica.com

## "Agressão": 379 resultados

Digite os termos de busca BUSCAR



**Homem é preso por violência doméstica contra esposa, em Manaus**  
Testemunhas disseram que antes da agressão os dois estavam bebendo juntos  
02/11/2020 | MANAUS HOJE



**Empresária diz que funcionários foram agredidos por motoristas de aplicativo**  
Durante manifestação, dois trabalhadores de uma empresa de caminhões acusaram motoristas de agressões e de causar prejuízos a veículos que totalizam R\$ 7 mil  
27/10/2020 | MANAUS

Figura 20 - - Resultado de busca do link. Fonte: Acrítica.com

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa e a análise dos dados coletados, em cruzamento com o referencial bibliográfico consultado, trazem alguns esclarecimentos à cerca do webjornalismo produzido pelo site *Acrítica.com*. Como foi observada, a instantaneidade é a característica mais explorada pela empresa em questão. No entanto, apesar das notícias serem postadas inicialmente no *site*, sua rotina de produção está completamente atrelada ao jornal impresso como se tivessem sido produzidas para o mesmo. Não há nenhuma modificação significativa ou inovadora na apresentação das narrativas jornalísticas no que diz respeito às características específicas do webjornalismo, o que remete ao jornalismo de primeira geração. No mais, o *site* *acritica.com* ainda que de forma limitada explora algumas potencialidades do webjornalismo bem como os hipertextos e links ao final de cada matéria e na seção “Mais notícias”; a multimídia por meio dos “Slide show” e “Galerias de foto”; a interatividade com a seção “Comentários” e “Mais comentadas” e a memória através da “Caixa de pesquisa” onde se pode pesquisar qualquer matéria no próprio *site* usando palavras chaves; e por fim, a personalização por meio da sessão “Mantenha-se conectado” e “Receba novidades”.

Levando em consideração as definições apresentadas por Mielniczuk (2003) a respeito do webjornalismo de terceira geração, consideramos que apesar da transposição de conteúdo entre os dois meios, o *site* *acritica.com* atende a certas concepções do webjornalismo de terceira geração, mas ainda precisa apresentar rupturas suficientes para se configurar como um webjornal.

Com os resultados acima podemos concluir que o objetivo do TCC de identificar se há modificações significativas na estrutura da notícia quando a mesma é produzida para o ambiente da web, foi alcançado. Ainda que não tenhamos notado rupturas suficientes para configurar um jornalismo de quarta geração ou jornalismo 4.0, conseguimos destacar configurações da própria web que por si só mudam a estrutura da notícia mesmo que as rotinas de produção sejam as mesmas. A forma como os títulos ganham notória importância nesse ambiente, eles não são completamente novos e inovadores, mas também não são os mesmos do impresso, o que mostra certa resistência do meio como um todo em aderir à mudança e até mesmo se reinventar. Podemos atestar então que estamos diante de um produto híbrido puxado por um lado pela evolução acelerada da internet e por outro lado o tradicionalismo da Família Calderaro e falta de investimentos para introduzir redações próprias para o site. Essa é uma característica comum dos veículos jornalísticos em transição

ou adaptação para os meios digitais, que são mais presos a sua origem analógica, do que ao destino digital.

Outra ressalva é que o recorte é referente a um momento específico da história do jornal. É, portanto, temporário e pode haver outra perspectiva se usados outro momento de coleta, ou permanecer o mesmo anos depois. Deste modo, o objetivo foi fazer uma análise do momento e identificar características nele, o que foi alcançado satisfatoriamente. Além disso, o saldo permite pensar os modos de fazer e as rotinas a partir das mudanças que a profissão vem sofrendo nos últimos anos.

## REFERÊNCIAS

ABADAL, Ernest; GUALLAR, Javier. **Prensa digital y bibliotecas**. Gijón: Ediciones Trea, 2010.

ANDERSON, C.W; BELL, E; SHIRKY, C. **Jornalismo pós-industrial** in Revista de Jornalismo da ESPN, abril/maio/junho, 2013, p. 30-89.

BERTOLINI, Jeferson. **O título da notícia na internet: funções clássicas e impactos na leitura e na compreensão do texto**. Revista Científica Ciência em Curso – R. cient. ci. Em curso, Palhoça, SC, v. 3, n. 2, p. 99-110, jul./dez. 2014.

BRIGGS, A; BURKE, P. **Uma história Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2006.

BUENO, Thaíssa; REINO, Lucas. **O que muda e o que permanece nos títulos de jornais na internet?** Comunicologia: Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília, v. 12, n. 2 – Jul./Dez. / 2019.

CANAVILHAS, João. **Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas** in CANAVILHAS, João (Orgs), **WEBJORNALISMO 7 características que marcam a diferença** (p. 03-24). PORTO: LABCOM. 2014.

CAPRINO, Mônica. **Jornalismo impresso: transformações e sobrevivências no século XXI**. Anuário Unesco / Metodista de Comunicação Regional, Ano 13, n. 13, p. 39-54, jan/dez. 2009.

CARDET, Ricardo. **Manual de jornalismo**. 4. Ed. Lisboa, Caminho, 1980. (Col. Nosso Mundo)

COMASSETTO, Leandro. **As razões do título e do lead**. Condórdia. UnC Concórdia, 2003.

ERBOLATO, Mario. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. São Paulo: Ática, 1991

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do Jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.

GUTMANN, Juliana. **Formas do telejornal**: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva. (Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador, UFBA, 2012).

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**/investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.

JACOBSON, S.. **Emerging Models of Multimedia Journalism**: A Content Analysis of Multimedia Packages Published on nytimes.com. Atlantic Journal Of Communication, 2010.

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis, RJ: Vozes 2006.

KOCH, Ingedore Vilaça. **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo: Cortez, 2003.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 1a ed. - Vozes, Petrópolis, 1979/ 2a ed. - Vozes, Petrópolis, 1981/ 3ª ed. - Ufsc-Insular, 2001.

MARCONDES FILHO, C. **Imprensa e Capitalismo**. São Paulo, Kairós, 1984.

MARTINS, Eduardo. **Manual de redação e estilo de O Estado de São Paulo**: Moderna, 1997.

MEDINA, Cremilda. **Notícia um produto a venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** São Paulo: Contexto, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. (Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador, UFBA, 2003).

ORLANDINI, Romulo Augusto. **Jornalismo Criativo e os gêneros do discurso jornalísticos**. Dissertação (Mestrado em Linguística), Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2008.

PALÁCIOS, Marcos e RIBAS, Beatriz. **Manual de laboratório de jornalismo na internet**. Salvador, Edufba, 2007.

PEÇANHA, Vitor. **Guia completo do redador da Web. Rockcontent**: São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://escrevaparaweb.com.br/wp-content/uploads/2014/12/Guia-completodo-Redador-Web.pdf>>. Acesso em: 08 nov. 2020.

RENAULT, Letícia. **Webtelejornalismo**: o telejornalismo brasileiro em expansão para o ciberespaço no século XXI. In: VIZEU, A.; MELO, E.; PORCELLO, F. e COUTINHO, I. (Org.). *Jornalismo em questão*. Col. *Jornalismo Audiovisual*. Vol. 3, Florianópolis, Insular, 2014.

ROST, Alejandro. **Webjornalismo**: Sete características que marcam a diferença. LabCon, 2014.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**. O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo**: a composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos. (Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador, UFBA, 2008).

RÜDIGER, Francisco. **Origens do pensamento acadêmico em jornalismo**: Alemanha. União Soviética e Japão. Florianópolis, SC: Insular, 2017.

SALVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade**: Informar para cinco sentidos noticiosas in CANAVILHAS, João (Orgs), *WEBJORNALISMO 7 características que marcam a diferença* (p. 25-52). PORTO: LABCOM. 2014.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora** – a influencia americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1990.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos do Jornalismo o Impresso**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – BOCC. Porto, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.