

Reportagem Multimédia em Portugal: uso e aproveitamento das características do webjornalismo

Sofia Almeida Caramelo

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em

Jornalismo

(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor João Manuel Messias Canavilhas

outubro de 2023

Declaração de Integridade

Eu, Sofia Almeida Caramelo, que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M11537, de Jornalismo, da Faculdade Universidade da Beira Interior declaro ter desenvolvido o presente trabalho e elaborado o presente texto em total consonância com o **Código de Integridades da Universidade da Beira Interior**.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referenciação de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã 05 / 10 / 2023

Sofia Almeida Caramelo

Agradecimentos

Agradeço ao meu orientador, João Canavilhas, pelos conselhos e paciência ao longo destes meses, em todas as etapas deste trabalho.

Agradeço aos meus pais pelo apoio e por estarem comigo até ao final deste meu percurso académico e por terem confiança em mim e no meu trabalho.

Agradeço também à minha irmã e amigas por me ajudarem e incentivarem sempre que surgiam dificuldades ou momentos de insegurança e cansaço.

Resumo

Este trabalho pretende analisar que características do webjornalismo estão presentes nas reportagens multimédia portuguesas e analisar como estas as têm usado e aproveitado ao longo dos anos. As características do webjornalismo em questão são a memória, instantaneidade, ubiquidade, hipertextualidade, multimedialidade, interatividade e personalização.

Para responder às problemáticas deste trabalho, começamos por fazer uma revisão bibliográfica centrada na evolução do webjornalismo e das reportagens multimédia, explicitando que particularidades tem cada característica do webjornalismo e como devem ser usadas em conteúdos noticiosos como as reportagens multimédia. Para ajudar a diferenciar o que destaca este tipo de reportagens de outros conteúdos, foi também explicitado o que caracteriza outras narrativas como narrativas de vídeo ou som, e explicado também o que são conceitos como a convergência, remediação, *transmedia* e *crossmedia*, tendo em conta o papel que estes têm no webjornalismo e no meio *online*.

Na segunda parte do trabalho procedeu-se à análise quantitativa das reportagens, tendo sido usado como objeto de estudo as reportagens multimédia premiadas pelos Prémios ObCiber e analisou-se cada reportagem averiguando-se que características estão presentes e como estas foram usadas ao longo dos últimos quinze anos. Também se procedeu a uma análise qualitativa na forma de uma entrevista, para esclarecer possíveis perguntas ou especificidades que não ficaram totalmente respondidas na análise quantitativa.

Os resultados deste processo empírico indicam que as reportagens multimédia utilizam grande parte das características do webjornalismo, porém no geral o uso e aproveitamento destas características não é potencializado. Apenas uma reportagem conseguiu usar todas as características e apenas algumas reportagens (menos de metade) potencializaram a maior parte das características usadas.

Palavras-chave

Reportagem, multimédia, webjornalismo, características, usabilidade

Abstract

This work aims to analyze which characteristics of web journalism are present in portuguese multimedia reports and analyze how they've used and taken advantage of them over the years. The characteristics of web journalism in question are memory, instantaneity, ubiquity, hypertextuality, multimediality, interactivity and personalization.

To respond to the problems of this work, we begin by carrying out a bibliographical review focused on the evolution of web journalism and multimedia reports, explaining what particularities each characteristic of web journalism has and how these are and should be used in news content like multimedia reports and also equally what characterizes the reports in question. To help differentiate what highlights this type of reporting from other contents, it was also explained what characterizes other narratives such as video or sound narratives, and also what are concepts such as convergence, remediation, transmedia and crossmedia, given the role they have in web journalism and the online environment.

In the second part of the work, a quantitative analysis of the reports was carried out, using multimedia reports awarded by the ObCiber Awards as the object of study, where each report was analyzed to find out which characteristics were present and how they were used over the last fifteen years. A qualitative analysis was also carried out in the form of an interview, to clarify possible questions or specificities that were not fully answered in the quantitative analysis.

The results of this empirical process indicate that multimedia reports use a large part of the characteristics of web journalism, but in general the use and exploitation of these characteristics is not enhanced. Only one report managed to use all the characteristics and only a few reports (less than half) managed to leverage the majority of the characteristics used in them.

Keywords

Multimedia, reports, web journalism, characteristics, usability

Índice

Lista de Figuras	xii
Lista de Tabelas	xiv
Lista de Acrónimos	xv
Introdução	1
Capítulo 1. Webjornalismo em Portugal	3
1.1 Do jornalismo <i>online</i> ao webjornalismo	3
1.2 Evolução do webjornalismo	4
1.3 As sete características do webjornalismo	6
Capítulo 2. Reportagens Multimédia	13
2.1 Convergência e Remediação	13
2.2 As reportagens multimédia no jornalismo	16
Capítulo 3. Narrativas jornalísticas em Portugal	21
3.1 Tipologias de narrativas nos <i>media</i> portugueses	21
3.2 Os Prémios de Ciberjornalismo	29
Capítulo 4. Metodologias	32
4.1 Problemas e objetivos	32
4.2 Metodologias e técnicas	33
4.3 Amostra e critérios de análise	34
4.3.1 Variáveis	36
Capítulo 5. Resultados e discussão	38
5.1 Características presentes e frequência de uso	38
5.2 O aproveitamento das características	42
5.2.1 Memória	43
5.2.2 Interatividade	45
5.2.3 Multimedialidade	49
5.2.4 Hipertextualidade	62

5.2.5 Ubiquidade	64
5.2.6 Instantaneidade	65
5.2.7 Personalização	66
5.3 Meio de comunicação que faz melhor uso do potencial das características	69
5.4 Razões por detrás do uso e aproveitamento de certas características	70
Conclusões	72
Bibliografia	74
Anexos	80
Anexo I	82

Lista de Figuras

Figura 1 - Delimitação dos vários conceitos	4
Figura 2 – Infografia Digital “A volta em 200 mensagens”	22
Figura 3 – Evolução da produção de conteúdos em vídeo	23
Figura 4 – Narrativa Vídeo Digital “Fátima, mistérios da fé”	25
Figura 5 – Narrativa Sonora “Aquilo é Europa”	27
Figura 6 – Exemplo de reportagem com memória de reconstrução do passado	44
Figura 7 – Reportagem com caráter comemorativo	44
Figura 8 – Mural interativo	46
Figura 9 – Interatividade comunicativa	47
Figura 10 – Opção de ver vídeos em separadores	47
Figura 11 – Reportagem com interatividade mais fraca	48
Figura 12 – Imagem como fundo da página, ao longo do <i>scroll</i> da reportagem	51
Figura 13 – Fotogaleria	51
Figura 14 – Imagem como fundo	52
Figura 15 – Imagem 360°	52
Figura 16 – Vídeos incorporados em mapa	53
Figura 17 – Vídeo que fornece informação adicional em partes específicas	53
Figura 18 – Vídeo em 360°	54
Figura 19 – Vídeos usados como fundo da página	54
Figura 20 – Gráfico interativo	55
Figura 21 – Gráfico dentro de hiperligação	55
Figura 22 – Gráfico com alguma animação	56
Figura 23 – Mapa com <i>zoom</i> automático e vídeos embutidos	57
Figura 24 – Mapa interativo	57
Figura 25 – Mapa interativo	58
Figura 26 – Áudio de fundo apresentado no início da reportagem	58
Figura 27 – Áudio em secções da reportagem	59
Figura 28 – Exemplos de ilustrações	59
Figura 29 – Hipertextualidade multilinear	62
Figura 30 – Hipertexto com outra hiperligação dentro de si	63
Figura 31 – Diferentes tipos de <i>links</i>	64

Figura 32 – Capacidade de resposta, especificamente no telemóvel	67
Figura 33 – Adaptabilidade de poder ler em inglês	67
Figura 34 – Ajuda em tomadas de decisão	68
Figura 35 – Exemplo de recomendações como método de personalização	69

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Reportagens premiadas pelos Prémios ObCiber analisadas	35
Tabela 2 – Guia de análise sobre que caraterísticas estão presentes nas reportagens	36
Tabela 3 – Número de caraterísticas usadas por cada reportagem	40
Tabela 4 – Cada caraterística usada por reportagem	41

Lista de Acrónimos

ObCiber Observatório do Ciberjornalismo

RTP Rádio e Televisão de Portugal

Introdução

A *web* e a *internet* transformaram de modo significativo a atividade jornalística, que teve de se adaptar a um novo tipo de jornalismo: o webjornalismo. Com ele surgiram também novas práticas e rotinas jornalísticas, assim como diferentes tipos de conteúdos jornalísticos, nomeadamente as reportagens multimédia, que têm crescido de ano para ano na última década.

Estas são um conteúdo único no meio jornalístico e, não havendo muitos trabalhos académicos sobre o tema no contexto português, nasceu o interesse e curiosidade sobre a forma como tem decorrido a sua evolução nos *media* portugueses no que toca ao uso e aproveitamento das características próprias do webjornalismo.

Com este trabalho, pretende-se contribuir para um maior conhecimento sobre as reportagens multimédia portuguesas e como estas se caracterizam.

Neste contexto, o estudo é guiado por dois objetivos: identificar as características mais habituais nas reportagens multimédia produzidas em Portugal, percebendo como evoluiu a sua utilização ao longo do tempo; averiguar qual é o *media* português que faz melhor uso do potencial das características e se há alguma razão específica por detrás dessa melhor utilização.

Para alcançar estes objetivos, neste trabalho foram analisadas as reportagens premiadas pelos prémios do ObCiber - Prémios Nacionais de Ciberjornalismo. Sendo um tipo de conteúdo jornalístico que está a crescer, decidiu-se que analisar os trabalhos considerados anualmente como os melhores na categoria seria a opção adequada e a que nos daria o maior espectro de reportagens multimédia, analisando-se reportagens de vários tipos de *media* e ao longo de um espaço de quinze anos.

Assim, este trabalho divide-se em duas partes: na primeira apresenta-se o enquadramento teórico e, na segunda, o estudo empírico.

A primeira parte, dedicada à revisão teórica está dividida em três capítulos.

O primeiro capítulo percorre a história do webjornalismo desde as suas origens, explicitando-se depois quais são as sete características (Canavilhas, 2014c) que caracterizam e influenciam os conteúdos noticiosos produzidos neste meio. Estas características são a memória, ubiquidade, instantaneidade, multimedialidade, interatividade, hipertextualidade e personalização.

No segundo capítulo explica-se o que são as reportagens multimédia e o que as caracteriza, analisando-se ainda a sua evolução no meio jornalístico. Neste capítulo também se caracterizam outros conceitos como a convergência (Pellanda, 2003; Jenkins, 2006), a remediação (Canavilhas,

2012; Bolter e Grusin, 2000), o *crossmedia* (Jesus da Rocha 2020; Merino, 2015) e o *transmedia* (Jesus da Rocha 2020; Merino, 2015), visto que todos marcam o período de mudança atual.

No terceiro e último capítulo de revisão teórica, apresentam-se outras narrativas jornalísticas que existem em Portugal e que também são reconhecidas publicamente nos Prémios de Ciberjornalismo: narrativas em áudio, narrativas em vídeo, infografias digitais, *live blogs*, entre outros. Neste capítulo procura-se explicar o que caracteriza estes tipos de narrativa e com isso demonstrar o que diferencia a reportagem multimédia das restantes, sendo também explicado o que são os Prémios do Ciberjornalismo, visto que é através deles que se selecionou a amostra da análise de conteúdo desenvolvida na parte empírica.

No quarto capítulo, a metodologia, inicia-se a segunda parte da dissertação dedicada ao estudo empírico do tema. Primeiro, apresenta-se o problema de investigação e os objetivos a alcançar e depois explicam-se as metodologias que se irão usar para a recolha de dados.

No quinto capítulo expõem-se os resultados obtidos ao longo da investigação e procede-se à sua discussão.

O trabalho encerra com as conclusões mais importantes, sendo comentados os resultados obtidos ao longo da análise e investigação do tema.

Capítulo 1 – Webjornalismo em Portugal

Neste primeiro capítulo dá-se o contexto teórico que irá servir de base para os próximos capítulos, visto que não se pode falar e analisar reportagens multimédia sem se falar de webjornalismo.

No webjornalismo existem várias características que caracterizam e influenciam os conteúdos noticiosos produzidos neste meio, sendo que muitas destas características são também aproveitadas e incorporadas nas reportagens multimédia. Primeiro que tudo, iremos discutir e explicar o conceito de webjornalismo e quais são as suas características, assim como explicar as fases pelas quais o webjornalismo e especificamente o webjornalismo português se divide ao longo das décadas.

1.1 Do jornalismo *online* ao webjornalismo

Ao longo dos anos, vários conceitos foram usados para tentar definir o jornalismo na *internet*. No início, vários académicos e especialistas faziam uso do nome jornalismo *online*, porém foram surgindo progressivamente outras definições, como jornalismo digital (Gonçalves, 2000), webjornalismo (Canavilhas, 2001) ou ciberjornalismo (Zamith, 2008), preferindo cada autor utilizar um conceito específico nos seus trabalhos e estudos.

Luciana Mielniczuk (2003) observa que grande parte dos autores norte-americanos e brasileiros utilizavam os termos “jornalismo *online*” ou “jornalismo digital”, enquanto que os autores espanhóis usavam mais o termo “jornalismo eletrónico”.

Dentre as definições dos tempos iniciais, Mielniczuk diz que todas elas se assemelham “a esferas concêntricas que fazem o recorte de delimitações”, podendo-se incluir estas definições tanto no setor da produção quanto no da disseminação de conteúdos noticiosos (Mielniczuk, 2003, p.27).

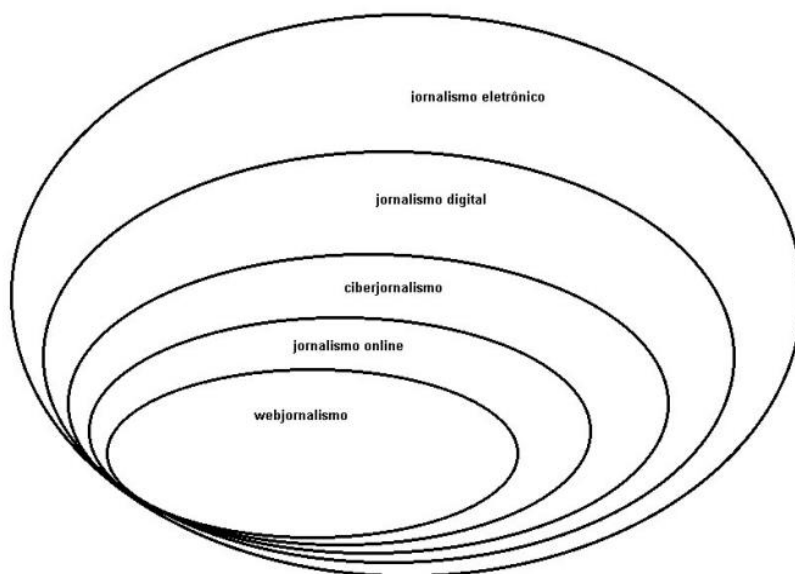


Figura 1 – Delimitação dos vários conceitos (Mielniczuk, 2003).

Como cada autor utiliza um termo específico para se referir a este tipo de jornalismo atual, neste trabalho será usado o conceito de webjornalismo, pois é aquele que, na nossa opinião, corresponde mais ao jornalismo que se pratica atualmente. A grande característica que diferencia o jornalismo atual são as potencialidades da *web* e o que pode ser feito com elas na produção e divulgação de notícias, por isso webjornalismo é o conceito mais indicado para referenciar o jornalismo feito neste meio.

1.2 Evolução do webjornalismo

Vários autores tentaram dividir as fases ou períodos do webjornalismo em etapas.

John Pavlik (2001) foi dos primeiros investigadores a analisar a evolução do webjornalismo, dividindo-a em três fases: a primeira corresponde ao *shovelware*, onde simplesmente se copiava o que estava no jornal impresso para o *site* do jornal; a segunda, refere-se a quando os conteúdos *online* já continham alguma hipertextualidade e multimedialidade; a terceira é referente à criação de conteúdos unicamente para o meio *online*, onde já se utiliza mais características da *web*.

Embora com algumas diferenças, outros autores seguem o mesmo pensamento, com Mielniczuk (2003) a propor três fases semelhantes: Fase da transposição (cópia do conteúdo do jornal em papel para o *online*); Fase da metáfora (começa-se a explorar algumas características, como a hipertextualidade); Fase do webjornalismo (tenta-se incluir mais características, como a multimedialidade e a interatividade). Cabrera Gonzalez (2000) propõe quatro modelos: *Fac-*

Simile, (replicação de páginas da versão impressa para o *website*); Modelo Adaptado e Modelo Digital que ambos correspondem à segunda fase dos autores acima mencionados (inicialmente os conteúdos são apresentados num esquema simples e depois apresentados num esquema mais direcionado para *web*, com mais hipertextualidade, comentários e notícias de última hora); Modelo Multimédia (aproveita-se melhor as características do meio, como a interatividade e a multimedialidade).

Partindo destas ideias e etapas, Barbosa (2008) vai mais além e acrescenta uma quarta e quinta fase para os anos mais recentes. Na quarta fase de Barbosa (2008), apelidada de “Fase jornalismo digital em bases-de-dados”, a autora destaca a influência que as bases de dados podem ter e têm tido no webjornalismo, desde a produção e edição de conteúdos noticiosos até à exploração de novos géneros jornalísticos. Para a autora, “o cenário no qual emerge a quarta geração do ciberjornalismo é marcado pela consolidação das bases de dados como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência jornalística” (Barbosa, 2008, p.9). Desta forma, as bases de dados aumentam as possibilidades de navegação que o leitor tem num *site* noticioso e estimulam um jornalismo onde há uma variedade de conteúdos noticiosos e uma ligação mais evidente e direta entre esses conteúdos.

A autora destaca ainda que esta etapa da evolução não aconteceu simultaneamente para todos os meios jornalísticos *online*, ocorrendo primeiro em jornais/projetos que tinham maiores condições de investimento em profissionais especializados e em tecnologias.

Na quinta fase, as bases de dados ficam ainda mais evidentes na estruturação do webjornalismo e na convergência dos meios, tendo os *smartphones* e *tablets* um papel importante no crescimento e potencialização do meio. Aqui, o jornalismo de dados e os dispositivos móveis surgem como impulsionadores da inovação da profissão, sendo características como a horizontalidade de conteúdos e a utilização de dispositivos móveis e aplicações, especificidades importantes na elaboração de conteúdos jornalísticos (Barbosa, 2013).

No caso português, Hélder Bastos (2023) distingue três grandes fases do webjornalismo, que na sua ótica englobam os primeiros vinte cinco anos do webjornalismo em Portugal. Estas fases são a da implementação (1995-1998), a da expansão ou *boom* (1999-2000) e a da contração/estagnação, com investimentos a contracorrente (2001-2020).

A primeira fase incide nos primeiros anos de adaptação às novas tecnologias, com o surgimento dos primeiros *sites* jornalísticos *online*. É uma fase essencialmente de muita experimentação e descoberta, com a presença do modelo *shovelware*, no qual os jornais reproduziam muitos dos seus conteúdos em papel no *online* (Bastos, 2023). Nesta fase da implementação, ao verem a popularidade e utilidade da *internet*, os jornais abraçaram depressa esta novidade, sendo contudo o início também marcado pela desconfiança dos jornalistas às novas tecnologias (Bastos, 2023).

A primeira fase chegou ao fim em 1998, tendo em janeiro desse ano, o semanário regional “Setúbal na Rede” marcado a história do webjornalismo português como sendo o primeiro jornal exclusivamente *online* em Portugal.

Posteriormente, veio a fase da expansão apelidada também por Bastos (2023) de “*boom*” e que ficou marcada por um entusiasmo com a *internet* e o que se podia fazer nela, assim como pelo aparecimento dos primeiros jornais generalistas exclusivamente *online*, como o Diário Digital e o Portugal Diário. Nesta fase, alguns jornais arriscaram e reforçaram a aposta nos seus *sites*, tendo aumentado as suas redações e a atualização de notícias diárias (Bastos, 2023).

Apesar destes investimentos, pouco tempo depois, em 2001, começou a entrar-se numa fase de contração porque as edições *online* não estavam a gerar a retribuição monetária esperada. O entusiasmo dos primeiros anos esmoreceu, sendo o fim desta fase marcada pelo encerramento de alguns *sites* e o começo de despedimentos de trabalhadores (Bastos, 2023).

Foi nesta fase que o webjornalismo entrou num período de estagnação, com as prioridades dos jornalistas mais direcionadas para preocupações como a instantaneidade, aspeto dos conteúdos *online* e a competição com a concorrência (Bastos, 2023). A falta de modelos de negócio adequados fez com que o webjornalismo entrasse num período de estagnação caracterizado pela produção acelerada de notícias e pela dificuldade em afirmar-se como uma alternativa ao jornalismo feito nos restantes *media* (Bastos, 2023).

Desde essa altura, o webjornalismo em Portugal tem evoluído lentamente, tendo sido feitos alguns investimentos, porém Bastos (2023), considera que do ponto de vista puramente jornalístico, são investimentos leves e não estruturantes, com a presença de investimentos como o aproveitamento mediano de algumas características da web ou a “automatização de processos de distribuição multiplataforma de conteúdos” (Bastos, 2023, p.140). Segundo o autor, este tipo de investimentos não têm sido “determinantes para a afirmação da qualidade da produção jornalística *online*” (Bastos, 2023, p.140).

Sem medidas novas como a contratação de novos jornalistas e técnicos especializados para o meio *online*, e sem uma maior produção de conteúdos jornalísticos direcionados para a *web* em vez do simples método de *shovelware*, a “produção de conteúdos multimédia avançados, como reportagens ou infografias interativas”, tem ficado reservada a um número mínimo de *sites* noticiosos (Bastos, 2023, p.141).

1.3 As sete características do webjornalismo

Tal como acontece em todos os meios de comunicação, o jornalismo que se faz na *web* tem várias características específicas que o distinguem, sendo habitualmente indicadas sete: hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e

ubiquidade (Canavilhas, 2014c). Cada uma tem várias particularidades e utilidades num conteúdo noticioso, caracterizando-se cada uma da seguinte forma:

Memória:

Apesar de ter sido ainda mais potencializada com a *internet*, a memória sempre foi uma característica presente no jornalismo, na medida em que as notícias e reportagens permitem que os acontecimentos sejam guardados e arquivados ao longo do tempo. Palacios (2014) defende que o recurso à memória está sempre presente na produção de conteúdos jornalísticos e o seu uso é utilizado principalmente na produção de conteúdos noticiosos com caráter comemorativo ou em reportagens relacionadas com determinados acontecimentos, sendo a memória essencial para oferecer o contexto histórico necessário às nuances da narrativa.

Com a *web*, os *media* passaram a ter um espaço ilimitado para o “armazenamento de informação que pode ser produzida, recuperada, associada e colocada à disposição dos públicos-alvo visados” (Palacios, 2014, p.95). Com esta particularidade da *web*, a possibilidade de ter um espaço sem limites para o arquivo de material noticioso modificou permanentemente o modo como o jornalismo é feito atualmente, podendo inclusive cada leitor se tornar um produtor de memórias ao comentar nos *sites* noticiosos, na medida em que os seus comentários também ficarão guardados permanentemente.

Instantaneidade:

Com a chegada da *internet*, a influência da instantaneidade no jornalismo aumentou muito, com os meios jornalísticos a competirem entre si em termos de quem é mais rápido, utilizando para isso as novas tecnologias como vantagens. Porém, esta aceleração do processo informativo não é nova, na medida em que o jornalismo sempre se aproveitou de tecnologias com essa finalidade, desde o uso do telégrafo aos satélites (Bradshaw, 2014). Este autor defende que a instantaneidade começou a alastrar-se para além da distribuição e a afetar também o consumo e a publicação de notícias.

No caso do consumo, Bradshaw (2014) defende que a velocidade aumentou visto que atualmente uma pessoa pode assistir às notícias de manhã pela TV, ouvir a rádio no carro a caminho do trabalho, ver ao longo do dia notificações de *email* e à noite ainda obter notícias pelas redes sociais enquanto também vê o jornal da noite na televisão.

Para além do consumo, a influência das novas tecnologias na instantaneidade do jornalismo também se pode notar na publicação de notícias: os jornais já não estão dependentes e reféns das máquinas de impressão e não havendo as típicas limitações de espaço que um jornal em papel tem, a produção e distribuição de notícias *online* pode ocorrer de forma extremamente rápida e contínua (Bradshaw, 2014).

Outra particularidade da instantaneidade no webjornalismo é a rapidez de distribuição. Se antes existia um forte controlo das distribuidoras de jornais, no *online* a distribuição é controlada pelos próprios *media* que ao publicarem informação sabem que ela pode ser encontrada diretamente no acesso aos *sites*, mas sobretudo por outras duas vias: as ferramentas de busca e as redes sociais. Os modelos de distribuição de notícias “*pull*” de sintonização da televisão ou rádio e o “*push*” de receber o jornal ou revista” foram complementados e quase que substituídos pelo chamado “*pass*”, que é a partilha de *links* entre os consumidores, que atualmente acontece frequentemente no meio *online* (Bradshaw, 2014, p.119).

O autor fala também da emergência e instantaneidade dos diretos e os *live blogging*, que atraem os leitores aos *sites* e são conteúdos que distinguem e conseguem competir com por exemplo a televisão (Bradshaw, 2014).

Ubiquidade:

Ubiquidade significa omnipresença, ou seja, algo que pode ser encontrado em todo o lugar ou ter presença em muitos lugares simultaneamente, sendo isto algo que o jornalismo sempre pretendeu e quis alcançar.

No contexto da *web*, a informação está disponível para todo o mundo ao mesmo tempo, sendo que segundo Pavlik (2014), o conteúdo noticioso atual pode ter origem em fontes cada vez mais ubíquas, “incluindo câmaras de segurança ou vigilância bem como sensores de muitos tipos e formatos, frequentemente ligados à *internet*” (p. 160). A partir destas e muitas outras plataformas, atualmente o consumidor pode não só aceder a qualquer conteúdo noticioso, como também pode partilhar e “fornecer a sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global” (Pavlik, 2014, p.160).

O autor afirma que a ubiquidade pode afetar o webjornalismo em quatro pontos:

- 1) O crescimento do jornalismo cidadão, em que qualquer cidadão com um dispositivo móvel pode tornar-se um repórter, ao tirar e publicar/partilhar fotografias e vídeos de acontecimentos que acabaram de ocorrer.
- 2) O crescimento de novas formas narrativas geolocalizadas e imersivas. Sendo uma especificidade ainda em crescimento no webjornalismo, a geolocalização pode servir diversos propósitos em notícias, sendo caracterizada como a habilidade de identificar “vídeos e outros conteúdos mediáticos com informação sobre a localização, que usualmente é obtida por dados de GPS” (Pavlik, 2014, p.174).
- 3) O crescimento do “*Big Data*” e do jornalismo de dados, visto que a conectividade ubíqua fez com que fosse possível recolher um grande e variado número de informações.

4) O fim da privacidade, pois as particularidades dos dispositivos móveis permitem recolher informações dos usuários, sem que eles sequer saibam.

Hipertextualidade:

A hipertextualidade são blocos informativos ligados através de hiperligações, que servem para complementar o conteúdo de uma notícia ou reportagem.

Apesar de a hipertextualidade ser uma característica muito mais comum e utilizada agora no webjornalismo, já nos anos 60 Theodor Nelson falou da palavra hipertexto, devendo o hipertexto ser descentralizado, para que a leitura da notícia e suas respectivas hiperligações não sejam confusas para o leitor (Canavilhas, 2014b).

Num texto noticioso, Canavilhas (2014b) afirma que há vários autores que enumeram diferentes arquiteturas que as hiperligações podem ter, como por exemplo as ideias de Salaverría (2005), que se dividem essencialmente em dois modelos: as estruturas unilineares, onde “existe uma ligação única entre os sucessivos blocos informativos, não tendo o leitor outra opção que não seja seguir a hiperligação existente” e as estruturas multilineares, que dão mais liberdade ao leitor, “havendo mais do que uma ligação entre os blocos” (Canavilhas, 2014b, p.12).

Canavilhas também destaca a diferença entre hipertextos internos e externos e quatro tipos de *links*, criados por Salaverría, que são: documentais (oferece contexto através de documentos); ampliação informativa (acrescentam mais informação ou contexto do assunto); atualização (dão informações atualizadas da situação); definição (definem ou aprofundam uma informação específica).

Interatividade:

Sendo predominante em qualquer comunicação na *web*, a interatividade é “um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores” (Rost, 2014, p. 53). Este autor diz que há vários níveis de interatividade, existindo dois tipos de interatividade diferentes: a interatividade seletiva e a interatividade comunicativa (Rost, 2014).

A interatividade seletiva diz respeito às possibilidades de controlo que o leitor tem na visualização dos conteúdos e também em que medida pode escolher o ritmo dessas interações. Neste tipo, Rost (2014) afirma que o hipertexto é uma das principais ferramentas jornalísticas que podem proporcionar forte interatividade entre o conteúdo e os leitores, na medida em que o utilizador pode escolher que tipo de leitura quer fazer do conteúdo.

A interatividade comunicativa vai além dessa interação individual entre o leitor e o conteúdo, podendo aqui o leitor comunicar ou até mesmo participar na produção dos conteúdos. Neste tipo

de interatividade Rost (2014) enumera exemplos como os comentários das notícias, pesquisas, fóruns, etc.

As redes sociais marcaram um momento importante na interatividade comunicativa devido a criarem novas formas de interação e personalização dos conteúdos. Contudo, Rost (2014) diz que há um fraco aproveitamento das redes sociais pelos jornais, em que “embora haja exceções notáveis, a regra geral é: pouca elaboração das mensagens, escassa presença de conteúdos externos ao próprio site, ausência de uma narrativa específica para cada rede social, zero respostas às perguntas ou intervenções dos leitores” (Rost, 2014, p.74).

Também Badham e Mykkaen (2022) examinaram as estratégias de interação das redes sociais por vários jornais como o *New York Times*, o *Wall Street Journal* ou o Metro, e concluíram que embora o público use cada vez mais as redes sociais como uma fonte essencial de informações e compartilhe e discuta notícias *online*, muitos jornais não aproveitam isto e têm uma estratégia de disseminação de informações unidirecional nas redes sociais.

O estudo confirma as ideias de Rost, afirmando que embora as redes sociais ofereçam oportunidades para uma comunicação mais bidirecional entre os jornais e o público, muitos jornais estão ainda fixados numa mentalidade de disseminação de notícias antiquada, podendo esta falta de interação com o leitor prejudicar a capacidade que o leitor tem de aumentar o destaque de uma notícia ou história (Badham & Mykkaen, 2022).

Multimedialidade:

Por multimedialidade entende-se a combinação de texto, som e imagem, contudo Salaverría considera esta definição insuficiente, propondo definir a multimédia como “a combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem” (Salaverría, 2014, p. 30). Segundo este autor, elaborar corretamente um conteúdo multimédia implica coordenar tipos de linguagem que normalmente se faziam separadamente, enumerando vários elementos que podem fazer parte de conteúdos multimédia: texto; fotografia; vídeo; gráficos/iconografia/ilustrações estáticas; animação digital; áudio; música e efeitos sonoros, etc.

Efetivamente, o texto, a imagem, o som e o vídeo são os elementos mais comuns em notícias ou reportagens jornalísticas, sendo o texto a “coluna vertebral que sustenta e estrutura as peças informativas multimédia” e a imagem e o vídeo, os que a seguir têm mais utilização. (Salaverría, 2014, p. 33). Graças à *internet*, a imagem alcançou uma nova era, com o nascimento de novos formatos, como as panorâmicas de 360°, as fotografias interativas, etc. Relativamente ao vídeo, o seu uso no webjornalismo também aumentou e tem assumido características distintas dos conteúdos audiovisuais de outros meios, “utilizando distintas opções de navegação interativa”

(Salaverría, 2014, p.36). O som, apesar de não ser utilizado tanto como a imagem ou o vídeo, também surgiu em novos formatos, como o som 3D, ou em formatos como o *podcast*.

Já a animação digital, tem aos poucos, sido mais usada em grandes reportagens e conteúdos jornalísticos *online*, sendo um elemento bastante imersivo e cativante que pode ser usado para ilustrar as partes mais complicadas de uma história, tendo principalmente “um papel ainda mais proeminente no processo de produção de notícias” (Lo, 2017, s.p)

Personalização:

A personalização é uma característica que descreve o ato de fazer algo de acordo com as necessidades individuais dos consumidores (Lorenz, 2014). Esta é uma característica que o jornalismo tem tentado incorporar nos seus conteúdos: “a questão premente em todo o mundo é como manter-se relevante, manter a ética jornalística e encontrar ainda uma forma de refinar tais ofertas” (Lorenz, 2014, p. 137). Segundo o autor, a única forma de explorar mais profundamente esta questão é a personalização, pois permite explorar nichos com grande potencial de monetização.

Lorenz (2014) acredita que para se alcançar este potencial, é necessário ter em conta seis níveis de personalização:

- Capacidade de resposta: os conteúdos das páginas *online* devem adaptar-se a ecrãs de diferentes dimensões e formatos.
- Alteração com base na hora do dia: verificar-se em que horários há mais tráfego de pessoas na *web* e publicar mais conteúdos nesse horário.
- Interação significativa: ter conteúdos em que os leitores podem interagir com ele de uma forma diferente e dinâmica, como por exemplo aprender novas informações numa interação passo a passo, ou a possibilidade de o leitor escrever algum dado ou informação que contribuía para o conteúdo.
- Ajuda em tomadas de decisão: ajudar os leitores a tomar certas decisões do quotidiano, com a inclusão de utensílios como *apps* ou motores de pesquisa.
- Calibração e algoritmos: perceber com que frequência os utilizadores voltam a utilizar o *site*.
- Adaptabilidade: as aplicações utilizadas pelo webjornalismo devem ser “baseadas em componentes com relações entre si e com a capacidade de reconfigurar, realinhar e reavaliar fatores” que podem ser úteis para o utilizador (Lorenz, 2014, p. 151). Aqui o autor dá o exemplo de uma aplicação fictícia que “permitisse ao utilizador apontar o dispositivo para um carro e imediatamente obter informações relativas a confiabilidade, disponibilidade, etc” (Lorenz, 2014, p. 151).

Outra forma de personalização é a presença de recomendações de notícias ou outro tipo de conteúdos noticiosos ligados ao conteúdo que o leitor está a ler (Vas, 2022).

Adaptar e personalizar conteúdos é algo que o webjornalismo não utiliza muito, especialmente em jornais generalistas, porém tendo em conta o sucesso que algumas empresas ou mesmo alguns jornalismo alternativos têm ao usar fortemente esta característica da *internet*, vários autores como Lorenz (2014) consideram que esta característica tem muito potencial.

Capítulo 2 - Reportagens Multimédia

Com este capítulo pretende-se demonstrar a abordagem teórica que visa suportar a metodologia e os objetivos do estudo, que consiste na análise de reportagens multimédia portuguesas. Para tal, abordaremos especificamente o que são as reportagens multimédia e o que as caracteriza, assim como a sua evolução no meio jornalístico.

Para além da caracterização das reportagens multimédia, serão igualmente caracterizados outros conceitos como a convergência, a remediação, o *crossmedia* e o *transmedia*, visto que todos marcam o período de mudança atual no jornalismo e os conteúdos noticiosos *online*.

2.1 Convergência e remediação

A convergência é um fenómeno importante no atual ecossistema mediático, sendo definido por Jenkins (2006) como “o fluxo de conteúdo através de plataformas mediáticas, a cooperação entre várias indústrias de *media* e o comportamento migratório de audiências de *media* que irão a quase qualquer lugar em busca dos tipos de experiências de entretenimento que desejam” (p.2).

Pellanda (2003) afirma que mesmo quando ainda não havia uma definição concreta de convergência, o mesmo propunha em trabalhos anteriores que esta fosse definida como a situação que acontece quando a linguagem de dois *media* diferentes estão presentes no mesmo ambiente, conectados por conteúdo, explicando que “o que se pretende mostrar é que as linguagens originais de uma determinada mídia convencional como a rádio quando entra no ambiente como o da *Internet* em que já existem outras, há uma interação natural entre elas. Esta interação de várias linguagens pode ser a origem de uma nova” (Pellanda, 2003, pág.3).

Apelidando o conceito de convergência como complexo, Machado e Teixeira (2010) propõem definir convergência como “a produção integrada e contínua de informações por uma mesma ou por distintas equipas para múltiplas plataformas e com formatos e linguagens próprios de cada uma” (pág.13). Semelhante a Jenkins e a Pellanda, nesta definição pode ver-se que a convergência se caracteriza pela cooperação entre dois *media*, mas com ambos a terem a sua própria linguagem.

Jenkins (2006) aprofunda ainda mais o significado de convergência dizendo que esta não está só nos *media*, mas também nos consumidores e nas interações que eles têm com o meio.

Para além da convergência, há outros conceitos que fazem parte da evolução dos *media* e que por vezes são confundidos entre si, como remediação, *crossmedia*, *transmedia* e multimédia. Apesar de terem algumas semelhanças, têm igualmente muitas diferenças e é um erro confundi-los e identificá-los como sinónimos uns dos outros.

Remediação é um conceito elaborado e abordado por Bolter e Grusin no livro “*Remediation: Understanding New Media*” (2000), dizendo os autores que os novos *media* têm uma importância e forte presença cultural na nossa sociedade pois homenageiam e renovam os *media* mais antigos, apelidando-se este processo de “remediação”. Neste processo existe sempre uma relação de comunicação entre os meios, podendo os novos *media* adquirir características de *media* anteriores e vice-versa (Bolter e Grusin, 2000).

O conceito de remediação é por vezes confundido com o de convergência, e os próprios Bolter e Grusin (2000), afirmam que a convergência é a remediação com outro nome, contudo, os dois conceitos são ligeiramente distintos um do outro no que diz respeito à forma como o *media* antigo e o *media* novo se comportam e complementam.

Canavilhas (2012) discorda precisamente da concepção que Bolter e Grusin têm sobre a convergência em comparação com remediação, afirmando que “a convergência é sempre uma remediação, mas nem todas as remediações podem ser consideradas uma convergência porque esta última implica integração e não uma mera acumulação de conteúdos” (p. 9).

Para Canavilhas, a convergência de meios implica necessariamente que o novo meio tenha uma linguagem própria, que provém da incorporação de conteúdos anteriores, enquanto que a remediação não exige isso e pode ser só uma “acumulação de conteúdos de diferentes origens distribuídos numa mesma plataforma” (Canavilhas, 2012, p.9). Pode inclusive dizer-se que a remediação é uma etapa inicial da convergência entre dois *media*, encarando-se a remediação como o primeira etapa em que os novos meios estão a integrar os conteúdos dos seus predecessores, até se ir contruindo e estabilizando uma linguagem nova pelos novos meios, realizando-se então a convergência total de dois *media* (Canavilhas, 2012).

Sendo assim, a convergência distancia-se da remediação pelo aprofundamento da cooperação e produção integrada que existe entre dois meios. Enquanto que na remediação há uma simples renovação do meio antigo, que tanto pode ser uma melhoria simples do meio antecessor como pode ser uma remediação mais aprofundada, na convergência dá-se muito mais do que uma renovação e pode evoluir-se até à criação de um novo meio que tem a sua própria linguagem e características diferentes dos meios que lhe deram origem.

O *transmedia* e o *crossmedia* são outros conceitos por vezes confundidos um com o outro e até mesmo com convergência. *Transmedia* é o ato de contar uma história em várias plataformas oferecendo cada formato uma perspetiva e ângulos diferentes dessa mesma história, enquanto que *crossmedia* é a simples distribuição do mesmo conteúdo por diversas plataformas (Jesus da Rocha, 2020).

Jesus da Rocha (2020) afirma que *crossmedia* é quando a mesma história é contada em várias plataformas, podendo-se ou não “reforçar a identidade de cada *media*, com a possibilidade de interação e envolvimento com o público” (p.37). Na comparação entre os dois conceitos, este autor considera que *transmedia*, é uma experiência mais densa para os consumidores, sendo a história “fragmentada em múltiplas plataformas de maneira independente, autônoma, porém, associada, enriquecendo o universo narrativo, permitindo mais do que interação, a cocriação da audiência” (pág.37).

Aprofundando ainda mais as diferenças entre os dois conceitos, Merino (2015) explica que a *crossmedia* e a *transmedia* diferenciam-se principalmente pelas origens teóricas em que estão inseridas e também por fatores geográficos. Para ele, “a narrativa *crossmedia* nasce sob os auspícios da promoção cruzada de conteúdos, sendo utilizada com mais frequência na Europa, enquanto a narrativa transmediática está alicerçada na narratologia e nas teorias dos *media*, tendo sido inicialmente desenvolvida nos Estados Unidos” (Merino, 2015, pág.39).

Enquanto o *transmedia* está mais ligado a áreas de entretenimento e do jornalismo, o *crossmedia* já era usado previamente nas estratégias de comunicação e “amplamente utilizado para designar transferências de conteúdos em múltiplas plataformas” (Merino, 2015 pág.40). O autor acrescenta, contudo, que “dependendo do autor ou do âmbito disciplinar em que este se insere, os dois conceitos podem ser divergentes, concorrentes ou um deles cair na dependência do outro” (pág.39).

Ambos os conceitos são formas diferentes de transmitir conteúdos através de várias plataformas, mas tal como muitos autores afirmam nas suas definições, o *transmedia* é uma forma mais rica e completa de transmitir conteúdos. Enquanto o *crossmedia* simplesmente transmite informação por várias plataformas, a *transmedia* vai além disso e faz uso das características de cada plataforma para oferecer uma perspectiva ou ângulo diferente da narrativa.

Jesus da Rocha (2020) afirma que o *crossmedia* pode também reforçar a identidade de cada *media*, mas, ao contrário do *transmedia*, isto não é algo necessário ou característico deste conceito, sendo que como diz Merino (2015), no *transmedia* há imediatamente uma evidência do “código comunicacional inerente a cada meio e a persistência de elementos invariantes ou comuns ao processo cognitivo em que a narrativa se insere” (pág.21).

Dito isto, a *transmedia* e a *crossmedia* tornaram-se mais predominantes com a convergência de meios e são utilizadas pelos novos *media* para transmitir ou complementar conteúdos criados por eles.

Também por vezes associada a estes conceitos, estão as reportagens multimédia, que também estão presentes no webjornalismo e que iremos seguidamente abordar e desenvolver mais aprofundadamente, no que diz respeito ao seu papel neste meio.

2.2 As reportagens multimédia no jornalismo

Deuze (2004) define uma narrativa multimédia como a apresentação de um conjunto de histórias que usam vários elementos multimédia como música, vídeo, imagens, animações gráficas e elementos interativos e hipertextuais.

Semelhante ao *crossmedia* e *transmedia*, as reportagens multimédia ganharam mais visibilidade com a convergência de meios, sendo um tipo de narrativa que conta histórias com o uso e integração de vários elementos multimédia e podendo ser vistas e usufruídas em vários dispositivos.

Com a digitalização, no final dos anos 90 e início dos anos 2000, muitas indústrias, entre as quais o jornalismo, entraram em processos de convergência digital, tendo este aparecimento de novos *media* introduzido novas possibilidades e oportunidades para os jornalistas criarem histórias imersivas, como por exemplo as reportagens multimédia (Van Krieken, 2018).

Salaverría *et al* (2008) é um dos autores que analisa o processo de convergência digital, focando-se na convergência que ocorreu no jornalismo, com o conseqüente aparecimento do webjornalismo, e analisa este processo em quatro vertentes: tecnologias, empresas, profissionais e conteúdos.

Analisando a vertente tecnológica, Salaverría *et al* (2008) diz que o processo de incorporação das novas tecnologias no jornalismo foi muito rápido, e gerou mudanças abruptas e complicadas de gerir. Estas mudanças infligiram alterações no seio dos meios jornalísticos, que tiveram de reorganizar as suas redações para aumentar a produtividade e corresponder às exigências do público nesta nova era. Conseqüentemente, isto mudou também os perfis dos próprios profissionais, que tiveram de se tornar mais versáteis e saber produzir conteúdos para várias plataformas e escrever sobre qualquer tema (Salaverría *et al*, 2008).

Todas estas mudanças e adaptações tiveram um forte impacto na criação e na transmissão de conteúdos que, segundo Salaverría *et al* (2008), se podem traduzir numa única palavra: multimédia. Sendo possível alcançar um grau elevado de multimedialidade nos meios digitais, começaram a produzir-se cada vez mais conteúdos provenientes dos *media* audiovisuais. A reorganização de redações e a crescente exigência de versatilidade nos jornalistas fez com que

efetivamente as novas dinâmicas dos novos conteúdos digitais, ficassem mais propícias nesta nova era do jornalismo na *web* (Salaverría, 2008).

No início do webjornalismo, a utilização de multimédia teve uma evolução longa, tendo começado por utilizar-se apenas hipertexto e algumas imagens, até mais tarde se começar a utilizar vídeos e sons nas reportagens. Nesta evolução inicial das reportagens *online*, Canavilhas (2014a) distingue duas etapas que utilizaram os seguintes métodos: blocos textuais longos com *links* em menu e, uma utilização limitada do som e dos vídeos, que se limitavam a repetir aquilo que o texto já expunha.

Na maioria destas reportagens era evidente a desconexão que existia entre o texto e a multimédia, sendo habitual ver-se os dois juntos no mesmo espaço sem uma verdadeira ligação entre eles, estando estas reportagens “longe de explorarem o potencial da *Web*” (Canavilhas, 2014a, p.8). Contudo, pouco a pouco os jornais começaram a experimentar mais as potencialidades da *internet*, como a multimédia, surgindo mais tarde as reportagens “paralaxe”, que utilizam a tecnologia “*parallax scrolling*”, que tem uma navegação vertical e mais fluída (Canavilhas, 2014a). Este tipo de reportagem e tecnologia ganhou mais visibilidade, em 2012, quando o jornal *New York Times* publicou a reportagem inovadora “*Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek*”, que devido ao seu sucesso se tornou um exemplo clássico deste tipo de conteúdo.

A reportagem multimédia é um exemplo da utilização eficaz de vários elementos utilizados individualmente em outros meios (texto, imagem e som), com a particularidade única que a multimedialidade tem e que diferencia o webjornalismo dos outros meios de comunicação (Canavilhas, 2014a). Prova disso foi o sucesso de *Snow Fall*, que ocorreu tanto na adesão do público como nos prémios jornalísticos e incentivou outros jornais a criarem conteúdos multimédia semelhantes, aumentando-se progressivamente a produção deste tipo de conteúdo e tornando-se as reportagens multimédia num conteúdo importante para os jornais *online* se diferenciarem de outros *media* (Pincus *et al*, 2017).

Desde então, muitos jornais de renome, como o *New York Times*, *The Guardian*, *NPR Online* e outros, têm investido tempo e recursos financeiros neste tipo de narrativas, sendo este investimento incentivado “pela crença de que o público deseja jornalismo de maior valor e narrativa, mas talvez também pelos efeitos presumidos que as histórias multimídia incorporadas têm sobre a compreensão, as emoções ou o envolvimento dos usuários” (Pincus *et al*, 2017, p.3). Os autores afirmam que este investimento é no entanto surpreendente, pois este tipo de reportagens requer muito tempo e recursos, o que contraria as práticas do webjornalismo atual, dominado pela instantaneidade e rapidez. Os autores também realçam que, apesar de histórias unicamente textuais e histórias com multimédia afetarem o público de maneira diferente, os estudos que analisam ditos efeitos são limitados.

No que diz respeito às características das reportagens multimídia, Gamela *et al* (2011) afirmam que para além dos elementos multimídia característicos deste tipo de reportagens, a principal característica que diferencia esta das outras é a interatividade presente nos conteúdos da narrativa, sendo também complementada com o dinamismo e composição personalizada que o hipertexto pode oferecer.

Dentro da interatividade, os autores identificam três níveis de interação que o leitor pode ter com a história: instrução, manipulação e exploração. No primeiro (instrução), o leitor tem a liberdade de escolher a sua própria hierarquização da informação; no segundo (manipulação), o leitor pode fazer pequenas alterações na visualização da narrativa para obter informação; por fim, no terceiro (exploração), o utilizador tem a liberdade total de se mover pela narrativa, sendo a não linearidade de conteúdos uma das características que as reportagens multimídia podem ter em contraste com aquelas que são apenas unicamente textuais (Gamela *et al*, 2011).

Alejandro Rost (2014), também expõe dois tipos de interatividade que existem no webjornalismo, podendo estas consequentemente ser vistas neste tipo de reportagens. Estas são a interatividade seletiva e interatividade comunicativa, que já foram explicadas anteriormente no capítulo 1. Entre as duas a interatividade seletiva é a que está mais evidente em narrativas como as reportagens multimídia, pois é um tipo de interação ligada às possibilidades de controlo que o utilizador tem sobre a interatividade dos conteúdos e também de que forma pode escolher o ritmo da interação (Rost, 2014).

Calvo André (2018) adiciona a estas perspetivas académicas, três características essenciais que a interatividade das reportagens multimídia deve oferecer ao leitor: velocidade, profundidade e escolha. No que diz respeito à velocidade, a interatividade deve ser rápida, pois a lentidão diminui a eficiência da interatividade e causa frustração no próprio utilizador. A profundidade é essencial pois ela irá cativar o leitor e possivelmente despertar emoções nele, havendo aqui uma ligação direta à terceira característica, escolhas, que é um elemento óbvio quando se fala em interatividade, visto que a possibilidade de escolher algo torna a narrativa mais dinâmica. Neste último elemento, o autor destaca que é possível determinar dois fatores que “estabelecem a riqueza das escolhas”: a importância funcional de cada escolha e a plenitude que o leitor alcança ao fazer essas escolhas. Ou seja, é a satisfação que o leitor pode retirar de cada escolha que faça ao longo da sua leitura pessoal e a satisfação que ele “retira do número de escolhas que consegue imaginar e estão presentes na aplicação” (André, 2018, pág.19).

Dito isto, as reportagens multimídia podem assumir formas distintas no que diz respeito à estruturação dos vários elementos. Pincus *et al* (2017) destacam as duas mais utilizadas: reportagens com uma estrutura em árvore de Natal, onde os vídeos, fotos, mapas e gráficos são colocados no lado da história do texto principal, sendo aqui os elementos multimídia usados

como extensões da parte escrita; reportagens com um jornalismo mais integrativo, em que a história é tipicamente baseada no texto escrito e contada de forma linear, porém os elementos multimídia são embutidos no *layout* da história, devidamente incorporados, para que estes sejam vistos em pontos apropriados da narrativa.

Dando preferência ao segundo tipo de estrutura, os autores afirmam que um *layout* com esta estrutura melhora o fluxo narrativo da reportagem, fazendo com que haja uma ligação mais fluída e conectada entre o texto e a multimídia e com que esta seja vista como uma parte essencial da narrativa e não como algo secundário.

Salaverría (2014) também propõe algumas regras e tipos de estruturas que uma reportagem multimídia pode seguir para ser compreensível para o público. Primeiro, deve obedecer a alguns critérios essenciais que são: compatibilidade e complementaridade entre os elementos multimídia; ausência de redundância, ao não repetir a mesma informação em todos os elementos; hierarquização, ao saber que elemento é mais adequado para transmitir determinada informação, mantendo ao mesmo tempo um equilíbrio narrativo entre eles; ponderação, onde se deve ter em conta os limites de espaço e o tempo disponível do leitor; adaptação, em que os elementos devem estar bem adaptados às particularidades da *web*.

Tal como se viu anteriormente, algumas destas características são também qualidades inerentes à estrutura que Pincus *et al* (2017) defendem como sendo a melhor, visto que compatibilidade, complementaridade, equilíbrio e os restantes critérios são aspetos essenciais para que uma estrutura tenha um bom fluxo narrativo e uma boa integração dos elementos multimídia.

Tendo em consideração estes critérios, para Salaverría (2014) as reportagens multimídia podem ter três tipos estrutura: justaposição, subordinação e coordenação. Na estrutura por justaposição, os elementos multimídia são apresentados em conjunto e a conexão entre os elementos é quase nula, havendo apenas uma simples apresentação deles na mesma página, ou seja, por justaposição, o que segundo o autor produz uma multimedialidade limitada e básica. A estrutura por subordinação é quando existe uma hierarquia moderadamente equilibrada entre os elementos, apesar de haver elementos secundários sujeitos a um elemento principal que é mais utilizado narrativamente. Por fim, a estrutura por coordenação, combina todos os elementos conectados e integrados uns com os outros, sem haver um elemento que se destaque mais que os outros narrativamente. Esta terceira estrutura é o modelo de integração multimídia mais difícil de pôr em prática porque requer que os jornalistas tenham que planear bem a incorporação de cada elemento e ter uma coordenação eficaz de como cada um encaixa na narrativa (Salaverría, 2014).

Tal como Pincus *et al* (2017), Salaverría (2010) também favorece uma das estruturas por si apresentadas, caracterizando a multimídia por coordenação como a mais avançada, apesar de ser a mais difícil de se produzir. Esta forma estrutural é semelhante às reportagens de jornalismo

integrativo que Pincus *et al* (2017) opinam ser a mais fluída e incorporativa narrativamente, sendo por outro lado a estrutura “árvore de Natal” igualmente parecida à multimédia por justaposição de Salaverría, sendo ambas formas simples no uso e integração da multimédia.

Enumerando as vantagens que este tipo de reportagens pode ter em contraste a outro tipo de conteúdos jornalísticos, Pincus *et al* (2017) defendem também que há três aspetos que poderão estar mais presentes em narrativas multimédia: aquisição de conhecimentos, emoções suscitadas e imersão de conteúdos.

Estes aspetos estão ligados entre si e complementam-se, facilitando a imersão dos leitores na narrativa. Os elementos multimédia podem proporcionar uma perspetiva ainda mais rica da história ou acontecimento e podem facilitar a conexão do leitor com as pessoas ou situações expostas, dando assim a sensação de este estar presente naquele evento ou situação. Ligada à imersão está também a melhor compreensão dos conteúdos, sendo que à medida que as pessoas estão a absorver a história, elas poderão teoricamente conseguir lembrar-se melhor e com maior facilidade dos detalhes da história. Estas particularidades podem também estimular o leitor a ter reações emocionais mais salientes, como a raiva ou a compaixão (Pincus *et al*, 2017).

A produção deste tipo de conteúdos tem impacto nos leitores, mas também pode ter impacto nos jornalistas que as produzem. Gamela *et al* (2011) afirmam que autores de reportagens multimédia devem saber manusear a edição de mais elementos para além do texto, para conseguir transmitir a mensagem e história da narrativa eficazmente, pois este tipo de reportagens implica a incorporação de vários elementos e o jornalista deve saber como fazer uma planificação e estruturação dos vários elementos, adequadamente

As tecnologias sempre influenciaram o jornalismo, mas na última década essa influência tem sido mais evidente, levando-o a passar por um momento disruptivo em que os leitores têm menos tempo e disposição para ler um artigo de milhares de palavras e têm um “apetite insaciável por recursos visuais” (Garcia, 2017, s.p). Isto tem levado os jornalistas a pensar no *design* de um conteúdo noticioso mais antecipadamente e a ver o potencial que as reportagens multimédia podem ter.

Devido a este apetite por conteúdos mais audiovisuais, nos últimos anos tem havido também um crescimento de vários tipos de narrativas que utilizam cada uma um componente específico de multimédia. Contudo, estes conteúdos são substancialmente diferentes de reportagens multimédia.

Capítulo 3 - Narrativas jornalísticas em Portugal

Para além das reportagens multimédia, em Portugal também é produzido outro tipo de narrativas jornalísticas em áudio ou vídeo e infografias digitais, entre outras.

Estas narrativas são atualmente reconhecidas publicamente pelos Prémios de Ciberjornalismo, que ao longo das suas 15 edições têm premiado este tipo de trabalhos em Portugal. Neste capítulo procura-se analisar o que caracteriza estes diferentes tipos de narrativa a concurso e, dessa forma, demonstrar o que diferencia a reportagem multimédia das restantes. Neste capítulo será ainda explicado o que são os Prémios do Ciberjornalismo, visto que têm sido relevantes no reconhecimento destes trabalhos jornalísticos e servirão para selecionar a amostra da análise de conteúdo a desenvolver na parte empírica deste trabalho.

3.1 Tipologias de narrativas nos *media* portuguesas

Para além das reportagens multimédia, existem outros tipos de narrativas jornalísticas que utilizam conteúdos multimediáticos, algumas das quais são distinguidas em Portugal com os já referidos Prémios de Ciberjornalismo. Referimo-nos, em particular, às infografias digitais, às narrativas de vídeo digitais e às narrativas sonoras digitais. Diferentes das narrativas multimédia, que combinam diversos tipos de conteúdo para contar uma história, estas tendem a focar-se numa só componente, como o vídeo, o som ou os gráficos.

As infografias jornalísticas são narrativas que informam sobre algum acontecimento ou situação através de elementos tipográficos, que servem para facilitar o entendimento de dada situação ou especificar melhor os aspetos de uma notícia, reportagem ou conteúdo jornalístico, podendo os elementos gráficos complementar ou simplesmente substituir a informação textual (Valero Sancho, 2001).

Infografias estáticas já existem há muito tempo, porém o uso de infografias no jornalismo pode dividir-se em dois momentos chave, ligados a suportes diferentes (Teixeira de Sousa, 2012): o impresso, que teve um impulso no final dos 80 e início dos anos 90, e o digital, que começou a partir do ano de 2001.

Gonçalves Duarte (2021), numa análise à evolução das infografias digitais no jornalismo, também distingue estas duas fases, apoiando o seu argumento com os Prémios Malofiej, visto que estes prémios distinguem desde 1993 os melhores trabalhos de infografia jornalística impressa e, só em 2000 começaram a ter uma categoria dedicada à infografia digital, havendo aqui uma clara distinção entre os dois formatos de infografia no jornalismo.

Em Portugal, o primeiro jornal a publicar uma infografia digital original foi o Público, em 2002, com o caso da queda da Ponte de Entre-os-Rios, tendo sido também em 2014, o primeiro jornal português a ser premiado nos prémios Malofiej, por um conjunto de dez infografias sobre os grupos do PSI 20, as atividades em países com benefícios fiscais, a crise humanitária na Somália e o processo de produção da cerveja (Gonçalves Duarte, 2021).

Com a adaptação à *internet*, outros jornais nacionais passaram a produzir infografias digitais, tendo sido reconhecidas com prémios nacionais e internacionais. Em muitas delas é possível identificar as características do webjornalismo mencionadas no capítulo 1, sobretudo a interatividade e a multimedialidade.

Um bom exemplo é a infografia do Expresso “A volta ao mundo em 200 mensagens”, que ganhou o Prémio de Ciberjornalismo de melhor infografia digital em 2020. Neste trabalho, o leitor pode percorrer a expedição marítima do português Fernão de Magalhães entre 1519-1521 (só acabou em 1522 com Juan Sebastian Elcano), sendo possível interagir com o conteúdo e personalizar a leitura, visto que o leitor pode saltar para qualquer paragem da viagem e ler pequenos textos explicativos sobre cada local, curiosidades do que foi realizado ou alcançado em cada paragem e informações dos vários tripulantes que faziam parte da expedição.

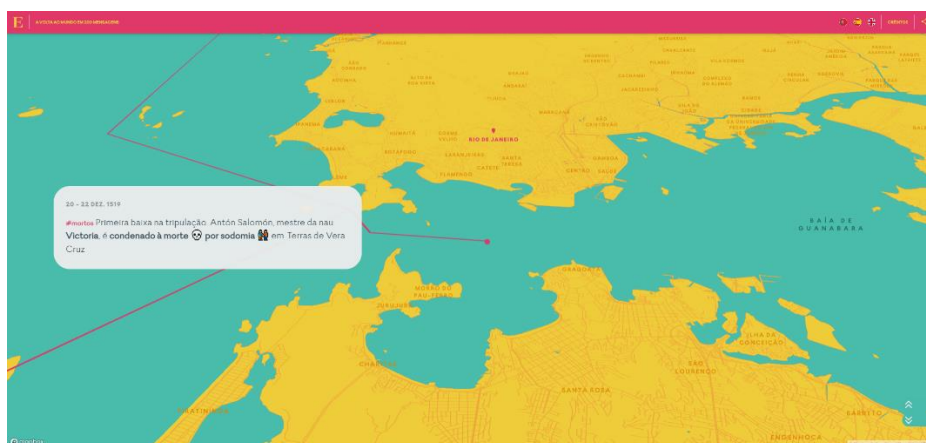


Fig. 2 – Infografia Digital “A volta ao mundo em 200 mensagens” (Expresso, 2019)

<https://multimedia.expresso.pt/magalhaes2020/#mapa>

Outro tipo de conteúdo multimédia desenvolvido pelos *media* portugueses são as narrativas digitais de vídeo, que são reportagens em que o vídeo é o principal e único elemento para transmitir ou expor uma história. Nestas narrativas, é proporcionado ao leitor “imagens para ver, em vez de simplesmente texto para ler” sobre um evento ou acontecimento noticioso (Wiebalck *et al*, 2011. s/p). Estas narrativas em vídeo conseguem cativar a atenção do público com mais

facilidade e por mais tempo devido à imersão única que o vídeo pode proporcionar aos leitores. (Wiebalck *et al*, 2011).

O investimento inicial neste tipo de conteúdo em jornais incidiu na produção de conteúdos parecidos com os da televisão, faltando nesta altura a incorporação de uma abordagem verdadeiramente específica para o espaço *online* (Kalogeropoulos & Cherubini, 2016). Porém, a maioria dos jornais mudou de estratégia ao longo dos anos, começando a criar mais conteúdos de vídeo que variam desde notícias curtas, reportagens de vídeo digitais e até mesmo documentários e narrativas imersivas (Kalogeropoulos & Cherubini, 2016).

O seguinte gráfico demonstra a evolução do consumo de conteúdos de vídeo na *internet* ao longo das últimas duas décadas. Pode ver-se um crescimento positivo e uma diferença drástica dos anos iniciais de 2005 e 2006 a anos mais recentes como 2019 e 2020.

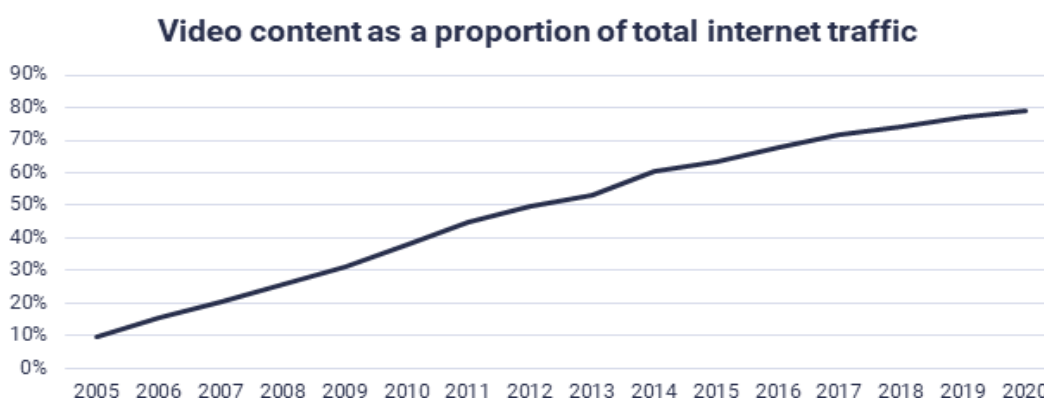


Fig. 3 – Evolução da produção de conteúdos em vídeo (fonte: Cisco 2016-2020 *forecast highlights*)

Sendo já um elemento comum no webjornalismo, o uso do vídeo em narrativas jornalísticas digitais tem adquirido características que o distinguem de conteúdos visuais de outras plataformas, como os da televisão, visto que enquanto o vídeo na TV é produzido “para ser contemplado de forma longa e passiva, o vídeo num computador proporciona um visionamento relativamente curto e mais ativo” (Salaverria, 2014. p. 35).

Silveira e Becker, (2016) também assinalam a diferença entre as notícias e reportagens de vídeo *online* e os conteúdos audiovisuais realizados pela televisão, afirmando que o vídeo no *online* tem a característica de continuidade e temporalidade. Para os autores, a presença e permanência de qualquer tipo de conteúdo na *internet* é ilimitada, pois permite que o leitor aceda ao conteúdo quantas vezes quiser, de qualquer local e principalmente por diversos meios (Silveira & Becker, 2016).

Complementando estas perspectivas, Bock (2009) afirma que o jornalismo de vídeo digital é uma consequência natural da convergência dos *media*, dizendo que, tendo em conta as três facetas da convergência de Gordon (2003), (organizações, tecnologias e aparência/apresentação), os próprios jornalistas destas narrativas são a personificação da convergência: eles trabalham em organizações convergentes, utilizam “tecnologia convergida” e incorporam também variadas funções de trabalho.

Ao longo dos anos, os jornalistas têm acreditado no potencial deste tipo de conteúdo, especialmente tendo em conta as vantagens da *web* e das novas tecnologias. Drew (2010), afirma que este tipo de conteúdos podem contar histórias de situações reais em que “os personagens podem saber que a câmara está ali, mas o momento é tão intenso que a câmara é irrelevante” (s/p). Com a *internet* a permitir que os conteúdos noticiosos sejam distribuídos mais extensivamente, e com os dispositivos móveis acessíveis a uma grande quantidade de pessoas, este tipo de narrativas podem ser apelativas para os jovens, que têm uma cultura mais audiovisual. Tendo em conta a facilidade que existe em gravar, editar e partilhar vídeos, mesmo jornalistas inexperientes conseguem produzir rapidamente narrativas de qualidade (Drew, 2010).

Um trabalho de vídeo digital português premiado em 2017 nos prémios de Ciberjornalismo foi a reportagem da Rádio Renascença “Fátima, mistérios de fé”. A história é repartida em oito partes e aborda o que é a fé e qual a experiência de várias pessoas que têm ligação com Fátima e que fazem peregrinações até ao local. Nesta narrativa, o leitor pode escolher qual perspectiva ou capítulo quer visionar primeiro, usando a barra onde diz "mostrar navegação". Isto permite um tipo de visualização da história mais personalizado e uma certa interatividade com o conteúdo.

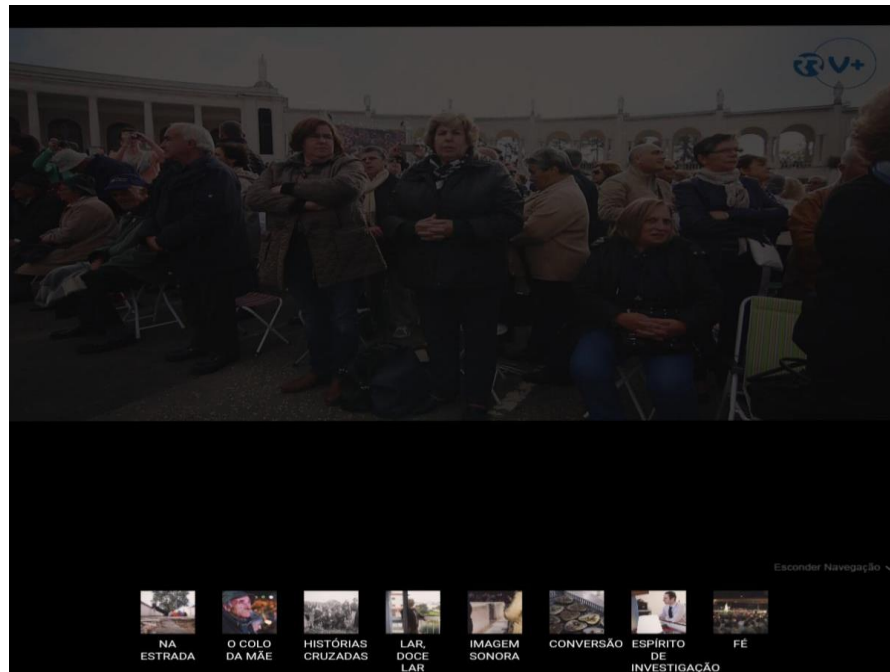


Fig. 4 – Narrativa vídeo digital “Fátima, mistérios da fé” (Renascença, 2016)
(<https://especiais.rr.pt/fatima-misterios-da-fe/index.html>)

Utilizando igualmente um só elemento multimédia para contar histórias, as narrativas sonoras digitais utilizam, como o nome indica, o som, para informar o público sobre um acontecimento noticioso e captar a atenção dele de uma forma diferente.

Com o avanço das tecnologias, o som começou a ser cada vez mais utilizado e a estar presente nas várias plataformas digitais, sendo neste cenário de convergência e remediação que emergiu o formato do *podcast* (Viana, 2021). Tendo o áudio como elemento principal, o *podcast* apropriou-se de características utilizadas pela rádio tradicional, acrescentando-lhe novas particularidades inerentes às plataformas digitais e o meio *online*, como por exemplo o tempo ilimitado de informação que estes conteúdos podem ter (Viana, 2021).

O *podcast* é essencialmente um formato de áudio que fica disponível para o consumidor ouvir quando quiser, podendo este conteúdo ser musical, informativo ou de entretenimento (Matheus Boscarior, 2019).

Strong *et al* (2019) afirmam que se registou um enorme aumento no consumo de narrativas sonoras desde que o termo ‘*podcast*’ foi introduzido. Os autores defendem que um *podcast* é “um áudio digital sob demanda” (p.4). e que essa particularidade o separa da rádio, pois para algo ser

definido como um *podcast* este deve poder ser ouvido e transferido para um computador ou dispositivo digital.

Também Kischinhevsky (2018) reconhece que o grande valor de narrativas sonoras no formato *podcast* é que podem ser transferidas e guardadas em qualquer dispositivo digital, para que o público ouça quando e como quiser. Kischinhevsky (2018) reconhece que, atualmente, os *podcasts* são o principal formato para transmitir narrativas sonoras digitais, afirmando que através dele muitos *sites* noticiosos e jornalistas começaram a criar narrativas sonoras digitais. Este novo tipo de narrativa envolve essencialmente reportagens de investigação com uma forte verificação de informações e fontes, sendo estas narrativas caracterizadas muitas vezes como investigações de temas controversos ou histórias que não foram tão aprofundadas pelos grandes órgãos de comunicação (Kischinhevsky, 2018).

Baseando-se em estudos feitos sobre *podcasts* e este tipo de narrativas, Strong *et al* (2020) afirmam também que jornais *online* já estão a usar *podcasts* para aumentar o número de assinantes, tendo inclusive o jornal *The Guardian* sugerido que os *podcasts* também são uma boa forma de publicitar algo, visto que os ouvintes podem ficar interessados por algum produto após ouvir um anúncio num *podcast*.

Em Portugal, um bom exemplo deste tipo de jornalismo sonoro é o órgão noticioso Fumaça, que tal como refere no seu *site*, se dedica jornalismo de investigação, tendo ao longo dos anos recebido várias distinções, incluindo dois Prémios do Ciberjornalismo na categoria de narrativas sonoras. Com várias séries de *podcasts* divididas em episódios, as suas investigações têm, como Kischinhevsky (2018) apontou para este tipo de narrativas, o objetivo de contar histórias que não são cobertas aprofundadamente nos grandes *media* nacionais.

A reportagem sonora do Fumaça premiada em 2019 nos prémios de Ciberjornalismo (“Aquilo é Europa”), é uma narrativa dividida em três episódios que explicam as viagens de três imigrantes que quiseram vir para a Europa à procura de uma vida melhor. A reportagem tem informação extensiva e aprofundada do assunto, com recurso a diferentes fontes, tendo também a inclusão de sons e músicas de fundo que têm por objetivo imergir por completo o ouvinte na história.



Fig. 5 – Reportagem sonora “Aquilo é Europa” (Fumaça, 2019)

(<https://fumaca.pt/aquilo-e-a-europa/>)

Tal como muitos dos autores mencionados afirmam, uma das características mais valiosas desta, e de todas as outras reportagens do Fumaça, é que podem ser ouvidas em qualquer dispositivo e em várias aplicações móveis.

Para além destas narrativas já reconhecidas pelos Prémios do Ciberjornalismo, há também alguns formatos multimédia que têm crescido nos últimos anos e que, apesar de não serem todas categorias dos prémios portugueses, devem ser mencionadas neste trabalho. Esses formatos são *newsgames*, narrativas imersivas e os *live blogs*, sendo este último o único que é uma categoria nos prémios.

Um *live blog* ou *blog* ao vivo, é uma publicação com informação textual de um evento que está a decorrer, podendo ser complementado com imagens, vídeos e outros elementos multimédia. Os *live blogs* permitem que os leitores possam ler as informações facilmente e a partir de qualquer ponto da história, tendo também os leitores a oportunidade de ler e absorver as informações no ritmo que quiserem, sendo esta uma das particularidades que diferencia este conteúdo dos restantes (Sourcefabric, 2019).

Avinesh *et al* (2021) afirmam que *live blogs* são artigos noticiosos com atualizações sobre um determinado evento, estando as informações em ordem cronológica e ao minuto. Este tipo de artigos podem também ter uma grande variedade de elementos multimédia, como os mencionados acima, porém estes autores adicionam que nas publicações de *live blogs* podem também ser

incluídos excertos de redes sociais e *links*. Noticiando vários tipos eventos, as histórias mais noticiadas pelos *blogs* ao vivo são principalmente jogos desportivos, eleições e desastres naturais (Avinesh et al 2021).

Neil Thurman (2014) afirma que os *live blogs* podem também ter uma variedade de outros nomes, como “fluxos de notícias”, “*news streams*”, “páginas de notícias com atualização ao vivo” etc. Para o autor, as redes sociais são uma fonte essencial de informação, concordando com Avinesh et al (2021) quando diz que conteúdos das redes sociais são geralmente incorporados nas atualizações do acontecimento a ser noticiado. Contudo, Thurman chama à atenção o risco que existe em transmitir acontecimentos ao vivo e que, ao contrário do que o *site* Sourcefabric (2019) afirmou, os leitores podem achar os *live blogs* difíceis de ler, porque neste tipo de artigos as informações mais interessantes podem aparecer em qualquer lugar da notícia. Esta espécie de inversão da expectativa de que as informações sejam contadas do início ao fim e com prioridade ao desenvolvimento mais importante pode, segundo o autor, ser inicialmente confuso para os leitores (Thurman, 2014).

Os *newsgames* são outro tipo de formato que tem chamado atenção nos últimos anos, sendo definidos como jogos que explicam ou comentam acontecimentos atuais (Sicart 2008). Este autor afirma que os *newsgames* são um tipo de jogo político, apesar de não precisarem de ter uma mensagem política, nem ser esse o seu propósito. Eles devem ser produzidos e publicados enquanto as notícias ainda são atuais, para que exista um debate público sobre o tema e também para que o jogo seja relevante. O principal desafio que o *design* dos *newsgames* tem, é apresentar o conteúdo e detalhes do tema num jogo interessante e fácil de entender e jogar, visto que normalmente os utilizadores não gostam de despender muito tempo a aprender as mecânicas do jogo (Sicart, 2008).

Alves de Souza (2018) designa os *newsgames* como jogos jornalísticos baseados em acontecimentos que tenham importância ou cariz jornalístico e afirma que estes são utilizados nos meios jornalísticos online, mas que também são exemplos de práticas do jornalismo *transmedia*. Tanto Souza (2018) como Sicart (2008) consideram os *newsgames* como “*serious games*”, visto que são jogos que não pretendem apenas entreter o público, mas sim a informar e educar o público sobre um tema em concreto. Estes jogos podem apresentar mais do que elemento multimédia, como o texto, imagens, sons e vídeos, sendo uma das suas características principais o facto de poderem simular como algo funciona ou como um evento/situação aconteceu, podendo os leitores interagir com estas simulações (Alves de Souza, 2018).

Dentro dos *newsgames*, Alves de Souza destaca e distingue as seis categorias de jogos que Bogost et al (2010) afirmam que pode haver: jogos sobre a atualidade, infográficos, documentais, quebra-

cabeças, educativos e jogos em comunidade. Os *newsgames* da atualidade normalmente envolvem notícias atuais, enquanto os *newsgames* infográficos são jogos com infografias e variadas formas de interação. Os *newsgames* documentário abordam acontecimentos da mesma forma que os documentários e reportagens de investigação abordam um tema, ao passo que os *newsgames* quebra-cabeças são oriundos e baseados nas típicas palavras cruzadas. Por fim, os *newsgames* educativos são jogos ligados à aprendizagem do próprio jornalismo e os *newsgames* de comunidade são jogos que estimulam e criam comunidades.

Ligadas ao aparecimento de videojogos, estão as narrativas imersivas que podem ser produzidas com o uso da realidade virtual ou técnicas de gravação a 360°, que segundo Seijó *et al*, (2018) são ferramentas características da indústria dos videojogos. Para os autores, estes recursos utilizados pelas narrativas imersivas estão ligados à atual tendência de “gamificação dos setores, o que tem permitido a adoção e incorporação destas técnicas em histórias de não-ficção e consolidá-las como uma possibilidade narrativa real” (Seijó *et al*, 2018, p.62).

Ao usarem estes tipos de tecnologia, as narrativas imersivas conseguem envolver mais diretamente o leitor num ambiente virtual onde ele pode interagir com certos detalhes da história, sendo isto possível devido aos avanços tecnológicos dos dispositivos móveis e às ferramentas modernas utilizadas para visualizações mais imersivas (Seijó *et al*, 2018).

Cordeiro e Costa (2016) concordam que este tipo de narrativas são produzidas e apoiadas em ferramentas como a realidade virtual, realidade aumentada e vídeos em 360°, sendo estes recursos tecnológicos o que dão ao leitor o sentimento de estar “no ambiente da notícia - com a sensação de ser testemunha dos acontecimentos, emulando uma presença em primeira pessoa no local da ação” (p.102).

Em Portugal, estes dois últimos formatos são menos produzidos do que as narrativas de som, vídeo, multimédia ou infografias, tanto que os Prémios ObCiber do Ciberjornalismo têm categorias para estas narrativas, mas não para os conteúdos imersivos ou *newsgames*. Contudo, todos estes formatos e narrativas usam algum tipo de conteúdo multimédia (narrativas sonoras e narrativas vídeo) ou combinam diferentes tipos (infografia multimédia, *live-blogs*). Há, ainda, as que podem surgir em ambas as formas, como os *newsgames* ou a realidade aumentada, mas nenhuma delas o faz de uma forma tão integrada como o objeto de estudo neste trabalho: as reportagens multimédia.

3.2 Os Prémios de Ciberjornalismo

Os Prémios de Ciberjornalismo ObCiber são uma distinção portuguesa que visa reconhecer o que de melhor é produzido em Portugal na área do webjornalismo. Criados em 2008, estas distinções

são atribuídas anualmente pelo Observatório do Ciberjornalismo (ObCiber), que é um núcleo de investigação constituído em 2008 para observar e analisar regularmente a evolução do webjornalismo em Portugal e no Mundo. A sua sede de trabalho é na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Podem candidatar-se a estes prémios, trabalhos de várias categorias, através dos seus responsáveis editoriais, (como diretores ou editores), sendo apenas elegíveis *sites* noticiosos portugueses com uma atualização regular na *internet*, sejam jornais generalistas, temáticos, nacionais, regionais, locais ou académicos.

Cada órgão pode apresentar a candidatura de três trabalhos por categoria e, a título individual, cada jornalista pode submeter um trabalho por categoria. Os estudantes de jornalismo têm uma categoria própria denominada “Ciberjornalismo Académico”. Os trabalhos finalistas são escolhidos e votados por um júri composto por especialistas, sendo também submetidos a uma votação *online* no *site* do ObCiber, onde o público pode votar nas categorias. No final são atribuídos prémios do júri e do público, podendo acontecer que os resultados coincidam.

Relativamente às categorias, a que interessa neste trabalho é a de Reportagem Multimédia, visto que os trabalhos premiados nesta categoria são os que servirão como base de análise para o estudo da evolução e caracterização deste tipo de narrativas em Portugal. Contudo, vale a pena notar quais são as outras categorias, visto que mostram os tipos de trabalhos que têm sido reconhecidos e trabalhados pelos media portugueses, sendo atualmente os prémios constituídos por oito categorias.

Essas categorias são: Excelência Geral em Ciberjornalismo, Última Hora, Narrativa de Vídeo Digital, Narrativa Sonora Digital, Infografia Digital, Reportagem Multimédia, Ciberjornalismo de Proximidade e Ciberjornalismo Académico. A primeira categoria premeia o *site* jornalístico que melhor tenha explorado e potencializado as características da *internet* e que tenha cumprido com excelência todas as suas funções editoriais. A Última Hora premeia o *site* que invista mais em notícias de última hora e as categorias de Narrativas Vídeo Digital, Sonora Digital, Infografia Digital e Reportagem Multimédia reconhece as melhores narrativas de cada tipo, sendo avaliado a qualidade da narrativa, a originalidade, inovação e a interatividade. Nas reportagens multimédia são ainda avaliados o *design* e a articulação dos diferentes elementos ao longo da reportagem. Por fim, na categoria de Ciberjornalismo de Proximidade é premiado o órgão de comunicação social regional ou local que produziu melhores conteúdos jornalísticos e no Ciberjornalismo Académico é premiado o melhor trabalho jornalístico produzido por um estudante ou uma equipa de estudantes.

Apesar de atualmente os prémios terem oito categorias, nem sempre foi assim. Nas primeiras dez edições, os prémios tinham apenas seis categorias, mas, em 2018, na décima primeira edição, foram estreadas as categorias de Narrativas Sonoras Digitais e Ciberjornalismo de Proximidade. O órgão noticioso que obteve mais prémios foi a Rádio Renascença, com 28 no total, seguida pelo Público (27) e pelo Jornal de Notícias (13). Na categoria de Reportagens Multimédia, o tema deste trabalho, a Rádio Renascença é o meio de comunicação mais premiado (5 reportagens premiadas), pelas escolhas do júri.

No capítulo cinco serão analisadas as reportagens premiadas pelos Prémios ObCiber, onde se irá discutir e analisar que características estão presentes e se estas foram potencializadas ou não.

4 – Metodologia

Após a apresentação das bases teóricas que estão ligadas ao tema desta investigação, inicia-se agora a segunda fase da dissertação com um capítulo dedicado à metodologia utilizada. Será destacado o problema de investigação, assim como os objetivos, para seguidamente se apresentar a abordagem metodológica, os instrumentos de recolha de dados utilizados, as amostras, as variáveis e os critérios de análise selecionados.

4.1 Problema e objetivos

As investigações devem ter um bom planeamento, “desde o momento em que se seleciona a problemática, se formulam as hipóteses, se definem variáveis e se escolhem instrumentos, até à fase em que se interpretam e comunicam os resultados” (Coutinho, 2015, p.52). Tendo em conta o título desta dissertação, o problema principal era saber que características do webjornalismo são mais usadas nas reportagens multimédia portuguesas.

Ligado a esta questão estão os objetivos. Apesar de a temática das reportagens multimédia não ser recente, a análise sobre o uso das suas características nos jornais portugueses ainda não foi objeto de muitos trabalhos académicos aprofundados, tendo esta dissertação sido guiada por dois objetivos principais:

I – Identificar as características mais habituais nas reportagens multimédia produzidas em Portugal, percebendo como evoluiu a sua utilização ao longo do tempo.

II – Averiguar qual é o media português que faz melhor uso do potencial das características e se há alguma razão específica por detrás dessa melhor utilização.

Tendo em conta os objetivos delineados, as perguntas que procuramos responder ao longo da investigação são as seguintes:

PI1 – As reportagens multimédia em Portugal usam as sete características do webjornalismo?

PI2 – Quais são as características usadas com mais e menos frequência?

PI3 – Houve uma progressão no aproveitamento das características?

PI4 – Por que razão algumas características são mais usadas do que outras?

PI5 – Qual é o meio de comunicação que faz maior uso e potencialização das características?

Com os objetivos e questões da investigação definidos, escolheu-se a abordagem metodológica mais adequada para recolher os dados e informações necessárias para a resposta a estas questões.

4.2 Metodologia e técnicas

Foram escolhidas duas abordagens diferentes para a recolha de dados, uma quantitativa e outra qualitativa: a análise de conteúdos e a entrevista.

As técnicas quantitativas são objetivas, com o propósito de descrever, explicar e analisar o material escolhido, enquanto que as técnicas qualitativas podem ser mais dinâmicas, com o propósito de interpretar, compreender e desvendar significados no conteúdo analisado (Coutinho, 2015).

Cada método tem as suas qualidades e por essa mesma razão escolheram-se ambas as técnicas para abranger todas as vertentes existentes no problema em estudo.

A análise de conteúdo é, como foi dito, uma técnica de investigação quantitativa composta “por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/receção (variáveis inferidas) destas mensagens” (Bardin, 1977, p.42). O autor complementa dizendo que este tipo de análise se baseia na explicitação e sistematização dos conteúdos analisados, com a finalidade de posteriormente se efetuar deduções lógicas sobre o conteúdo analisado (Bardin, 1977).

Com uma definição mais simples, Coutinho (2011) afirma que a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas que permitem analisar de forma sistemática um corpo de material textual, por forma a desvendar e quantificar a ocorrência de palavras/frases/temas considerados “chave” que possibilitem uma comparação posterior” (p.193). A autora acrescenta que o investigador deve procurar padrões nos dados analisados e a partir deles perceber quais são as conclusões que se podem retirar da análise feita.

Relativamente à estratégia de recolha de dados, Bardin (1977) afirma que deve seguir três etapas: a pré-análise, a exploração do conteúdo, tratamento e discussão dos resultados obtidos. A pré-análise é essencialmente a fase onde o investigador organiza as suas ideias e escolhe o material de estudo que vai analisar, assim como define quais são os objetivos da investigação. A exploração do conteúdo é a análise do material escolhido. Por último o tratamento dos resultados é a interpretação e discussão dos resultados obtidos, onde o investigador expõe as suas interpretações e conclusões finais (Bardin, 1977).

A segunda técnica usada, a entrevista, é qualitativa e consiste na recolha de informação através da comunicação entre duas pessoas: o entrevistador e o entrevistado (Miranda, 2009). Esta técnica é usada quando o investigador sente que poderá não encontrar determinados dados em fontes documentais, recorrendo então à realização de uma entrevista com alguém que tem

conhecimentos sobre o objeto de estudo e os “valores subjacentes ao comportamento” (Ribeiro, 2008, p.13) desse mesmo objeto/pessoa.

Apesar de ser uma técnica muito comum em investigações, Miranda (2009) destaca que a entrevista deve ser redigida com especial atenção e não ter perguntas ambíguas ou tendenciosas, podendo apresentar-se em três formas: estruturada, semiestruturada e aberta.

Numa entrevista estruturada, as perguntas são tipicamente redigidas com antecedência e são fechadas, não deixando espaço para o entrevistado fugir ao tema em questão. Pelo contrário, as entrevistas abertas, têm perguntas mais exploratórias onde o entrevistado pode falar livremente sobre os temas da entrevista. As entrevistas semiestruturadas são uma combinação destes dois últimos modelos, onde há perguntas fechadas, mas também liberdade temática e perguntas abertas (Miranda, 2009).

Nesta investigação elaborou-se uma entrevista semiestruturada, com perguntas que requerem respostas relativamente diretas ao tema e outras que dão ao entrevistado liberdade de falar extensivamente e abertamente sobre o tema.

4.3 Amostra e critérios de análise

A amostra é uma parte essencial de qualquer investigação, sendo definida como “o conjunto de sujeitos (pessoas, documentos, etc.) de quem se recolherá os dados e deve ter as mesmas características das da população de onde foi extraída” (Coutinho, 2015, p.96). A autora complementa dizendo que o investigador deve explicar com precisão como foi o processo de escolha da amostra e também quais são as suas características.

Nesta dissertação, como amostra para a análise de conteúdo escolhemos as reportagens multimédia premiadas pelos prémios ObCiber na categoria de melhor “Reportagem Multimédia”, desde 2008. Esta opção permitiu analisar que características estão presentes em várias reportagens multimédia portuguesas e como tem sido a progressão do uso de características do webjornalismo, que são os objetivos principais delineados na investigação.

No início, pretendia-se analisar as quinze reportagens premiadas, contudo ao explorar o material surgiram problemas de acesso e visualização de certas reportagens. Devido ao desaparecimento do *Adobe Flash* a amostra acabou por ser reduzida do que o inicialmente previsto.

Tentando ultrapassar este problema, foi decidido entrar em contacto com os jornais onde se verificou este problema de acesso/visualização, dos quais foram o Jornal de Notícias, o Expresso e a Rádio Renascença. No Jornal de Notícias, a reportagem em falta foi “Entre o deve e o haver” (2009), no Expresso foram as reportagens “A noite em que a polícia prendeu 1500 estudantes”

(2012) e “Matar e Morrer por Alá” (2015), enquanto na Rádio Renascença estavam indisponíveis as reportagens “Muro de Berlim 20 anos” (2010), “João Paulo II: as dimensões de um santo” (2011), “Campanhã: Uma quase aldeia encravada entre gigantes de betão” (2013) e “Pedrógão: sobreviver depois de perder quase tudo” (2017).

Apenas o Jornal de Notícias e a Rádio Renascença conseguiram fornecer cópias das reportagens em falta, tendo, contudo, a Rádio Renascença apenas conseguiu fornecer duas das quatro reportagens em falta, devido novamente ao problema do *Adobe Flash*. Assim, no trabalho foi possível analisar as seguintes reportagens:

Ano	Título	Jornal/Media
2008	“A morte lenta do gelo eterno”	Jornal de Notícias
2009	“Entre o deve e o haver”	Jornal de notícias
2013	“Campanhã: Uma quase aldeia encravada entre gigantes de betão”	Rádio Renascença
2014	“Portugueses nos Campos de Concentração”	Público
2016	“Encalhados no quintal da Europa”	Rádio Renascença
2017	“Pedrógão: sobreviver depois de perder quase tudo”	Rádio Renascença
2018	“Terra de Todos, Terra de Alguns”	Divergente
2019	“O lugar onde nem eu nem tu queremos viver”	Expresso
2020	“O muro caiu e eles nasceram. Três histórias de Berlim”	Expresso
2021	“Por ti, Portugal, eu juro!”	Divergente
2022	“Reportagem multimédia em Andriivka. Radiografia de uma aldeia sob ocupação russa durante 30 dias”	Observador

Tabela 1 – Reportagens premiadas pelos prémios ObCiber analisadas.

A amostra ficou assim composta por onze reportagens produzidas por seis *media* no espaço de quinze anos. No total, analisaram-se três reportagens da Rádio Renascença, duas do Jornal de Notícias, duas do Expresso, duas da revista Divergente, uma reportagem do Público e uma do Observador.

4.3.1 Variáveis

A análise foi realizada de modo a verificar quais das sete características do webjornalismo – as variáveis neste estudo - são usadas: a memória, ubiquidade, instantaneidade, hipertextualidade, multimédia, interatividade e personalização.

Este tipo de variáveis pode ser identificado como qualitativo, visto que são variáveis onde não se utilizam valores numéricos, mas sim variáveis que descrevem os dados por categorias ou características (Coutinho, 2015). Estas são também do tipo dicotómico, dado que permitem dois valores possíveis: “sim” (a reportagem tem esta característica) ou “não”, (a reportagem não tem a característica) (Coutinho, 2015).

Tendo em conta estes critérios, foi elaborada uma tabela com as variáveis escolhidas, tendo sido posteriormente utilizada na análise de cada reportagem como um guia de que características estão presentes (☑) ou não (☒). A tabela é a seguinte:

Valor	Variáveis						
	Memória	Hipertextualidade	Ubiquidade	Instantaneidade	Multimédia	Interatividade	Personalização
Presente	☑	☒	☑	☑	☑	☒	☒

Tabela 2 – Exemplo de guia de análise sobre que características estão ou não presentes em X reportagem.

Após a identificação das características, procurou-se entender de que forma elas foram usadas e se foram potencializadas na narrativa. O objetivo era responder à segunda e terceira pergunta da investigação, sobre que características foram mais usadas e se houve uma evolução no aproveitamento de cada uma ao longo dos anos.

O bom aproveitamento de cada característica foi identificado tendo em conta as várias particularidades que cada característica apresenta e sobre como estas devem e podem ser usadas e potencializadas nos conteúdos noticiosos e, em particular nas reportagens multimédia, tendo em conta as ideias dos autores mencionados no capítulo 1 e 2.

Ao analisar-se a utilização de cada característica, concluiu-se quais são as mais utilizadas e se estas foram potencializadas. Para esta fase de análise foram usados critérios baseados no trabalho de vários teóricos (Canavilhas, 2014b; Salaverría, 2014; Rost 2014; Pincus *et al*, 2017, etc), referidos na primeira parte do trabalho no que diz respeito à forma como as características devem e podem ser incorporadas numa reportagem multimédia. Esta análise permite também verificar posteriormente qual é o *media* que aproveita melhor o potencial destas.

Apesar de a análise de conteúdo permitir a análise e discussão destas questões, há certas deduções que podem ser mais bem explicadas por alguém que observou de perto a evolução das reportagens em análise e das suas características ao longo dos anos. É neste ponto que se percebe a importância de ter uma segunda abordagem metodológica, isto é, a entrevista.

Como entrevistado para esta investigação escolhemos um dos coordenadores dos prémios ObCiber, Fernando Zamith, tendo a entrevista um modelo semiestruturado com perguntas baseadas nos resultados obtidos na análise de conteúdo. A entrevista foi feita consoante a disponibilidade do entrevistado e a transcrição da entrevista com as perguntas e respostas está colocada em anexo.

Explicitada a abordagem metodológica que foi usada e quais foram as amostras e critérios de análise utilizados, no capítulo seguinte segue-se a interpretação e discussão dos resultados e repostas obtidas ao longo da investigação.

Capítulo 5 – Resultados e Discussão

Neste capítulo são discutidos e interpretados os resultados da análise de conteúdo e também das respostas obtidas na entrevista feita posteriormente. O objetivo é saber se as reportagens multimédia portuguesas utilizam as sete características do webjornalismo e tentar perceber qual tem sido o seu uso e aproveitamento nas reportagens.

Para além destes objetivos principais, também se procurou averiguar que meio de comunicação português melhor explora as características e se existem razões que justifiquem o maior uso de algumas características ou o pouco aproveitamento de outras. Ao longo da apresentação de todos estes dados e constatações, discutiram-se e compararam-se todas as informações obtidas.

5.1 Características presentes e frequência de uso

Nos capítulos anteriores explicou-se quais são as sete características do webjornalismo e como estas afetam e podem melhorar o conteúdo de uma notícia, reportagem ou qualquer outro tipo de conteúdo noticioso *online*. Com base nas teorias e definições apresentadas, utilizou-se como amostra um conjunto de onze reportagens multimédia distinguidas nos Prémios de Ciberjornalismo para analisar que características são usadas nas reportagens multimédia portuguesas e como estas são aproveitadas.

Ao longo da análise verificou-se que todas as reportagens multimédia usam a maioria das características, constatando-se contudo que apenas uma reportagem conseguiu utilizar todas as sete características.

Tendo em conta o número de reportagens analisadas e a frequência com que as características são usadas, criou-se um gráfico para melhor exemplificar a presença destas nas reportagens:



Gráfico. 1 – Presença das características nas reportagens multimédia analisadas (elaboração própria).

A memória, a multimedialidade, a interatividade e a ubiquidade foram sempre utilizadas, enquanto a hipertextualidade foi usada em sete reportagens com uma presença de 66,40%, a personalização em seis reportagens (54,50%) e a instantaneidade foi apenas usada em uma reportagem, tendo assim uma presença de 9,10%.

Apesar de haver quatro características que foram sempre usadas, é importante assinalar que o nível de aproveitamento foi muito diferente, havendo algumas que utilizam poucos elementos multimédia ou fraca interatividade, enquanto outras aproveitam mais o seu potencial e usam-no de diversas formas. Porém, neste primeiro ponto apenas se pretendia analisar quais as características presentes nas reportagens, adiando-se o aproveitamento e tipo de uso para uma análise mais aprofundada feita posteriormente.

Foi também elaborada uma tabela que explicita quantas características foram usadas em cada reportagem, de forma a demonstrar quantas delas cada reportagem utilizou e se houve *medias* que tiveram uma progressão no número de características usadas, de ano para ano ou, se pelo contrário, tiveram um decréscimo.

<i>Media/Ano</i>	Título	Nº de caraterísticas usadas
Jornal de Notícias (2008)	“A morte lenta do gelo eterno”	4
Jornal de notícias (2009)	“Entre o deve e o haver”	6
Rádio Renascença (2013)	“Campanhã: Uma quase aldeia encravada entre gigantes de betão”	4
Público (2014)	“Portugueses nos Campos de Concentração”	5
Rádio Renascença (2016)	“Encalhados no quintal da Europa”	6
Rádio Renascença (2017)	“Pedrógão. Sobreviver depois de perder quase tudo”	5
Divergente (2018)	“Terra de Todos, Terra de Alguns”	6
Expresso (2019)	“O lugar onde nem eu nem tu queremos viver”	5
Expresso (2020)	“O muro caiu e eles nasceram. Três histórias de Berlim”	6
Divergente (2021)	“Por ti, Portugal, eu juro!”	7
Observador (2022)	“Reportagem multimédia em Andriivka. Radiografia de uma aldeia sob ocupação russa durante 30 dias”	4

Tabela 3 – Número de caraterísticas usadas por cada reportagem (elaboração própria).

Na tabela 3 é possível verificar que a única reportagem que utilizou todas as caraterísticas foi “Por ti Portugal eu juro!” (2021), da Divergente. Também se pode observar que houve uma variação no número de caraterísticas usadas ao longo dos anos, tendo havido no geral um recorrente sobe e desce de ano para ano. É possível averiguar que alguns jornais evoluíram ao usar mais caraterísticas de ano para ano, como é o caso do Jornal de Notícias, que de 2008 para 2009 aumentou de quatro caraterísticas para seis, o Expresso, que de 2019 para 2020 aumentou de cinco para seis, a Divergente que de 2018 para 2021 melhorou de seis para sete e a Renascença, que de 2013 para 2016 aumentou de quatro para seis caraterísticas¹.

Também se pode verificar que houve *medias* que tiveram um decréscimo no uso das caraterísticas, como é o caso da Renascença, que apesar de ter tido uma melhoria de 2013 para 2016, no ano seguinte usou menos caraterísticas na reportagem premiada.

Apesar desta irregularidade, e embora falem algumas reportagens, pode afirmar-se que mais de metade das reportagens multimédia premiadas em Portugal usaram a maioria das caraterísticas do webjornalismo, o que é um resultado positivo tendo em conta a análise que alguns autores

¹ As reportagens em falta em 2012 e 2015 pertencem ambas ao Expresso

como Bastos (2023) fazem sobre o uso insuficiente de características do webjornalismo nos conteúdos noticiosos *online* portugueses.

No que diz respeito às características que não tiveram uma presença total (hipertextualidade, personalização e instantaneidade), a seguinte tabela demonstra melhor em que anos e quais as reportagens/*medias* as usaram.

<i>Medias/Ano</i>	<i>Caraterísticas</i>						
	Memória	hipertextualidade	Ubiquidade	Instantaneidade	multimédia	interatividade	personalização
Jornal de Notícias (2008)	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗
Jornal de Notícias (2009)	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Renascença (2013)	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗
Público (2014)	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
Renascença (2016)	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Renascença (2017)	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✓
Divergente (2018)	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Expresso (2019)	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
Expresso (2020)	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Divergente (2021)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Observador (2022)	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗

Tabela 4 – Cada caraterística usada por reportagem (elaboração própria).

Na tabela acima entende-se que a personalização teve um uso mediano ao longo dos anos e de uma forma um pouco inconstante, havendo espaços de tempo em que não foi utilizada por alguns anos e outros em que foi utilizada dois ou três anos seguidos. A hipertextualidade teve uma percentagem de uso semelhante, sendo também mais utilizada recentemente, (2018 a 2021), enquanto que nos anos iniciais a sua utilização foi mais irregular.

A instantaneidade foi a caraterística menos utilizada, tendo presença em apenas uma reportagem (Divergente, 2021).

A instantaneidade e ubiquidade são características muito utilizadas no webjornalismo atual, visto que a profissão sempre aproveitou as tecnologias para transmitir conteúdos noticiosos rapidamente (Bradshaw, 2014) e para o máximo de pessoas possível (Pavlik, 2014). Assim, não surpreende que as reportagens multimédia portuguesas utilizassem regularmente a ubiquidade, mas por outro lado surpreende um pouco a instantaneidade ter tão pouca presença. Apesar de reportagens notoriamente demorarem mais tempo a realizar do que notícias do dia-a-dia e terem uma gestão de tempo diferente, a instantaneidade ainda é uma característica com uma forte presença no webjornalismo, sendo expectável que estivesse mais presente.

No que diz respeito ao uso da hipertextualidade, tanto Deuze (2004) como Gamela *et al* (2011) afirmam que, para além da interatividade e da multimedialidade, um dos elementos mais presentes nestas narrativas é o uso de hipertextos, porém várias reportagens portuguesas não usaram esta característica, sendo este um resultado inesperado e negativo. Por outro lado, o pouco uso da personalização era expectável, visto que ainda é “vista como um negócio de nicho, especificamente no mundo da notícia” (Lorenz, 2014, p.139), apesar de que atualmente alguns jornais (a nível global) procuram ter mais conteúdo personalizado online (Sehl e Eder, 2023).

Analisando a presença das outras características, sendo a memória algo inerente ao jornalismo, era expectável que estivesse presente em todas as reportagens, visto que “o recurso à memória na produção dos conteúdos jornalísticos é evidente” (Palacios, 2014, p. 92), especialmente em reportagens, que retratam temas de uma forma mais detalhada e aprofundada.

A multimedialidade e a interatividade, sobretudo a primeira, estão presentes, até porque as reportagens analisadas venceram justamente o prémio “reportagens multimédia”. Como afirma Deuze (2004), as histórias multimédia *online* usam dois ou mais formatos multimédia, mas também elementos interativos, o que foi, de facto, observado em todas as reportagens.

Para compreender melhor o porquê de algumas destas particularidades e como as características têm sido utilizadas, prosseguiu-se para uma análise mais aprofundada do aproveitamento de cada característica nestas reportagens.

5.2 O aproveitamento das características

Após comparar o uso das sete características do webjornalismo verificou-se que todas foram usadas, embora umas com mais frequência do que outras. Contudo, não basta usá-las, pois cada uma apresenta várias possibilidades, sendo essencial aproveitar o seu potencial pois é isso que torna este tipo de reportagens, ou qualquer conteúdo noticioso *online*, diferente e único no meio jornalístico (Dantas, 2016).

As características que implicaram uma análise mais aprofundada foram a multimedialidade e a interatividade, pois todas as reportagens as usaram de maneira diferente e ambas têm várias possibilidades de uso. A primeira foi analisada no que diz respeito à integração que os elementos multimídia podem ter e como cada elemento multimídia foi aproveitado (Salaverría, 2014), enquanto na interatividade foram consideradas as várias possibilidades que o utilizador tem de se relacionar com os conteúdos (Rost, 2014; Gamela *et al*, 2011; Calvo André, 2018).

Visto que as reportagens fizeram diferentes usos destas características, seguidamente será discutido o aproveitamento de cada uma individualmente, destacando-se as reportagens que melhor as exploraram e o nível de aproveitamento que cada uma teve ao longo dos anos nas reportagens.

5.2.1 Memória:

A primeira característica a ser analisada foi a memória que, como se viu no ponto 5.1, foi utilizada em todas as reportagens. No geral, esta foi uma das mais constantes a nível do seu uso e aproveitamento, não só porque todas as reportagens a utilizaram, mas também porque todas fizeram um uso proveitoso dela tendo em conta as particularidades que Palacios mencionou estarem presentes num conteúdo noticioso que utilize memória.

Entrando a memória “de maneira recorrente, de modo quase natural, na produção do relato da atualidade” (Palacios, 2014, p.93), todas as reportagens têm referências a eventos passados relacionados com o tema tratado e também deram um bom contexto histórico do tema abordado, apesar de que umas aprofundaram-se mais que outras.

A maior parte fez uso da memória com a “apresentação do presente como elemento para desconstruir e tornar a construir, sob a luz de novos fatos, os acontecimentos do passado” (Palacios, 2014, p. 93), enquanto outras usaram a memória para contrastar um evento do passado com o presente. As reportagens que apresentaram o contexto histórico mais extensivo foram “Portugueses nos Campos de Concentração” (2014) “Terra de Todos, Terra de Alguns” (2018) e “Por ti, Portugal, eu juro!” (2021), tendo todas estas usado a memória para dar uma nova contextualização dos eventos à luz de novas informações.



Fig. 6 – Exemplo de reportagem com memória de reconstrução do passado (Público, 2014).

Palacios (2014) defende também que o recurso à memória é essencial na produção de conteúdos com carácter comemorativo, como aniversários de eventos/pessoas, podendo isto aplicar-se à reportagem da Expresso “O muro caiu e eles nasceram. Três histórias de Berlim” (2020), que se destaca por ser a única a aproveitar a memória neste sentido. Este trabalho foi publicado no aniversário da queda do muro de Berlim, retratando a forma como os jovens adultos da cidade vivem atualmente e como esta difere da vivência daquela época.

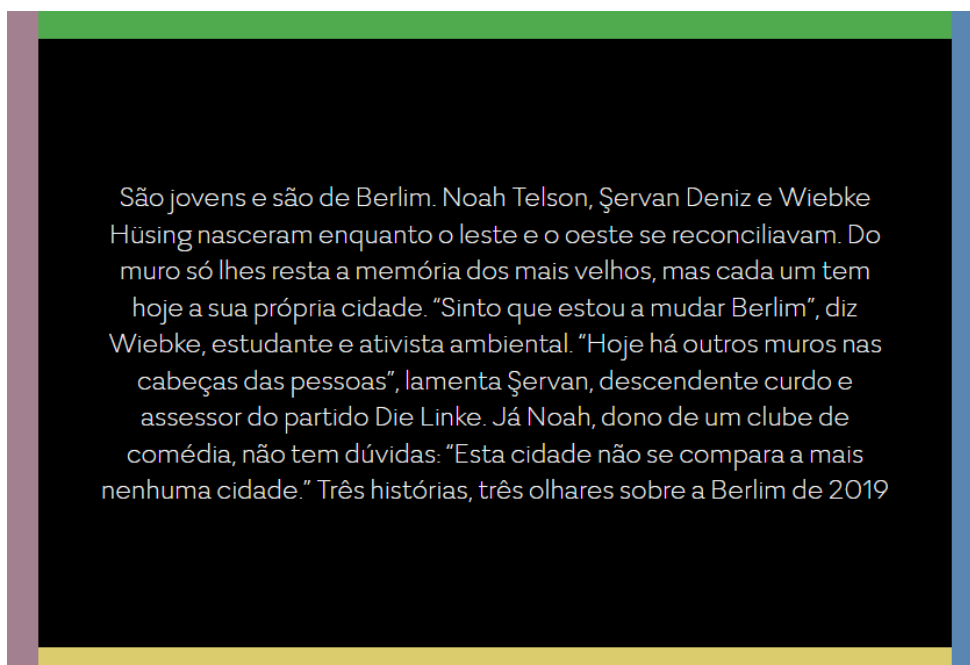


Fig. 7 – Reportagem com carácter comemorativo (Expresso, 2020).

Face ao exposto, pode dizer-se que o uso e aproveitamento desta característica manteve-se constante e com uma boa potencialização ao longo dos anos, com todas reportagens a darem um bom contexto à narrativa, o que é um resultado positivo tendo em conta a preocupação de alguns autores como Bastos (2015) de que a valorização da rapidez nos jornais portugueses poderia prejudicar a importância que a contextualização deve ter nos conteúdos noticiosos. Ao longo da análise pôde perceber-se que a instantaneidade está pouco presente, havendo então uma maior valorização do contexto e história da narrativa em detrimento da pressão que a rapidez pode ter num conteúdo noticioso.

5.2.3 Interatividade:

Uma característica que também é usada em todas as reportagens é a interatividade, porém, ao contrário da memória, nem todas as reportagens exploraram totalmente o seu potencial. Ao analisar esta característica destacam-se três reportagens que foram criativas no seu uso e que respeitaram e aproveitaram todos os critérios enunciados por Rost (2014), Gamela *et al* (2011) e Calvo André (2018). São elas “Entre o deve e o haver” (Jornal de Notícias, 2009), “Terra de Todos, Terra de Alguns” (Divergente, 2018) e “Por ti Portugal eu juro!” (Divergente, 2021).

Nestes três trabalhos pode observar-se um uso dinâmico de muita interatividade, dando ao leitor a oportunidade de se tornar mais ativo na visualização do conteúdo, nas escolhas e profundidade (Calvo André, 2018), mas também na instrução, manipulação e exploração (Gamela *et al*, 2011).

Relativamente aos tipos de interação de Rost (2014), divididos em interação comunicativa e seletiva, todas as reportagens mencionadas têm a interatividade seletiva e comunicativa, porém as reportagens “Por ti Portugal eu juro!” e “Entre o deve e o haver” destacam-se em especial devido ao aproveitamento que fizeram da interatividade comunicativa, enquanto que a reportagem de “Terra de todos, terra de alguns” destaca-se pelo seu uso da interatividade seletiva e do critério de manipulação de Gamela *et al* (2011).

A interação comunicativa é quando o leitor tem a opção de comunicar com o conteúdo ou expressar alguma informação ou opinião sobre ele, sem procurar necessariamente uma resposta (Rost, 2014). Já a interação seletiva está ligada às possibilidades de controlo que o utilizador tem sobre o processo de receção dos conteúdos, e também em que medida pode escolher o ritmo da interação (Rost, 2014).

A reportagem “Por ti Portugal, eu juro!” (2021) da Divergente tem interação seletiva, pois o leitor pode escolher como visualizar os conteúdos e tem escolhas e instrução sobre que capítulo quer ler primeiro ou como visualizar certos elementos. O leitor pode também explorar a informação com as hiperligações que fornecem mais informações, não só através de textos, como também

por gráficos e outros elementos multimédia. Porém, aquilo que distingue a reportagem das outras é o uso que fez da interação comunicativa, tendo uma seção em que o leitor pode dar informações complementares sobre o tema abordado.

Normalmente, a interação comunicativa está presente na possibilidade de o leitor poder partilhar a reportagem e comentá-la na própria página do jornal ou nas redes sociais, contudo os jornalistas desta reportagem exploraram ainda mais este tipo de interação e colocaram uma seção interativa onde o leitor pode comunicar e contribuir ativamente para a informação da reportagem, enviando mensagens para o endereço eletrónico da revista e vendo as suas informações serem adicionadas ao mural.

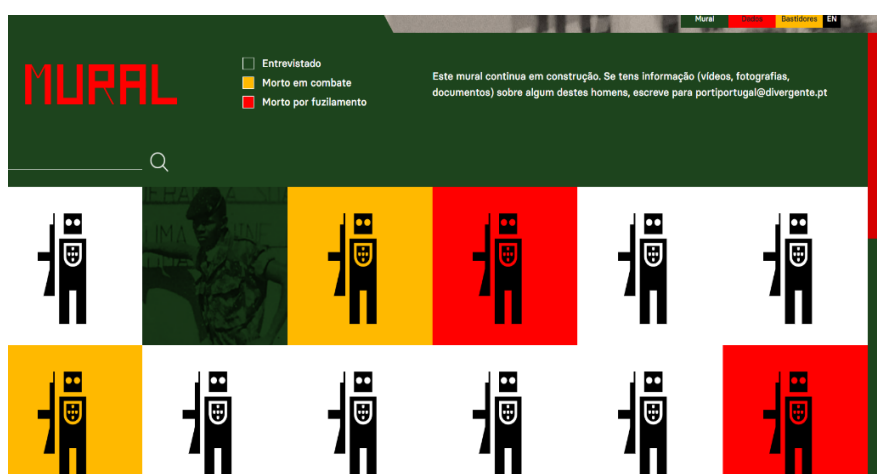


Fig. 8 – Mural interativo (Divergente, 2021).

Apesar de ser a segunda mais antiga, a reportagem “Entre o deve e o haver” (2009) apresenta também um nível de interatividade surpreendentemente elevado, com muitos gráficos interativos. Na seção com mais destaque (A sua dívida), o leitor pode, através desta, comunicar com o conteúdo para inserir os seus rendimentos e, com isso, calcular quanto poupa ou se corre o risco de endividamento. Através de outros gráficos, o leitor pode também comparar a sua situação com a de outras famílias de Portugal. Esta seção, bem como a anteriormente mencionada da reportagem de 2021, demonstram o potencial que a interatividade comunicativa pode ter ao tornar o leitor mais ativo no conteúdo da reportagem, dando um dinamismo único às reportagens.

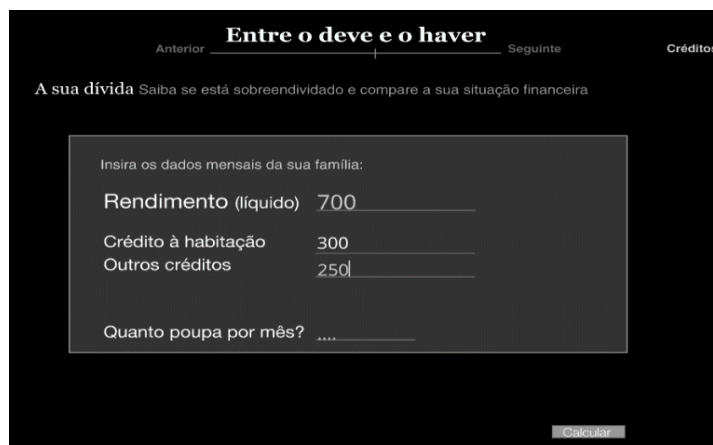


Fig. 9 - Interatividade comunicativa (Jornal de Notícias, 2009).

Para além disto, no final da reportagem de 2009 há também uma seção de “Conselhos úteis” onde, através de hipertextos com mais informações e ligações a outros *links* de informação útil, o leitor pode aprender a controlar as suas finanças pessoais. Também é disponibilizado um menu onde se pode escolher que parte da reportagem ler primeiro e escolher ou explorar livremente os conteúdos da reportagem (interatividade seletiva).

A reportagem “Terra de todos, terra de alguns” (Divergente, 2018) permite também uma interatividade seletiva e apresenta todos os atributos identificados por Calvo André (2018) e Gamela *et al* (2011). Nesta, uma das interações mais destacadas é a possibilidade de o leitor poder visualizar os vídeos num separador pequeno à medida que continua a ler o texto da seção onde se encontra.

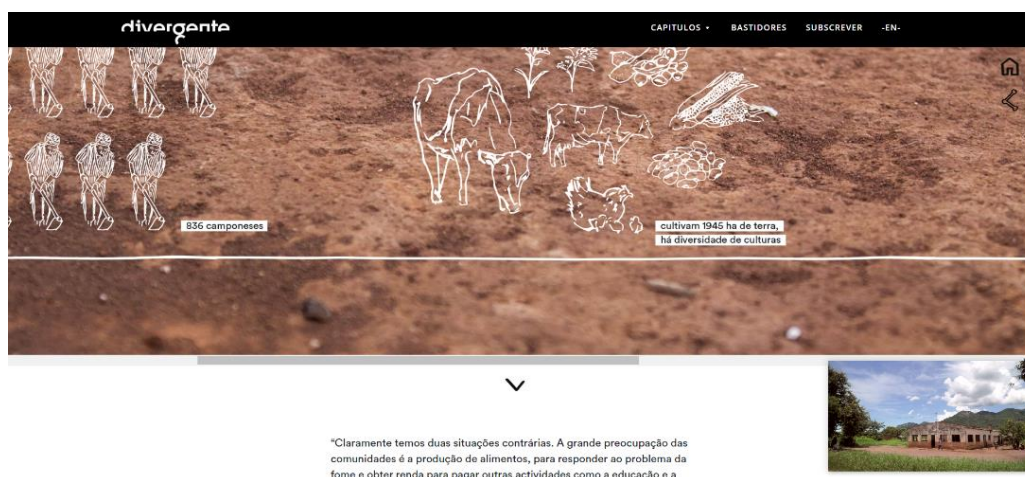


Fig. 10 – Opção de ver vídeo em separadores (Divergente, 2018).

Muitos dos elementos interativos usados na reportagem têm um estilo semelhante à outra reportagem da Divergente, no que diz respeito à forma dinâmica como o leitor pode interagir com

os elementos multimédia e manipulá-los para obter mais informação. Contudo, algo que diferencia esta narrativa das outras é a inclusão de uma imagem e vídeos a 360°, em que o leitor pode rodar e clicar para ver/ouvir os seus testemunhos. Estes elementos multimédia interativos são um bom exemplo do critério de manipulação e profundidade (Calvo André, 2018), pois o leitor pode interagir com o conteúdo para obter mais informação, e o elemento multimédia oferece uma interatividade mais profunda.

Existem mais duas reportagens que têm todos os critérios mencionados, porém o seu aproveitamento ao longo da narrativa foi mais contido e menos potencializado: “A morte lenta do gelo eterno” (Jornal de Notícias, 2008) e a “Reportagem multimédia em Andriivka: Radiografia de uma aldeia sob ocupação russa durante 30 dias” (Observador, 2022). Nestes casos, além de não ser tão frequente ao longo de toda a reportagem, a interatividade é usada de uma forma menos dinâmica, estando os atributos de manipulação e profundidade apenas presentes num dos elementos multimédia.

As restantes reportagens utilizam pouco a interação comunicativa e a interação seletiva, faltando noutras o atributo de manipulação e profundidade. Entre estas, a que tem uma interatividade mais escassa é “Pedrógão. Sobreviver depois de perder quase tudo” (Rádio Renascença, 2017). Apesar de a reportagem poder ser partilhada e apresentar algum nível de manipulação e interatividade seletiva graças à opção de ver a reportagem em formato de vídeo, a presença e aprofundamento da interação é fraca, pois só está presente nestas opções do início da narrativa, sendo o resto apenas um texto corrido com algumas imagens estáticas e vídeos.

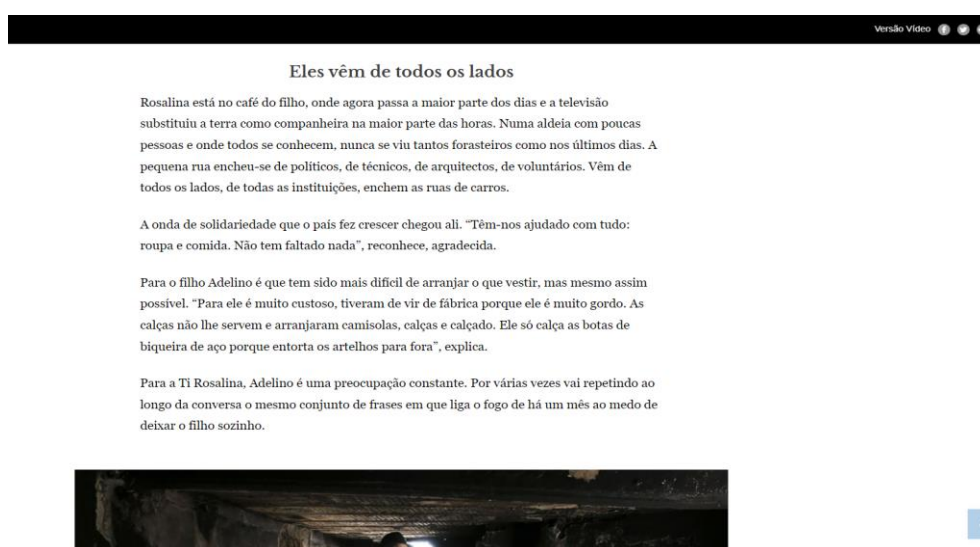


Fig. 11 – Reportagem com interatividade mais fraca (Rádio Renascença, 2017).

Em suma, as reportagens do Divergente (2018, 2021) e do Jornal de Notícias de 2009 têm o melhor aproveitamento da interatividade e a reportagem do Observador de 2022 e a do Jornal de Notícias de 2008 têm uma interatividade razoável para este tipo de trabalho.

Apesar de haver uma boa utilização e potencialização nas primeiras duas reportagens, posteriormente não foi aproveitado todo o seu potencial, só voltando a aparecer um bom aproveitamento da interatividade em 2018, 2021 e um pouco em 2022. Assim, pode dizer-se que houve um declínio do aproveitamento desta característica durante vários anos e um ressurgimento pontual nos anos mais recentes, fazendo com que esta característica ao longo dos quinze anos tenha um aproveitamento inconstante e muito mediano no geral.

Esta constatação confirma as ideias de Bastos (2023) sobre o pouco aproveitamento das potencialidades da interatividade nos conteúdos noticiosos em Portugal, afirmando que nos anos 2008/2009 foi quando os *media* começaram a investir nos seus *sites online* com a maior inclusão de conteúdos interativos e com mais multimédia, porém observou-se ao longo desta análise que nos anos seguintes esse “entusiasmo” esmoreceu e a interatividade só se viu ocasionalmente.

É também relevante mencionar que apesar de as duas primeiras reportagens terem um bom nível de interatividade, todas as que vieram posteriormente têm um layout mais fluído e atual, com o uso da tecnologia “*parallax scrolling*” que permite uma navegação vertical e mais intuitiva, o que melhora inerentemente a interatividade presente no que diz respeito à fluidez e rapidez de movimentos da página. Isto acontece porque esta tecnologia apenas se popularizou em 2012 com a reportagem *Snowfall*, comprovando-se isso nas reportagens multimédia portuguesas e havendo neste aspeto uma evolução técnica nesta vertente (Canavilhas, 2013).

5.2.3 Multimedialidade:

No que diz respeito à presença dos elementos multimédia, Salaverría (2014) considera como essenciais os seguintes elementos: texto, imagem, vídeo, som, infografias (gráficos ou mapas), ilustrações, animação digital, entre outros. Nas reportagens analisadas, o texto, as imagens e vídeos foram os tipos de conteúdos usados em todas as reportagens, os gráficos foram usados em seis reportagens, os mapas em oito e o áudio em apenas três reportagens, seguido das ilustrações que foram o elemento menos usado, com presença em apenas duas reportagens. Apesar de poder ilustrar por si só eventos ou histórias (Lo, 2017), a animação digital apenas foi usada como auxílio no movimento de alguns gráficos ou mapas, estando presente nesta capacidade em apenas quatro reportagens.

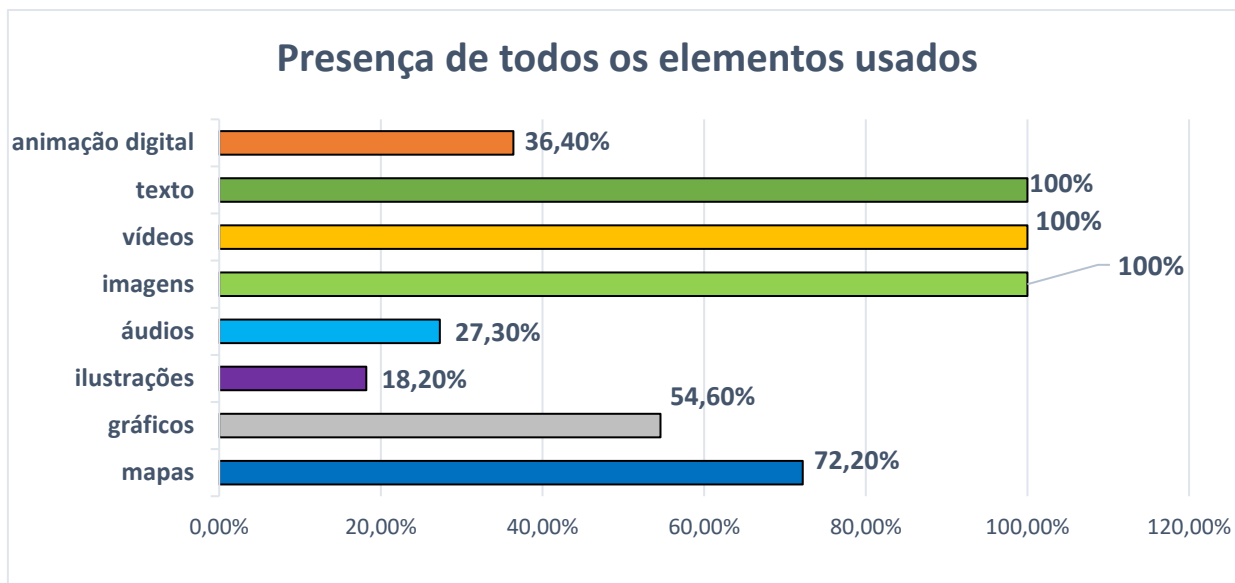


Gráfico 2 – Percentagem da presença de todos os elementos multimédia usados (elaboração própria).

No que diz respeito às imagens, a maior parte das reportagens usou-as da maneira tradicional (estática), embora algumas reportagens (cinco no total) as tenham incorporado no fundo da página, aparecendo mais fluidamente à medida que o leitor vai fazendo *scroll*. No geral, foi um elemento que grande parte das reportagens utilizaram medianamente. Algumas reportagens tentaram utilizar este elemento de uma forma mais criativa, com imagens no fundo de página, em hiperligações ou com mais interação (imagem 360°) existindo, no geral, uma utilização tradicional do elemento e uma ocasional exploração mais profunda.

A reportagem “Portugueses nos campos de concentração” (Público, 2014), é uma das que se destaca neste elemento, apresentando tanto imagens de fundo como várias fotogalerias. As reportagens da Divergente e do Observador também tiveram um bom uso e aproveitamento deste elemento, utilizando quase todas as imagens como fundo da página e tendo a reportagem da Divergente “Terra de Todos, terra de alguns” (2018) utilizado ainda uma imagem a 360°, com vídeos incluídos dentro da interatividade, sendo este o uso mais dinâmico em todas as reportagens.



Fig. 12 – Imagem como fundo, ao longo do *scroll* da reportagem (Observador, 2022).



Fig. 13 – Fotogaleria (Público, 2014).



Fig. 14 – Imagem como fundo (Público, 2014).



Fig. 15 – Imagem a 360° (“Terra de todos, terra de alguns”, Divergente, 2018).

No que diz respeito aos vídeos, a sua utilização varia bastante, com algumas a utilizarem e a aproveitarem bem o elemento e outras com uma fraca exploração dele.

Falando especificamente no aproveitamento individual do elemento, houve quatro reportagens que se destacam no seu uso dele. É o caso do trabalho da Rádio Renascença “Enclavados no quintal da Europa” (2016) e a do Observador “Reportagem multimédia em Andriivka: Radiografia de uma aldeia sob ocupação russa durante 30 dias” (2022), que utilizaram os vídeos logo no início, incorporados num mapa interativo, dando uma dinâmica diferente ao elemento. Destaca-se ainda na reportagem do Observador a particularidade de ao longo dos vídeos serem fornecidas informações extra sobre alguns dos conteúdos expostos, o que também é uma boa e diferente exploração do elemento e retém a atenção do leitor que está a visualizar o vídeo.

Das reportagens da Divergente também se destacam a “Terra de todos, terra de alguns” (2018) que inclui alguns vídeos 360° e conteúdos automáticos deste género, aproveitando assim as inovações tecnológicas atuais e, “Por ti Portugal eu juro!” (2021) que se destaca por ter vários

vídeos a preto e branco em reprodução no fundo da página enquanto o leitor usufrui dos restantes conteúdos da página, o que também proporciona à reportagem um dinamismo distinto e diferente.

Excetuando as reportagens mencionadas, o vídeo teve no geral um aproveitamento mediano no que diz respeito ao aproveitamento das novas tecnologias e inovações do elemento. Salaverría (2014) menciona que uma das particularidades que distingue o uso deste elemento no webjornalismo dos outros meios audiovisuais é a interatividade existente na navegação dele, porém apenas as reportagens mencionadas tentaram utilizar o elemento nesse formato mais dinâmico e diferente, com as restantes a fazerem um uso simples do vídeo sem nenhuma interatividade, inovação ou aproveitamento de novas tecnologias.



Fig. 16 – Vídeos incorporados em mapa (Renascença, 2016).

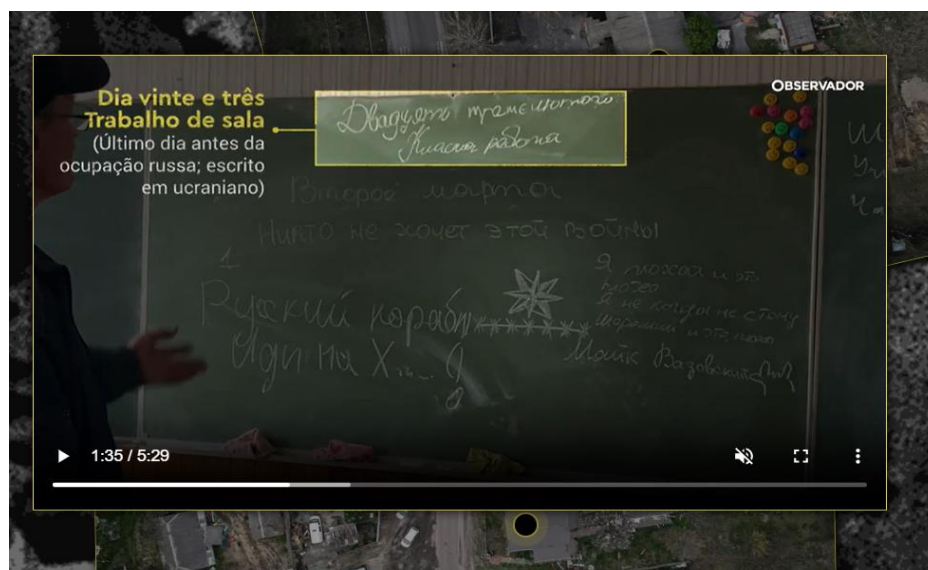


Fig. 17 – Vídeo que fornece informação adicional em partes específicas (Observador, 2022).



Fig. 18 - Vídeo em 360° (Divergente, 2018).

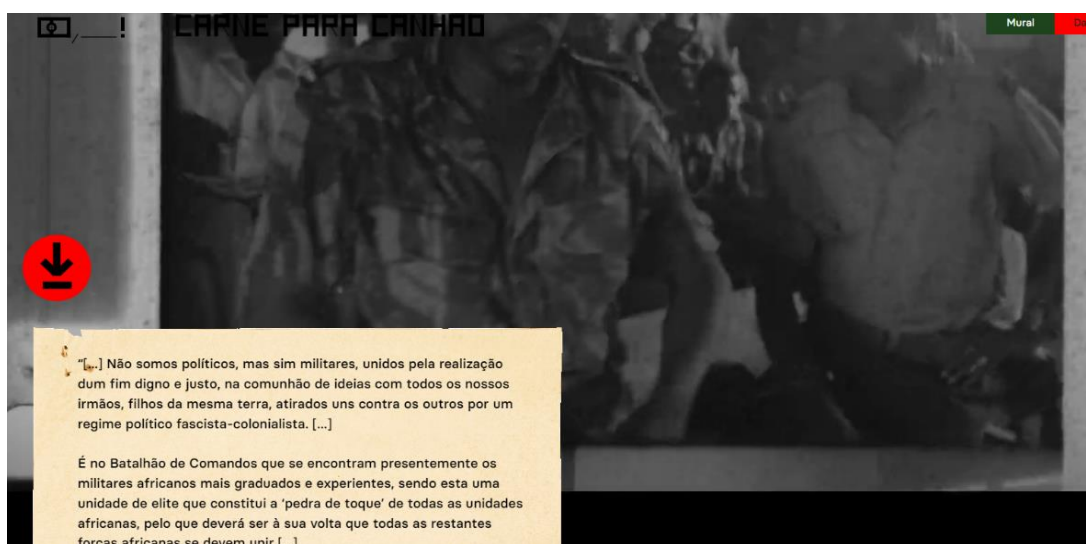


Fig. 19 – Vídeos usados como fundo da página (Divergente, 2021).

No que diz respeito aos gráficos, seis reportagens utilizaram este elemento, destacando-se três: “Entre o deve e haver” (Jornal de Notícias, 2009) que utilizou gráficos com muita interatividade e personalização; “Por ti Portugal eu juro!” (Divergente, 2021) que usou vários gráficos incorporados em hiperligações e com alguma animação digital; “A morte lenta do gelo eterno” (Jornal de Notícias, 2008), que utilizou gráficos com alguma animação.

Excetuando estas três reportagens destacadas, os gráficos foram um elemento muito medianamente aproveitado, tendo este um papel secundário e presente em apenas um ou dois

momentos das outras narrativas. No geral, quase metade das reportagens não utilizaram qualquer gráfico e das que o utilizaram apenas metade o exploraram mais aprofundadamente.

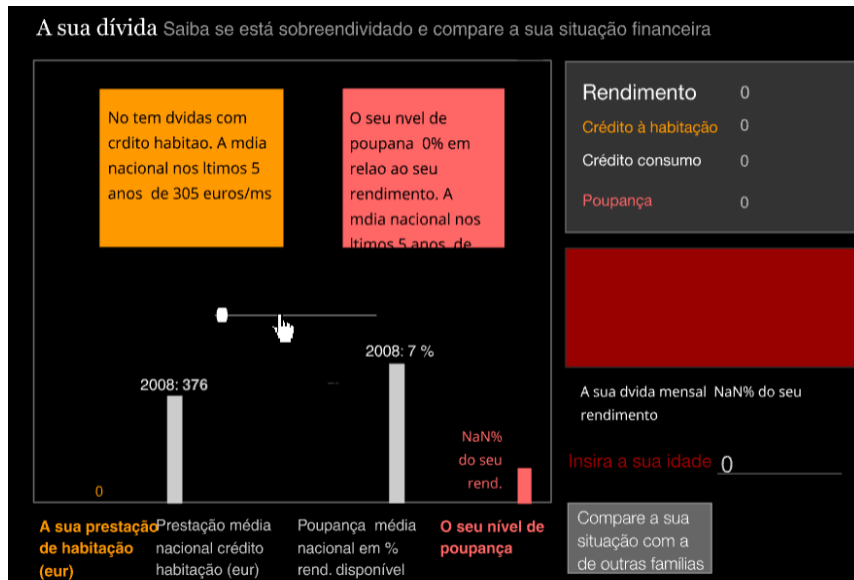


Fig. 20 -Gráficos interativo (Jornal de notícias, 2009).

mento dividia os
canos e angolanos
e "civilizados", e
s aceder à cidadania
e soubessem ler e
em rendimentos
tento familiar e
comportamento.

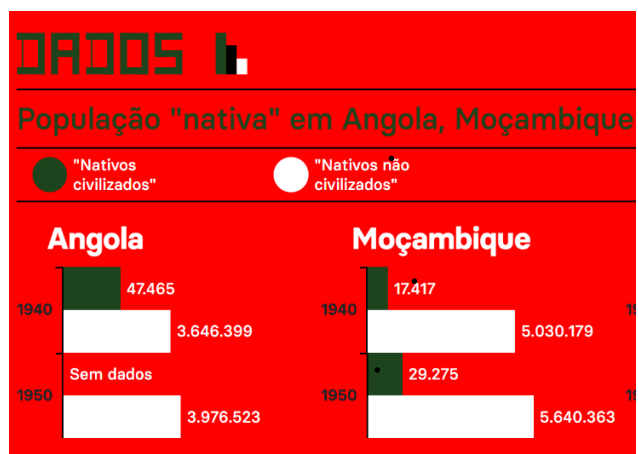


Fig. 21 – Gráficos como hiperligação (Divergente, 2021).

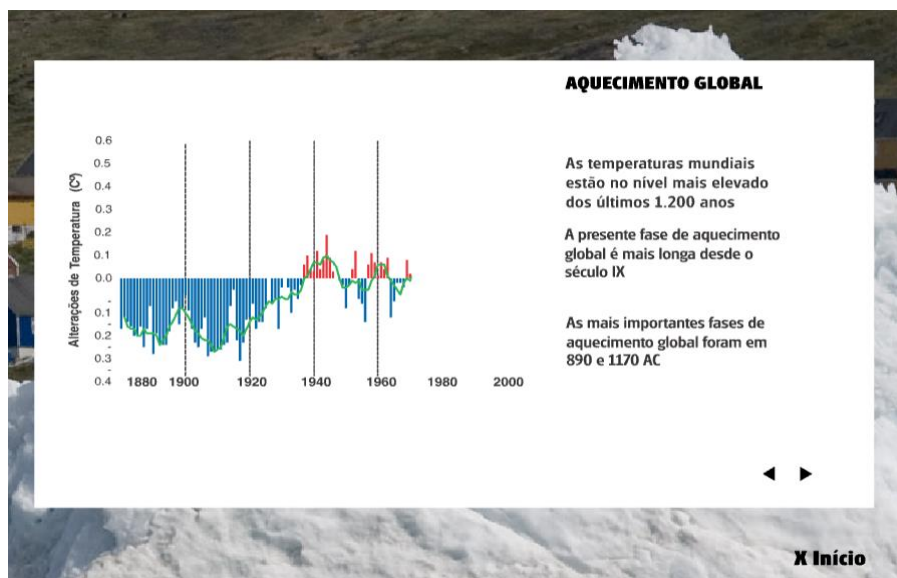


Fig. 22 – Gráfico com alguma animação (Jornal de Notícias, 2008).

Relativamente aos mapas, oito reportagens utilizaram este elemento, destacando-se quatro pelo seu uso dinâmico do elemento: “Encalhados no quintal da Europa” (Renascença, 2016) e “Reportagem multimédia em Andriivka: Radiografia de uma aldeia sob ocupação russa durante 30 dias” (Observador, 2022), que embutiram vídeos nos seus respetivos mapas e têm zoom automático; “Por ti Portugal eu juro!” (Divergente, 2022) e “A morte lenta do gelo eterno” (2008), que usaram mapas interativos.

Apesar de ser o terceiro elemento com maior presença nas reportagens (72,20%), a profundidade e dinâmica com que este foi utilizado foi inconstante e também mediano, pois quatro reportagens só usaram este elemento uma vez ao longo da narrativa, tendo este um papel secundário na história e, as outras quatro utilizaram mapas com interatividade e dinâmica ao longo da narrativa, sendo o seu conteúdo essencial e não secundário na história.



Fig. 23 – Mapa com zoom automático e vídeos embutidos (Observador, 2022).

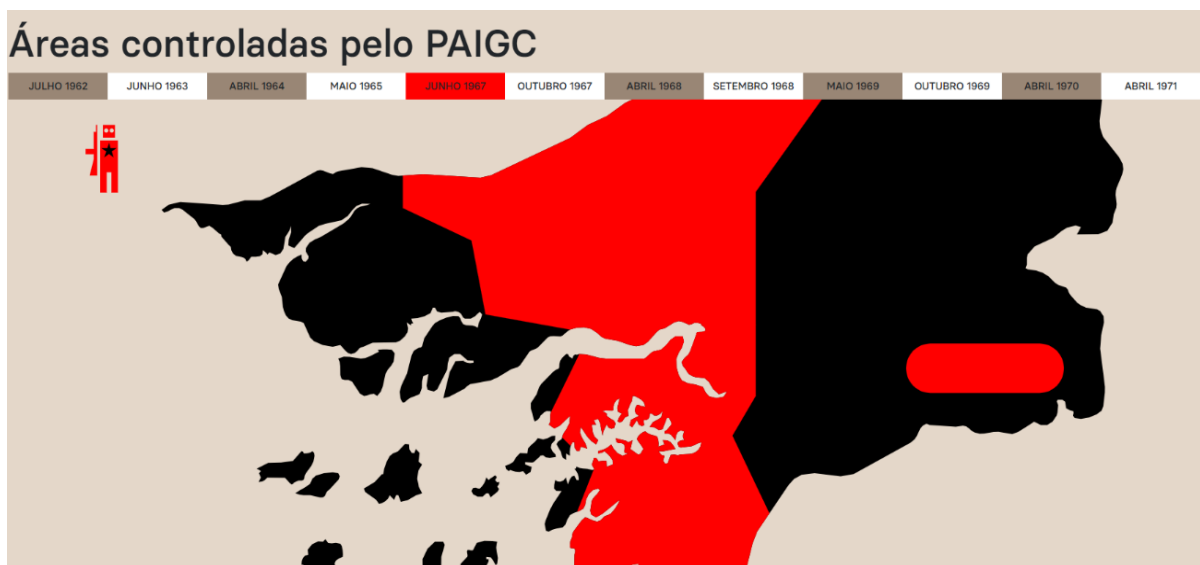


Fig. 24 – Mapa interativo (Divergente, 2021).



Fig. 25 -Mapa interativo (Jornal de Notícias, 2008).

Outros elementos multimédia usados foram o áudio e as ilustrações, que tiveram pouca presença e, no geral, um aproveitamento mediano. O áudio foi utilizado em quatro narrativas, destacando-se a reportagem “Encahados no quintal da Europa” (Renascença, 2016), que utilizou o áudio como som de fundo, e “Por ti Portugal eu juro!”, (Divergente, 2021), que utilizou também música de fundo e alguns áudios em todas seções. As outras duas reportagens apenas utilizam o áudio num ponto da história, não se destacando.

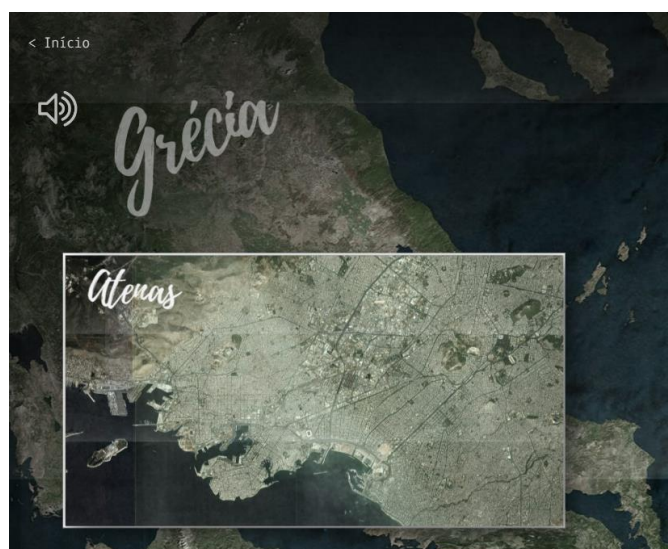


Fig. 26 – Áudio de fundo apresentado no início da reportagem (Renascença, 2016).

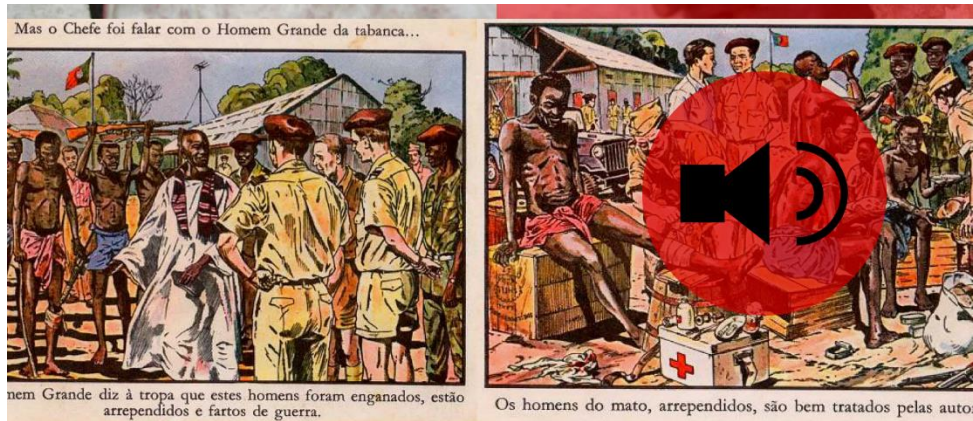


Fig. 27 – Áudio usado em secções da reportagem (Divergente, 2021).

As ilustrações foram utilizadas apenas duas vezes na narrativa “Terra de todos, terra de alguns” (Divergente, 2018) e em “Um lugar onde nem eu e tu queremos viver (Expresso, 2019), tendo ambas usado desenhos no início de vários textos, havendo assim um aproveitamento razoável deste elemento em ambos os trabalhos.



na sua aldeia com uma “política do açúcar” e lhes garantiu que se desistissem das 136 associações a que pertenciam e fossem trabalhar para a empresa, conseguiriam aumentar a produção. “Disseram que queriam fazer um campo de demonstração para fomentar a produção de soja e que seriam os nossos compradores locais”, recorda Teresa Augusto, 43 anos. “Prometeram ajudar-nos a lavrar as machambas [campos de cultivo] para aumentarmos a produção e termos uma agricultura avançada. Ficámos muito satisfeitos. Foi uma festa grande. Mas já está a fazer 10 anos e nada. Nada...”, acrescenta Baptista.



Fig. 28 - Exemplo de ilustrações (Divergente, 2018).

A animação digital também teve pouca presença e foi usada mais como uma forma de dar mais animação a certos gráficos ou infografias, o que faz com que tenha um aproveitamento e uso mais tradicional e secundário. É um elemento que pode ser usado individualmente para contar as partes

mais difíceis de histórias, como por exemplo para ilustrar desastres naturais ou crises (Lo, 2017), mas nestas reportagens não está presente esse tipo de uso.

Resumidamente, o texto foi o único elemento que se manteve constante e foi bem aproveitado nas reportagens multimédia portuguesas, sendo expectável visto tratar-se de um elemento central para conteúdos noticiosos (Salaverría, 2014). Apesar de também estarem presentes em todas as reportagens, a imagem e o vídeo tiveram, no geral, uma exploração e aproveitamento mediano e inconstante, com a maior parte das reportagens a utilizarem os elementos com pouca dinamismo e fraco uso das inovações tecnológicas. O mesmo se pode dizer para os restantes elementos, que não só tiveram uma presença menor nas onze reportagens, como também não foram explorados de forma constante.

Salaverría (2014) menciona que, ao longo dos anos, alguns elementos multimédia, como as imagens e vídeos, foram sofrendo inovações tecnológicas (360°, geolocalização, etc), todavia nestes quinze anos foram raras as reportagens que aproveitaram este tipo de inovações ou que procuraram explorar os elementos de uma forma distinta. As únicas reportagens que se observou estarem presentes algumas destas particularidades foram as duas da Divergente (Terra de todos, terra de alguns, Por ti Portugal eu juro!), as do Jornal de Notícias (A morte lenta do gelo eterno, Entre o deve e o haver) e um pouco a reportagem da Renascença de 2016 “Encalhados no quintal da Europa”.

Relativamente à integração dos elementos multimédia, cinco reportagens utilizaram uma estrutura por coordenação (Salaverría, 2014), situação que ocorre quando todos os elementos estão combinados integralmente na narrativa, não havendo nenhum que se destaque narrativamente mais que os outros e onde as reportagens “requerem uma cuidadosa planificação e a existência de um guião geral que determine a ordem dos distintos elementos e a sua articulação” (Salaverría, 2014, p.47). Por outro lado, seis reportagens utilizaram uma estrutura por subordinação, em que há um elemento principal e outros secundários, não se aproveitando narrativamente todos os elementos presentes, de forma igual.

Nas reportagens com estrutura por subordinação o texto foi o elemento principal, aparecendo elementos como vídeos ou gráficos que ofereciam alguma informação extra secundária sobre a história. Porém, essa informação não era necessária para o bom entendimento da narrativa como um todo, havendo inclusive alguns vídeos que repetiam informações já expostas no texto. Isto é um aspeto que não deve acontecer em reportagens multimédia pois “para que as histórias multimédia sejam bem-sucedidas, argumenta-se que os diferentes formatos de media devem se complementar, em vez de se repetirem” (Van Krieken, 2018, p. 14), havendo então neste aspeto uma utilização secundária e mal coordenada deste elemento em muitas reportagens.

Nas estruturas por coordenação, os vídeos, gráficos e outros elementos usados eram partes integrais da compreensão da história como um todo, aproveitando-se, assim, igualmente todos os elementos na narrativa.

Nesta vertente da multimedialidade, destacam-se mais uma vez as reportagens da Divergente (2018, 2021) e as do Jornal de Notícias (2008, 2009), mas também a reportagem “Encalhados no quintal da Europa” (Renascença, 2016), pois os elementos estão apresentados numa estrutura coordenada, onde cada um oferece uma nova e importante informação ou perspetiva da história.

Salaverría (2014) considera este tipo de estrutura como a mais articulada e avançada, e a de subordinação como uma estrutura menos bem conseguida no que diz respeito à integração dos elementos multimédia na história.

Posto isto, considera-se que, tal como na interatividade, houve uma inconsistência no aproveitamento da característica, tanto na boa integração da multimedialidade nas narrativas como no uso dos elementos multimédia individualmente. Nos dois primeiros anos houve um bom aproveitamento (coordenação), mas posteriormente este decresceu sem haver, de facto, uma evolução gradual da estrutura que todos os elementos devem ter na narrativa, vendo-se posteriormente apenas algumas reportagens a terem uma boa coordenação da multimedialidade (2016, 2018, 2021).

Para além disto, nas reportagens com uma estrutura mais articulada (coordenação) foi onde houve também um melhor aproveitamento dos elementos multimédia, sendo o aproveitamento de cada elemento no geral muito mediano, exceto em certas narrativas que na maior parte das vezes eram narrativas que tinham precisamente uma estrutura coordenada. É o caso das reportagens do Jornal de Notícias e da Divergente, situação que permite confirmar a necessidade de aproveitar melhor os próprios elementos para se conseguir uma estrutura equilibrada e bem coordenada na multimedialidade.

Com estes resultados pode concluir-se que nas reportagens multimédia portuguesas não houve uma evolução no aproveitamento dos elementos multimédia individualmente, sendo o uso de cada um inconstante na maior parte das reportagens, assim como também não houve uma evolução nas estruturas de integração, o que vai de encontro ao que Bastos (2015) afirma sobre a pouca potencialização de certas características no webjornalismo português, entre as quais a multimedialidade. Porém, o aproveitamento mediano e inconstante desta característica nas reportagens é surpreendente, pois a multimédia é a característica que mais define este tipo de reportagens.

5.2.4 Hipertextualidade:

No total, sete reportagens utilizaram a hipertextualidade, seis no modelo unilinear (Canavilhas, 2014b), com apenas um percurso de leitura possível, e uma reportagem no multilinear (Canavilhas, 2014b), onde existem várias opções de leitura interligadas entre si.

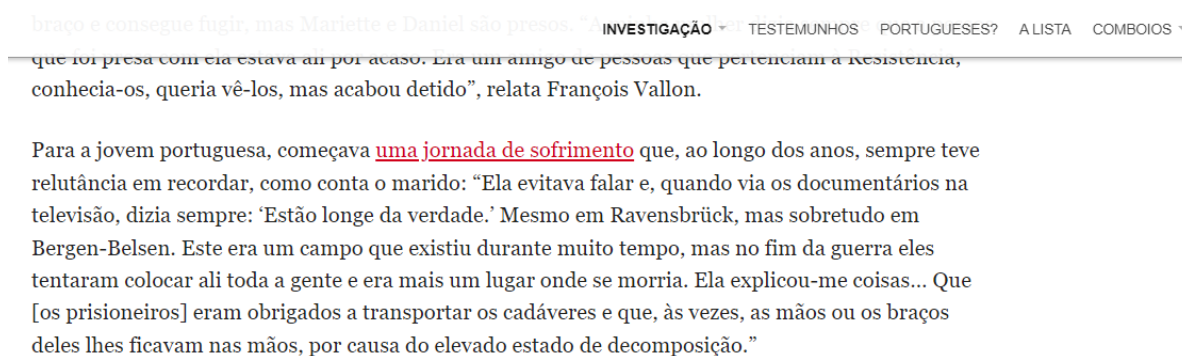


Fig. 29 – Hipertextualidade multilinear (Público, 2014).

Nesta vertente da arquitetura da hipertextualidade não houve muita evolução, havendo um uso mais tradicional e simples (unilinear) em dez das onze reportagens. Já a multilinear, uma hipertextualidade que oferece mais liberdade e dinâmica ao leitor, foi usada apenas uma vez. A reportagem “Portugueses nos campos de concentração” (Público, 2014) é a que se destaca por ser a única multilinear, existindo várias hiperligações entre blocos informativos onde o leitor tem liberdade total na sua navegação interna, existindo assim uma hipertextualidade mais complexa.

Relativamente à ligação entre textos, algumas reportagens utilizaram hipertextos internos, outras hipertextos externos e outras uma mistura dos dois (Canavilhas, 2014b). No total, seis utilizaram hipertextos externos e quatro utilizaram hipertextos internos. No que diz respeito ao tipo de informação que os hipertextos fornecem, há duas reportagens que têm links documentais, cinco com links de definição, cinco com links de ampliação informativa e três com links de atualizações.

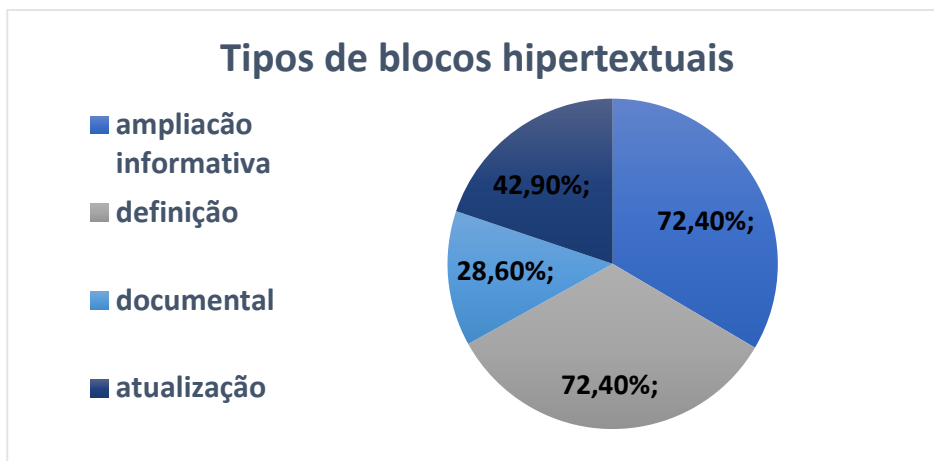


Gráfico 3 – Percentagem de cada tipo de *link* (elaboração própria).

Neste gráfico pode ver-se que os *links* de ampliação informativa e de definição (Salaverría, 2005) são os mais usados (72,40%), enquanto os *links* documentais são os menos utilizados. O maior uso de *links* de definição e ampliação informativa faz sentido considerando o forte uso da característica da memória, tendo todas as reportagens fornecido um bom contexto histórico e contextualização do assunto abordado. No geral, houve um aproveitamento razoável desta particularidade da hipertextualidade, com algumas reportagens a utilizarem diferentes tipos de hipertextos.

Destacam-se as reportagens “Encalhados no quintal da Europa” (Renascença, 2016), e ambas da Divergente, que não só utilizaram hiperligações internas e externas, como também três tipos de *links*. Dentre destas, destaca-se em especial a reportagem de “Por ti Portugal eu juro!” (Divergente, 2021) cujos *links* apontam para textos, mas também vídeos, gráficos, imagens e, por vezes, uma combinação de dois elementos num só bloco, tendo assim uma hipertextualidade muito interativa e minuciosa, mas não demasiada espessa a ponto de perturbar a concentração do leitor.



Fig. 30 – Hipertexto com outra hiperligação dentro de si (Divergente, 2021).

O ACORDO UE-TURQUIA

A declaração assinada entre a UE e Ancara estipula que, a partir de 20 de Março, são devolvidos à Turquia todos os migrantes que cheguem às ilhas gregas e que não peçam asilo ou cujos pedidos sejam indeferidos. Uma medida "temporária e extraordinária", diz a Comissão Europeia, concebida para "pôr termo ao sofrimento humano", mostrando que "não há vantagem em seguir a via oferecida pelos passadões".

Pontos principais do acordo:

- o Mecanismo de "um por um": por cada cidadão sírio deportado para a Turquia, outro sírio actualmente na Turquia é reinstalado num país europeu. A UE compromete-se a acolher até 72 mil sírios.

A situação repete-se por toda a Grécia, sobretudo no continente, e é reportada com preocupação por várias organizações não governamentais (ONG). Um grupo de voluntários independentes presentes no campo improvisado de Idomeni, do qual faz parte [a portuguesa Helena Areal](#), ajudou uma síria a lançar [uma petição](#) para chamar a atenção para o problema.

Quando nos cruzámos com o porta-voz

Fig. 31 –Diferentes tipos de *links* presentes (Renascença, 2016).

No geral, considera-se que a hipertextualidade também teve um aproveitamento inconstante e fraco, havendo poucas reportagens que fizeram um aproveitamento potencializado da característica. A maior parte das reportagens usa uma estrutura linear e pouco complexa, limitando assim a interatividade e dinâmica que as hiperligações podem dar a uma narrativa. Excetuando as reportagens destacadas (apenas três), a maior parte utilizou apenas dois ou três hipertextos ao longo do texto, sendo o resto do texto corrido sem a interatividade e a contextualização que a hipertextualidade pode fornecer.

A pouca potencialização e uso desta característica é uma das críticas que Bastos (2015) faz aos conteúdos noticiosos portugueses *online*, expondo que “algumas potencialidades foram exploradas pelas redações digitais, outras foram adaptadas às necessidades e à cultura dos jornalistas e outras foram ignoradas” (p.13), sendo a hipertextualidade uma das características que ficou por explorar a fundo, algo que se verificou nas reportagens multimédia analisadas.

5.2.5 Ubiquidade:

Uma característica que também está em todas as reportagens é a ubiquidade, pois todas estão disponíveis a qualquer pessoa que tenha *internet* e um dispositivo para a aceder (Pavlik, 2014).

Para se analisar o aproveitamento desta característica teve-se em conta outra afirmação de Pavlik (2014), quando diz que todos devem poder não só aceder a “notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e

distribuição global” (p.160). Assim, o estudo procurou verificar se as reportagens permitiam a sua partilha e disseminação por vários canais ou plataformas, como as redes sociais, canal de *Youtube*, *apps* ou outros.

Todas as reportagens têm a opção de partilha através de várias plataformas, tendo neste aspeto um bom nível de ubiquidade, tendo também todos os *media* em análise várias redes sociais, *app* (exceto a Divergente) e, com a exceção do Expresso, todas têm também um canal no *Youtube*.

Aqui destaca-se um pouco a Divergente, que procurou sempre colaborações com outros *media* ou meios de comunicação para disseminar os seus trabalhos. Para a reportagem de 2018, a revista fez uma parceria com o Público para a sua reportagem ser disseminada também em papel e assim poder chegar a mais pessoas. Posteriormente foi também distribuída em formato de televisão para a RTP África, tendo assim uma ubiquidade mais global. A reportagem de 2021 está de momento a ser trabalhada para se tornar num documentário e poder ser transmitida na televisão e noutros meios. Procurar parcerias e adaptar o conteúdo para outros formatos também é uma boa forma de aumentar a ubiquidade de uma reportagem, tendo estas reportagens aproveitado essa particularidade (Pavlik, 2014).

No geral, todas as reportagens procuraram disponibilizar várias ferramentas/plataformas digitais para que os seus leitores pudessem divulgar e partilhar as narrativas, adicionando progressivamente novas plataformas que fossem surgindo ao longo dos anos, proporcionando assim mais ubiquidade aos seus trabalhos.

5.2.6 Instantaneidade:

Bradshaw (2014) fala da emergência e instantaneidade dos diretos, porém neste caso nenhuma reportagem utilizou este método de publicação, pois quase todas as histórias tratam de um tema baseado em experiências passadas de uma pessoa/situação ou um balanço histórico de alguma situação ou acontecimento.

O autor também fala da instantaneidade no webjornalismo em três vertentes: publicação, distribuição e consumo.

Na instantaneidade de publicação e de consumo não é possível verificar com certeza a rapidez com que os jornalistas publicaram a reportagem após a realização e tão pouco é possível verificar adequadamente se foi consumida rapidamente pelos leitores. Porém na instantaneidade de distribuição, essa verificação já é possível através da instantaneidade com que as reportagens foram partilhadas e distribuídas nas plataformas e redes sociais, comparando com a sua publicação no meio natural (papel, ondas hertzianas ou *Internet* no site da própria publicação).

Segundo Bradshaw (2014), uma forma essencial de se ter instantaneidade na distribuição de um conteúdo noticioso para o consumo do leitor, é o uso imediato das redes sociais ou outras plataformas digitais, pois atualmente o processo de distribuição caracteriza-se mais por um método de “*pass*” em vez de “*push*” e “*pull*”. Contudo, mesmo neste aspeto da instantaneidade quase nenhuma das reportagens usufruiu desta característica, pois apenas a reportagem “Por ti Portugal, eu juro!” (2021) da Divergente foi publicada imediatamente em todas as suas redes sociais ou outras plataformas digitais. As restantes publicaram apenas numa rede social (no geral o *Facebook*), deixando as outras de lado, ou então publicaram dias mais tarde, não se podendo dizer que houve instantaneidade no processo de publicação das outras reportagens, tendo estas não aproveitado o efeito que o método “*pass*” pode ter nos conteúdos noticiosos *online*.

A instantaneidade não teve um bom uso e aproveitamento nas reportagens multimédia portuguesas, pois só foi utilizada verdadeiramente uma vez e, ainda assim, o seu aproveitamento foi apenas numa vertente da característica. Sendo uma característica fortemente presente no webjornalismo, foi surpreendente não estar mais presente ao longo de todas as reportagens, fosse em que capacidade fosse. Porém a falta de aproveitamento de certas vertentes da instantaneidade como os diretos, não é chocante tendo em conta o tipo de conteúdo em análise.

A falta de uso e aproveitamento de particularidades como os diretos não foi surpreendente, pois são mais usados nas notícias do que nas reportagens, dado que estas últimas são um trabalho de jornalismo de investigação que tipicamente aborda temas ou situações do passado, (algo que foi efetivamente observado em todas as reportagens). Contudo, a falta de aproveitamento da particularidade de rápida distribuição foi surpreendente, visto que “tem vindo a ganhar força a tendência para a disseminação dos mesmos conteúdos através de múltiplas plataformas” (Bastos, 2012, p.8). Até porque esta vertente não está ligada à produção do conteúdo: é, simplesmente, uma atividade usada para que o conteúdo seja rapidamente disseminado para os leitores através das várias plataformas do meio de comunicação.

5.2.7. Personalização:

No total, seis reportagens usaram personalização e apesar de estas terem aproveitado a característica razoavelmente, a personalização nunca foi utilizada no seu máximo potencial.

Na análise do aproveitamento desta característica foi identificada a utilização de quatro critérios de Lorenz (2014): apresentação do conteúdo de formas diferentes, como permitir ao leitor aprender algo numa abordagem passo a passo ou redigindo ele mesmo o conteúdo (interação significativa); motores de pesquisa, *apps* e outros utensílios que auxiliem os leitores a tomar certas decisões, (ajuda em tomadas de decisão); ter conteúdos baseados nas necessidades ou preferências

personais do leitor (adaptabilidade); adaptar o conteúdo a um dispositivo específico (capacidade de resposta).

As reportagens da Divergente utilizaram ambas o critério de adaptabilidade ao permitirem a leitura em inglês, tendo a reportagem “Por ti Portugal eu juro!” (2021) utilizado também o critério de capacidade de resposta ao adaptar a reportagem para uma visualização mais fluída e adaptada ao telemóvel, e usado também o critério de interação significativa ao ter uma seção onde o leitor pode interagir e escrever informação relacionada com o tema.



Fig. 32 – Capacidade de resposta, especificamente no telemóvel (Divergente, 2021).



Fig. 33 – Adaptabilidade de pode ler em inglês (Divergente, 2021).

Outra reportagem que também utilizou a personalização foi “Entre o deve e o haver” (Jornal de Notícias, 2009), onde o leitor podia inserir os seus rendimentos para calcular quanto poupa ou se corre o risco de endividamento (interação significativa). Para além disto, a reportagem tem uma seção de “Conselhos úteis”, onde o leitor pode aprender a controlar as suas finanças, o que encaixa no critério de ajuda em tomadas de decisão que o autor afirma ser uma particularidade importante na personalização de conteúdos. A reportagem “Pedrógão. Sobreviver depois de perder quase tudo” (Jornal de Notícias, 2017), também utilizou o critério de adaptabilidade ao permitir que o leitor pudesse ver a reportagem em formato de vídeo, dando-lhe assim uma opção que pode ser mais enquadrada nos gostos ou preferências do leitor.



Fig. 34 – Ajuda em tomadas de decisão (Jornal de Notícias, 2009).

Outra forma de personalização é a inclusão de recomendações de notícias ou reportagens dentro do mesmo tema, pois “um poderoso mecanismo de recomendação pode complementar o trabalho dos editores na seleção de histórias” (Vas, 2022, s.p) e pode dar ao leitor outros conteúdos que sejam do seu gosto. As reportagens “Encalhados no quintal da Europa” (Renascença, 2016) e “O muro caiu e eles nasceram” (Expresso, 2020) utilizaram este tipo de personalização, tendo cada uma recomendado no final três histórias dentro do mesmo tema da reportagem em questão.

Mais de 180 mil migrantes e refugiados entraram na Europa desde o início do ano. Mais de um milhão tinha chegado em 2015. A maioria tinha optado pela rota grega, menos perigosa do que a que levou 170 mil a atravessar o Mediterrâneo rumo a Itália em 2014.

Perante uma crise de tamanha dimensão, em claro crescendo, o acordo com a Turquia ameaça ser apenas mais um aperto no balão.



Fig. 35 – Exemplo de recomendações como método de personalização (Renascença, 2016).

Apesar de a característica ter sido explorada razoavelmente por estas reportagens, seria possível aproveitar ainda mais o seu potencial. Algumas reportagens poderiam utilizar mais métodos de Lorenz ou outros tipos de personalização, visto que o máximo de personalização que uma reportagem utilizou foi de três métodos de Lorenz na reportagem “Por ti Portugal eu juro!” (Divergente, 2021). As restantes apenas utilizaram um método ou simplesmente recomendaram no final outros conteúdos parecidos.

Após a análise desta característica nas reportagens, verificou-se que não houve um aproveitamento totalmente potencializado ou uso constante, tendo sido usada mais nos últimos anos e, mesmo assim, de forma intermitente. Este uso não potencializado da característica é confirmado pelo próprio Lorenz quando este diz que a personalização é ainda uma característica pouco usada pelos jornalistas, pois exige mais trabalho e criatividade.

5.3 Meios de comunicação que fazem melhor uso do potencial das características

Tendo em conta os dados apresentados, o meio de comunicação que faz melhor uso e aproveitamento das características do webjornalismo é a revista digital Divergente. É o único meio que tem uma das suas reportagens premiadas com a presença das sete características (“Por ti Portugal eu juro”), tendo sido quase todas potencializadas. As únicas características que não foram utilizadas em todo o seu potencial foram a personalização e a instantaneidade, pois podiam ter-se aproveitado mais particularidades da personalização, e a instantaneidade foi utilizada apenas

numa vertente. A outra reportagem (“Terra de todos, terra de alguns”, 2018) também teve um bom aproveitamento das características, apenas não usando a instantaneidade e não potencializado ao máximo a personalização.

No que diz respeito à memória, ambas as reportagens utilizaram uma forte contextualização histórica, com uma investigação profunda e exaustiva. Na ubiquidade, apesar de não ter o alcance de outros meios, a revista procurou sempre parcerias para fazer chegar as suas reportagens ao máximo número de pessoas, tendo colaborado com jornais, canais de televisão, e tentado adaptar as suas reportagens a outros géneros, como webdocumentário ou adaptação a jornalismo de imprensa.

Em relação às outras características, tanto a multimedialidade como a interatividade foram bem aproveitadas, com o uso de vários elementos multimédia equilibrados e ligados entre si, apresentando ainda uma interatividade constante, usada com mais dinâmica que a maior parte das outras reportagens.

Na hipertextualidade foi usada uma grande variedade de hipertextos, de variadas formas e com a inclusão de vários elementos multimédia para além do texto ou imagens, sendo inclusive a reportagem “Por ti Portugal eu juro!” (2021) a única a utilizar gráficos, imagens e vídeos como parte dos hipertextos.

Este meio e as suas reportagens estiveram sempre destacadas no que diz respeito ao melhor aproveitamento e uso criativo das características do webjornalismo usadas, enquanto os restantes meios, apesar de terem uma ou outra reportagem que usou e aproveitou bem as características, noutras falhava a exploração do potencial das mesmas.

5.4 Razões por detrás do uso e aproveitamento de certas características

Para ajudar na interpretação de alguns resultados foi entrevistado um dos coordenadores da equipa dos prémios ObCiber, Fernando Zamith, professor na Universidade do Porto e autor de vários estudos sobre webjornalismo.

Zamith confessou a sua surpresa por todas as reportagens utilizarem interatividade, pois o “webjornalismo português nunca gostou de usar devido a haver receios como a perda de controlo do processo por abrir a porta em demasia a quem não é jornalista”. De facto, apesar de todas as reportagens usarem esta característica, o receio está evidente em várias reportagens, pois na maior parte das vezes a interatividade é usada de uma forma limitada, sendo possivelmente este medo de dar demasiado controlo da narrativa a outras pessoas uma das razões para esta característica não ser tão aproveitada e explorada.

Já o menor uso e aproveitamento da hipertextualidade não surpreende Zamith, pois considera que a hipertextualidade é sistematicamente pouco utilizada pelo webjornalismo português devido ao receio que os jornalistas têm de “perder” o leitor ao clicar nos *links*. Contudo, o entrevistado afirma que este receio “tem pouco ou nenhum fundamento quando nos referimos a *link* interno (para peça da mesma reportagem ou do mesmo meio). Ao colocarem *links* externos (para fontes, p.e.), correm o risco, efetivamente, de “perder” momentaneamente o leitor, mas, se não colocarem, também correm o sério risco de “perder” o leitor de forma mais permanente, insatisfeito porque o jornalista/meio não lhe dá mais (documentos de prova, credibilidade, rigor, contexto) ”.

Outra razão dada na falta de aproveitamento desta característica é a falta de hábito por parte dos jornalistas, ou por dar mais trabalho incluir esta característica nos textos.

No que diz respeito ao fraco uso da personalização, Zamith afirma que existem falhas estruturais, pois o próprio “cibermeio não está configurado para ter ferramentas de personalização e também há falta de hábito e a ideia feita de que “vai dar trabalho” (a criar e a acompanhar o modo/ferramenta de personalização) ”.

Com algumas exceções, estas três características, juntamente com a multimedialidade, tiveram o aproveitamento mais baixo em contraste com a frequência com que estão presentes nas reportagens. Tal como foi dito na análise de cada característica individualmente, todas elas tiveram picos de exploração mais profunda, mas o potencial que estas têm ficou por explorar.

Zamith afirma que, devido à frágil situação económica dos media, futuramente não haverá muita evolução do uso e aproveitamento das características. Este afirma que a renovação das redações *online* não tem sido suficiente para mudar as mentalidades e práticas que alguns jornalistas têm e que os novos jornalistas não têm ainda a formação adequada a este meio.

Averiguando se há alguma vantagem ou razão que faça com que a Divergente aproveite mais estas características que os outros meios, Fernando Zamith afirma que este *media* é um caso atípico no webjornalismo português, pois aproveitam bem as potencialidades que estas características têm devido ao facto de ser um meio que pratica “jornalismo lento”, beneficiando assim de terem tempo para aproveitar e explorar todas as particularidades a fundo.

“Num cibermeio de “*fast journalism*”, em que é preciso produzir muito em pouco tempo com recursos (humanos, principalmente) escassos, temos de reconhecer que é mais difícil aproveitar todas as características, porque algumas requerem monitorização/acompanhamento após a publicação”, afirma Zamith.

Conclusões

Ao longo desta dissertação estudaram-se as reportagens multimédia portuguesas, analisando se estas utilizam e aproveitam as sete características do webjornalismo. Com essa finalidade, na parte empírica do trabalho foram analisadas as reportagens multimédia premiadas pelos Prémios de Ciberjornalismo ObCiber.

A análise permite dizer que, apesar de todas utilizarem a maior parte das características, o aproveitamento é muito inconstante e pouco potencializado, com a exceção da memória e da ubiquidade que mantêm um bom aproveitamento ao longo dos anos. Nas restantes características, como a multimedialidade, interatividade, hipertextualidade ou personalização, foi aproveitado o potencial de alguma destas nas primeiras duas reportagens e depois nos anos mais recentes (2018, 2021 e um pouco em 2016), havendo assim um declínio do aproveitamento de muitas características durante vários anos e um ressurgimento pontual nos anos mais recentes.

Excetuando o caso da Divergente, todos os conteúdos analisados foram produzidos por meios de comunicação de grande dimensão que praticam o chamado “jornalismo rápido”. Por isso as constatações e respostas de Zamith sobre as práticas dos meios jornalísticos *online* confirmam-se e resumem muitos dos dados e observações feitas ao longo da análise das reportagens multimédia feitas em Portugal. No que toca à utilização e aproveitamento das sete características do webjornalismo, apenas a Divergente, que é um meio que pratica “jornalismo lento”, conseguiu usar todas as características do webjornalismo e no geral, foi quem aproveitou melhor as particularidades que cada característica pode oferecer a este tipo de reportagens.

A interatividade e a multimedialidade, em especial, tiveram o aproveitamento mais baixo em contraste com a frequência com que estão presentes nas reportagens. Todas as usaram, mas tal como foi dito na análise de cada característica individualmente, o potencial que estas características têm ficou por explorar, havendo apenas alguns picos de exploração por reportagens da Divergente ou do Jornal de Notícias. Este foi um resultado surpreendente, pois ambas as características são essenciais para este tipo de reportagens e devem ser bem aproveitadas ao longo da narrativa: tal como alguns autores afirmam (Deuze, 2004; Van Krieken, 2018), estas tornam a reportagem mais dinâmica e apelativa ao leitor. Apesar de Zamith dar algumas razões que justificam esta utilização inconstante, o seu bom aproveitamento traz muitos benefícios às narrativas, que se tornam visualmente e narrativamente mais apelativas.

A hipertextualidade também é uma das características que alguns autores afirmam ser importante para as reportagens multimédia, porém o seu uso e aproveitamento também não é potencializado. Segundo Fernando Zamith, as razões para isso podem ser o receio de perder leitores que seguem as ligações, sobretudo as externas. No que diz respeito às estruturas das hiperligações no texto, a

perspetiva de que a hipertextualidade não é tão usada porque dá mais trabalho pode servir também como justificativa de entre as onze reportagens, dez terem usado uma estrutura linear, que é o tipo de estrutura mais simples e tradicional, enquanto a multilinear, que é a mais complexa, só foi usada uma vez.

Porém, considerando que a hipertextualidade é uma característica que acrescenta dinâmica e riqueza aos textos, a sua ausência revela um desaproveitamento difícil de entender.

Também o uso da personalização significa um acréscimo de trabalho para os jornalistas, algo que representa uma dificuldade para as redações devido à falta de mão de trabalho especializada na criação deste tipo de conteúdo. Porém, esta é uma característica que verdadeiramente diferencia os trabalhos *online* que a utilizam, atraindo leitores de um espectro mais amplo. Personalizações como disponibilizar a reportagem em inglês ou tê-la em formato vídeo faz com que mais pessoas consumam a narrativa, como por exemplo estrangeiros no caso da adaptabilidade em inglês.

A instantaneidade também teve uma presença muito baixa, algo surpreendente, pois o webjornalismo atual é muito influenciado pela instantaneidade, havendo autores que se preocupam com o forte impacto que esta tem tido nos conteúdos noticiosos. É verdade que, ao contrário das notícias do dia-a-dia, que devem ser publicadas rapidamente, as reportagens têm mais tempo de produção, mas isso não explica a baixa rapidez de distribuição pelas plataformas digitais. Era expectável que todos os jornais tivessem uma boa instantaneidade pelo menos neste aspeto, mas apenas uma utilizou esta particularidade, que por coincidência foi o meio (Divergente) que pratica um jornalismo lento e que inerentemente não dá tanta prioridade à rapidez e instantaneidade.

De uma forma geral, conclui-se que as sete características do webjornalismo estão presentes nas reportagens multimédia portuguesas, porém estas não são exploradas ao máximo pelos jornais. As possíveis justificações para esta situação poderão estar relacionadas com a crescente falta de recursos humanos nas redações e com o “jornalismo rápido” praticado atualmente nos grandes *media online*.

Bibliografia

Alves de Souza, (2018). “*Newsgame como produto da narrativa jornalística transmidiática*” (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas). Universidade Federal da Paraíba, Paraíba.

Barbosa, S. (2008). Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. Artigo apresentado no GT 7 - Cibercultura y Tendencias de la Prensa en Internet, do III Congreso Internacional de Periodismo en la Red, realizado nos dias 23 e 24 de Abril de 2008. Espanha

Barbosa, S. (2013). “Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais”, in Canavilhas, J. (Org.). *Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis* (pp. 33-54). Livros LabCom.

Bardin, L. (1977). “*Análise de conteúdo*”. Edições 70

Bastos, Hélder. (2012). “A diluição do jornalismo no ciberjornalismo”. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9 (2), pp. 284-298. Disponível em <http://hdl.handle.net/10216/25259>

Bastos, Hélder. (2015). “*Das utopias à realidade: Um olhar sobre duas décadas de ciberjornalismo*”. Edições Afrontamento.

Bastos, H. (2023). “*História do Ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte e cinco anos*”. Livros LabCom.

Babham, M, Mykkaen, M. (2022). “A Relational Approach to How Media Engage with their Audiences in SocialMedia”. *Media & Communication*, 10 (1), pp. 54-65. Disponível em <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4409>

Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). “*Remediation: understanding new media*”. MIT Press.

Bock, M. A. (2011). “You Really, Truly, Have to “Be There”: Video Journalism as a Social and Material Construction”. *Journalism Mass Communication Quarterly*, 88 (4), pp.705–718. Disponível em <https://doi.org/10.1177/107769901108800402>

Boscariol, M. (2019). “Podcast: o que é, para que serve e como fazer um podcast”. *Comunidade Rockcontent*. Consultado em 15 fev. 2023. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/podcast-o-que-e-como-fazer-um-podcast/>

Bradshaw, P. (2014). “Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas *mobile*, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição”. in Canavilhas, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 111-136). Livros LabCom.

Cabrera Gonzalez, M. A. (2000). “Convivencia de la prensa escrita y la prensa online en su transición hacia el modelo de comunicación multimédia”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 7, pp. 71-78. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776450>

Calvo André, T. G. (2018). “Narrativas interativas em *web*”. (Dissertação de Mestrado). Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário, Lisboa.

Canavilhas, J. (2001). Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. Trabalho apresentado no I Congresso Ibérico de Comunicação. Portugal

Canavilhas, J. (2012). “From remediation to convergence: looking at the Portuguese media”. *Brazilian Journalism Research*, 8 (1), pp. 7–21. Disponível em <https://doi.org/10.25200/BJR.v8n1.2012.406>

Canavilhas, J. (2014a) A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da *Web*. In Paula Requeijo Rey y Carmen Gaona Pisonero, *Contenidos innovadores en la Universidad Actual*, (pp. 119-129).

Canavilhas, J (2014b). “Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas”. in Canavilhas, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 3-24). Livros LabCom.

Canavilhas, J. (2014c). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LabCom.

Cordeiro, W. R., Costa, L. (2016). Jornalismo imersivo: perspectivas para os novos formatos. *Leituras de Jornalismo*, vol.2 n°6, pp. 99-111. Disponível em <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/114>

Coutinho, C. P. (2011). “*Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*”. Edições Almedina

Dantas, I. H. (2016). O Webjornalismo e Suas Potencialidades. Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016. Portugal.

Deuze, M. (2004). “What is multimedia journalism1?” *Journalism Studies*, 5 (2), pp.139-152. Disponível em <https://doi.org/10.1080/1461670042000211131>

- Drew, J. (2010, setembro). See It Now! Video journalism is dying. Long live video journalism. *Columbia Journalism Review*. Acedido em 17 mar. 2023. Disponível em https://archives.cjr.org/feature/see_it_now.php?page=all
- Gamela, A., Silva, R. & Freitas, S. (2011). “*Narrativas Multimédia*”. (s.n).
- Garcia, M. (2017). Digital Storytelling: A Marriage Between Journalism and Design. *Columbia Journalism School*. Acedido em 10 jan. 2023. Disponível em <https://journalism.columbia.edu/digital-storytelling-marriage-between-journalism-and-design>
- Gonçalves, E. M. (2000). *La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*. (Tese de Doutoramento). Universidade Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Gonçalves, A. D. (2021). Infografia digital: O género jornalístico que emergiu do trauma para preannunciar o rumo de uma nova cultura visual mediática. *Media & Jornalismo*, 21 (39), pp. 135-160. Disponível em https://doi.org/10.14195/2183-5462_39_7
- Jenkins, H. (2006). “Convergence culture: where old and new media collide”. New York University Press.
- Jesus da Rocha, F. (2020). *Narrativa Transmídia no Futebol As estratégias de Comunicação dos clubes brasileiros de futebol com maior presença digital* (Dissertação de Mestrado). Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Kalogeropoulos, A., & Cherubini, F. (2016). The Future of Online News Vídeo. *Digital News Publications*. Acedido em 1 abr. 2023. Disponível em <https://www.digitalnewsreport.org/publications/2016/future-online-news-video/#introduction>
- Kischinhevsky, M. (2018). Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 5 (10), pp. 73-80. Disponível em <https://doi.org/10.24137/raeic.5.10.24>
- Lo, J. (2017, agosto, 27). *Can news be animated* (mensagem de blog). Disponível em <https://www.grupocomunicar.com/wp/comunicar-journal/can-news-be-animated/>
- Lorenz, M. (2014). “Personalização: análise aos 6 graus”. in Canavilhas, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 137-158). Livros LabCom.
- Machado, E., & Teixeira, T. (2010). “*Ensino de Jornalismo em tempos de convergência*”. e-papers,
- Merino, F. (2015). *Narrativas Transmediáticas: O lugar do cinema*, (Tese de Doutoramento). Universidade da Beira Interior, Covilhã.

- Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na Web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal da Bahia. Bahia.
- Miranda, R. J. P. (2009). *Qual a relação entre o pensamento crítico e a aprendizagem de conteúdos de ciências por via experimental?: um estudo no 1º Ciclo* (Tese de Mestrado). Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Palacios, M. (2014). “Memória: Jornalismo, memória e história na era digital”. in Canavilhas, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 89-110). Livros LabCom.
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press.
- Pavlik, J. (2014). “Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital”. in Canavilhas, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (159-184). Livros LabCom.
- Pellanda, E. C. (2003). *Convergência de Mídias Potencializada Pela Mobilidade e Um Novo Processo de Pensamento*. Trabalho apresentado no Núcleo de Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003. Brasil.
- Pincus, H; Wojcieszak, M & Boomgarden, H. (2017). Do Multimedia Matter? Cognitive and Affective Effects of Embedded Multimedia Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 94, nº3. Disponível em <https://doi.org/10.1177/1077699016654679>
- Ribeiro, E. A. (2008). A Perspectiva Da Entrevista Na Investigação Qualitativa. *Revista Evidência*, 4 (4), pp. 129-148. Disponível em <https://pt.scribd.com/document/369022789/A-Perspectiva-Da-Entrevista-Na-Investigacao-Qualitativa>
- Rost, A. (2014). “Interatividade: Definições, estudos e tendências”. in Canavilhas, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 53-88). Livros LabCom.
- Salaverría, R. & García-Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos, Blanquerna School of Communication and International Relations*, 23, pp. 31–47. Disponível em <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910>
- Salaverría, R. (2014). “Multimedialidade: informar para cinco sentidos” in Canavilhas, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 25-52). Covilhã: Livros LabCom.
- Sehl, A. & Eder, M. (2023). News Personalization and Public Service Media: The Audience Perspective in Three European Countries. *Journal. Media*, 4 (1), pp. 322-338. Disponível em <https://doi.org/10.3390/journalmedia4010022>

- Seijó, S., López-García, X. & Campos-Freire, F. (2018). La Aplicación de las narrativas inmersivas em los reportajes: estudio de caso del diario español 'El País'. In: Gonzáles-Esteban, J. L., García-Avilés, J. A. (coords.). *Mediamorfosis: radiografía de la innovación en el periodismo*. Madrid.
- Sicart, M. (2008). "Newsgames: Theory and Design". In: Stevens, S.M., Saldamarco, S.J. (eds) Entertainment Computing - ICEC 2008. *Lecture Notes in Computer Science*, 3 (9). Disponível em https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-89222-9_4
- Silveira & Becker, (2016). Jornalismo de Viagem: narrativas audiovisuais digitais no jornalismo especializado de turismo e a audiência no facebook. Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológica do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasil.
- Sourcefabric. (2019). "Generate more revenue and build relationships with Live Blog". (s.n).
- Strong, C., Fox, K., & Wake, A. (2019). *An international look at teaching audio podcasting An international look at teaching audio podcasting: A comparison across continents*. WJEC
- Teixeira de Sousa, T. (2012). A Infografia é Jornalismo?. *Revista Comunicando*, 1 (1), pp. 43-56. Disponível em <https://doi.org/10.58050/comunicando.v1i1.96>
- Thurman, N. (2015). Real-Time Online Reporting: Best Practices for Live Blogging (2014). "Real-Time Online Reporting: Best Practices for Live Blogging. In: Zion, L & Craig, D (Ed.). *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices*, (pp.103-114). Disponível em <https://ssrn.com/abstract=2630950>
- Valero Sancho, J. L. (2011). *La Infografía: técnicas, análisis y usos periodístico*. Barcelona: Universidade Autònoma de Barcelona.
- Van Krieken, K. (2018). Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall. *Information*, 9 (5), pp.123. Disponível em <https://doi.org/10.3390/info9050123>
- Vas, G. (2022). Personalization for news sites: How News Personalization Keeps Readers Engaged. *Yusp*. Acedido em 20 abr. 2023. Disponível em <https://www.yusp.com/company/>
- Viana, L. (2021) O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos . *Comunicação Pública*, 16 (31) . Disponível em <https://doi.org/10.34629/cpublica.72>
- Wielbalck, A., Frederick, A., Towne, A., Musheno, A. (2011). Online Video Journalism. *Digital Journalism*. Acedido em 7 mar. 2023. Disponível em <https://imdigitaljournalism.wordpress.com/online-video-journalism/>

Zamith, F. (2008). *Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Edições Afrontamento.

Anexos

Anexo I

Entrevista ao coordenador dos prémios ObCiber, Fernando Zamith:

I - Ao longo da análise, foi constatado que as características de hipertextualidade e personalização são duas das menos usadas pelas reportagens multimédia portuguesas. Na sua opinião, que razões é que estão por detrás do pouco uso destas características?

A hipertextualidade é, cronicamente, pouco utilizada pelo ciberjornalismo português, como ficou demonstrado no estudo diacrónico que efetuei entre 2006 e 2016. A principal razão que tem sido apontada por jornalistas que trabalham a/na área do online (muitos não são apenas ciberjornalistas; produzem também para o meio original: imprensa, rádio ou televisão) é o receio de “perder” o leitor, que, ao clicar no link, pode não regressar. Esse receio tem pouco ou nenhum fundamento quando nos referimos a link interno (para peça da mesma reportagem ou do mesmo cibermeio). Ao colocarem links externos (para fontes, p.e.), correm o risco, efetivamente, de “perder” momentaneamente o leitor, mas, se não colocarem, também correm o sério risco de “perder” o leitor de forma mais permanente, desgostado por o jornalista/cibermeio sistematicamente não lhe dar mais (documentos de prova, credibilidade, rigor, contexto). Também ainda há (ciber)jornalistas que não usam hipertexto simplesmente por falta de hábito ou por ser mais demorado.

Em relação há personalização, há falhas estruturais (o próprio cibermeio não está configurado com ou para ter ferramentas de personalização) e também falta de hábito e a ideia feita de que “vai dar trabalho” (a criar e a acompanhar o modo/ferramenta de personalização).

II- A multimédia e a interatividade são duas das características que são utilizadas por todas as reportagens, porém são características que aparentam ter um fraco aproveitamento no geral. Quais são os motivos que acha que estão ligados a todos os meios utilizarem sempre estas características de alguma forma, mas tipicamente não as potencializarem ao máximo nas suas reportagens?

Se são reportagens multimédia, é evidente que usam multimédia. A minha surpresa é em relação a todas usarem interatividade, que é algo de que o ciberjornalismo português

nunca gostou muito. E, neste caso da interatividade, os receios são de perda de controlo do processo, ao “abrir a porta” em demasia a quem não é jornalista.

III - A Divergente foi identificada como o media jornalístico que melhor aproveita as características do webjornalismo. Concorda com esta asserção e se sim acha que a revista tem alguma vantagem que a faça ter um melhor aproveitamento destas características em comparação com os outros media?

A Divergente é um caso raro/atípico no ciberjornalismo português. Aproveitam bem as potencialidades/características do meio, mas beneficiam de terem tempo, porque praticam “slow journalism”. Num cibermeio de “fast journalism”, em que é preciso produzir muito em pouco tempo com recursos (humanos, principalmente) escassos, temos de reconhecer que é mais difícil aproveitar todas as características, porque algumas requerem monitorização/acompanhamento após a publicação.

IV – Na sua opinião, acha que as reportagens multimédia futuramente terão um melhor uso e aproveitamento de todas características do webjornalismo ou irão continuar a fazer a mesma utilização das características?

Sou pessimista neste ponto, atendendo à frágil situação económica do (ciber)jornalismo. Por outro lado, a renovação das redações online (que já aconteceu quase completamente) não tem sido suficiente para mudar comportamentos/práticas e mentalidades, talvez por muitos dos novos (ciber)jornalistas não terem a formação adequada em ciberjornalismo. São ainda poucas as universidades que apostam nesta área e ainda menos os cibermeios que dão/promovem formação interna.