



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

A instantaneidade das notícias online: *O caso do Observador*

Carina Fernanda Gonçalves Ferreira

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Catarina Rodrigues

Covilhã, outubro de 2015

Dedicatória

Aos meus pais, por terem sido o maior apoio nesta caminhada e por terem acreditado sempre em mim.

Agradecimentos

À minha orientadora, Catarina Rodrigues, pelo interesse, incentivo e conhecimento transmitido e, pela orientação incansável neste trabalho ao longo deste último ano.

Aos jornalistas do *Observador*, Diogo Queiroz de Andrade, Edgar Caetano e Filomena Martins pelo contributo na parte empírica deste trabalho.

Ao professor Ricardo Morais, pela ajuda com o SPSS.

Aos meus pais, pela oportunidade e por toda a dedicação e esforço ao longo destes últimos cinco anos, por tudo. Aos meus irmãos, Daniel e Cândido por estarem sempre presentes, ainda que longe e, acima de tudo pelas palavras de carinho e pelo apoio incondicional. À minha irmã Olga pela força que sempre me transmitiu. À Coralie pelo carinho e incentivo nesta etapa. E, ao mais novo da família, o meu sobrinho Loucas, pela inspiração e coragem em continuar.

Ao meu tio Domingos Ferreira, um obrigado especial por tudo até hoje.

À minha prima Isabel Delgado, que desde o início esteve presente no meu percurso académico e sempre teve um voto de apoio e confiança.

Às amigas que entraram comigo na viagem que foram estes cinco anos de faculdade, à Ângela Oliveira, à Carla Augusto, à Ana Marcos e à Regina Henriques pelas partilhas e por todos os momentos vividos na Covilhã. Principalmente pelo incentivo diário ao longo deste último ano e de certa forma, pela amizade incondicional.

A alguns amigos, que sempre tiveram aquelas palavras de apoio à Eugénia Teixeira, à Ana Abrantes, à Lígia Silva e ao Nuno Simões. Às colegas de casa, Elisabete Costa, pelas ajudas e motivação transmitida, à Clara Ferreira e à Ana Luísa pelas palavras de coragem. Também à família da D. Rosa, um obrigado especial por tudo aquilo que sempre fizeram por mim.

No geral, a todos aqueles que contribuíram com algumas palavras de força e coragem durante este último ano.

Prefácio

“Hoje o jornalismo não é apenas dar a conhecer ao público as últimas notícias, é cada vez mais ajudar o público a mover-se no imenso mar de informação que o rodeia, ajudá-lo a interpretar e a compreender”

José Manuel Fernandes

Resumo

Este trabalho debruça-se sobre a velocidade que é verificada atualmente no processo de produção das notícias online. Com o advento da *Web* e com os dispositivos móveis, as rotinas dos profissionais mudaram, o papel dos leitores alterou-se, as redes sociais surgiram e tornaram-se também palco de partilha informativa. As mudanças trazidas pela *web* ao jornalismo começaram pela simples transposição dos conteúdos, mas de forma evolutiva, ganharam vigor potencialidades como a hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a memória, a personalização, a ubiquidade e, explorada de modo mais aprofundado nesta dissertação, a instantaneidade. Deste modo é considerado o modelo *The News Diamond*, de Paul Bradshaw, que demonstra como o processo da instantaneidade se ramifica no desenvolvimento de uma notícia de última hora. Na parte metodológica, a análise de conteúdo dos casos recolhidos do jornal online *Observador* seguem esta lógica: o alerta e toda a contextualização da informação à medida que os acontecimentos vão sendo atualizados. Como complemento, foram ainda realizadas entrevistas no sentido de entender de que forma a instantaneidade, interfere relativamente aos princípios elementares do jornalismo, no caso concreto da verificação. Paralelamente ao modo rápido com se processa a informação de última hora, é também feita uma abordagem ao papel do leitor e à importância das redes sociais como plataformas de difusão informativa. Num tempo em que a velocidade se impõe, a par da evolução tecnológica e do surgimento de novas ferramentas, a prática jornalística vê-se confrontada com exigências redobradas e com o desafio constante de assegurar os seus elementos basilares.

Palavras-chave

Webjornalismo, Instantaneidade, Informação em rede, Verificação

Abstract

This work is about the speed observed nowadays in the production process of online news. With the web advent and the mobile devices, the professionals' routines changed, the readers' role modified, the social networks appeared and became also stage for an information sharing. The mutations brought to journalism by the web started by the simple contents transposition, but in an evolutionary way, a set of potentialities like hypertextuality, multimediality, interactivity, the memory, the customization, the ubiquity gained strength and the instantaneity, the one that is more explored in this dissertation. This way the model *The News Diamond*, by Paul Bradshaw, shows how the instantaneity process branches in the development of breaking news. In the methodological part, the content analysis of the cases collected in the online journal *Observador* follow this logic: the alert and all the information contextualization as the events are being updated. In addition, interviews were made in the sense of understanding in which way the instantaneity interferes in relation to the journalism basic principles, in the concrete case of verification. At the same time that the fast mode of the latest information is processed, it is also done an approach to the reader's role and the importance of social networks as platforms of informative diffusion. In an era that the speed is imposed, along with the technological evolution and the new tools appearance, the journalistic approach sees itself facing redoubled demands and with the constant challenge of ensuring its basic elements.

Keywords

Web journalism, Instantaneity, Information in the web, Verification

Índice

Lista de Figuras	vx
Lista de Gráficos e Tabelas	xvii
Introdução	1
Parte I. Enquadramento Teórico	5
Capítulo 1. Jornalismo e Internet	7
1.1. Desafios e Novas Linguagens	10
1.2. Webjornalismo: a noticiabilidade online	21
1.3. Memória e Comunicação em Rede	29
Capítulo 2. O profissional do Webjornalismo	37
2.1. Natureza do meio e adaptação às novas tecnologias	41
2.2. Redefinição do <i>gatekeeping</i>	47
2.3. Credibilidade e verificação	52
Capítulo 3. “As transformações no papel do leitor”	59
3.1. Características do leitor online	63
3.2. Relação e experiência do leitor online com os conteúdos	65
3.3. A utilização de dispositivos móveis	70
3.4. “Fronteiras abertas”: webjornalismo participativo	75
Capítulo 4. A ânsia da instantaneidade	83
4.1. A partilha instantânea dos conteúdos na rede	86
4.2. Os perigos da propagação “relâmpago” na web: o papel das redes sociais como o <i>Facebook</i> e o <i>Twitter</i>	87
Parte II. Investigação Empírica	93
Capítulo 5. Estudo Empírico	95
5.1. Metodologia e desenho da investigação	96
5.1.1. Universo estudado	98
5.1.2. A aplicação das metodologias escolhidas ao estudo	99
Capítulo 6. Resultados e discussão	101
6.1. Interpretação e discussão dos dados	102
Conclusão	121
Bibliografia	125
Anexos	137

Lista de Figuras

Figura 1. Modelo <i>The News Diamond</i> proposto por Paul Bradshaw	20
Figura 2. Crescimento do número de utilizadores, tráfego e velocidade	72
Figura 3. Alerta lançado para <i>app</i> aquando da queda do A320 da <i>Germanwings</i>	102
Figura 4. Intervenção do jornalista a um erro identificado pelo leitor na notícia	112
Figura 5. <i>Tweet</i> do Primeiro-Ministro Espanhol, Mariano Rajoy sobre a queda do A320 da <i>Germanwings</i>	118

Lista de Gráficos e Tabelas

Gráfico 1. Média de atualizações da informação das primeiras 8h após o alerta	103
Tabela 1. Fontes das notícias	105
Tabela 2. A notícia tem recurso ao hipertexto?	108
Tabela 3. A notícia foi disponibilizada pelo jornal nas redes sociais?	117

Introdução

“Desde o surgimento das primeiras experiências do webjornalismo em 1995, as transformações precipitam-se numa velocidade tal que o futuro parece engolir o presente” (Franciscato, 2009, p.13). O jornalismo vive tempos de mudança devido aos avanços tecnológicos e à grande evolução digital. O advento da *Word Wide Web*¹, a expansão da rede (internet), os novos dispositivos móveis e a mobilidade têm oferecido possibilidades comunicacionais aos utilizadores e têm contribuído para variadas transformações sociais. O fascínio pelas novas tecnologias quebra as fronteiras do espaço e do tempo. A realidade mudou e as respostas dadas pelos meios de comunicação têm de corresponder a essas mudanças. O jornalismo que se faz na internet “tem de ser obrigatoriamente diferente em termos de produto final daquele que é produzido para rádios, televisões ou jornais, porque o suporte e as formas de recepção não se repetem e as características são díspares em todos eles” (Silva, 2006, p.15). O modelo tradicional dos *media* não morreu, mas adaptou-se à nova realidade da informação. Temos essa confirmação no número de jornais que criaram o seu site online, sendo que muitos não deixaram o meio tradicional, outros desistiram do papel, e agora nascem já outros apenas como nativos digitais.

Perante estas mudanças, a informação noticiosa ganhou velocidade abrindo espaço a questões pertinentes no campo da credibilidade e da verificação da mesma. A questão do tempo, no que diz respeito à captação e transmissão dos acontecimentos, lança novos desafios à comunidade jornalística. Estas transformações dão lugar a novos modos de fazer, receber e partilhar a informação jornalística. Como refere Helder Bastos (2013), a instantaneidade tornou-se o centro de gravidade do jornalismo no espaço online.

Pretende-se com esta investigação perceber algumas mudanças no jornalismo produzido na *web*, com foco na questão da instantaneidade. O estudo centra-se no jornal online *Observador*, mais concretamente na análise de três casos de última hora, tentando desta forma perceber as características da velocidade informativa, os procedimentos relativos à verificação e o desenrolar do processo noticioso. Nos últimos anos tem-se assistido à implementação de novos espaços para os conteúdos e também à criação de ferramentas que promovem uma maior proximidade com os leitores, fruto da evolução das novas tecnologias. A informação noticiosa chega aos leitores, de forma rápida, fazendo com que o público se sinta dentro do contexto informativo e construa uma interação permanente. Os dispositivos móveis, nomeadamente os *smartphones* e os *tablets*, surgem como a extensão do corpo dos utilizadores, fazendo lembrar a ideia de McLuhan sobre os meios de comunicação como

¹ Na visão de Pavlik (2001) a *web* representa um meio de publicação que cresceu globalmente tornando-se um marco importante da internet.

extensões do homem. As redes sociais concentram todo o tipo de público, e neste campo é também criada a ligação pautada pela interatividade que se faz de modo instantâneo e com uma mobilidade permanente. Portanto, “a informação pretende estar onde o leitor está”.

Analisar a forma como a velocidade noticiosa interfere com a prática jornalística é um dos objetivos deste trabalho, tendo a ideia de instantaneidade como tema central. Terá essa forma rápida e imediata de transmissão da informação, impacto na verificação dos factos, como princípio base do jornalismo? Como se descodifica a informação de última hora no ambiente online, e como se constrói no imediato o conteúdo? Pretende-se ainda observar o modo como as diferentes plataformas são utilizadas e se adequam à participação dos utilizadores, tendo o espaço das redes sociais como ponto de interesse, uma vez que hoje se partilham e atualizam informações ao minuto nestes espaços.

Procurando responder ao nosso objetivo central, este trabalho divide-se em duas partes, sendo que a primeira é constituída por quatro capítulos onde é feito o enquadramento teórico. Já na segunda parte encontra-se o quinto capítulo, que corresponde ao estudo empírico realizado, bem como à respetiva análise de dados e discussão.

No primeiro capítulo, a abordagem é feita no âmbito das mudanças no jornalismo considerando o desenvolvimento tecnológico e as potencialidades trazidas pela internet, com referência a autores como Canavilhas (2007) e Bastos (2000). São assim focadas as principais características do webjornalismo: instantaneidade, hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, personalização e ubiquidade (Canavilhas 2014; Edo, 2007; Palacios, 2004; Barbosa, 2009). Uma vez que o tema central do trabalho é a instantaneidade e o nosso estudo recai sobre notícias de última hora, dando enfoque ao modelo *The News Diamond*, de Paul Bradshaw (2007).

No segundo capítulo debruçamo-nos sobre a adaptação que se tem verificado por parte dos profissionais do webjornalismo, considerando as contribuições de Jenkins (2006), Fidalgo (2008), Deuze (2006), entre outros. Também neste contexto é repensada a definição do papel de *gatekeeper* (White 1993), explanando a contribuição de Bruns (2003, 2011) com o conceito de *gatematching*. Perante a redefinição do papel do jornalista verifica-se que hoje não é apenas rápido produzir e disponibilizar informação, como qualquer pessoa o pode fazer (Kovach & Rosenstiel 2004; Hermida, 2012; Singer, 2014).

O terceiro capítulo aborda o papel do leitor em ambiente online, um ponto que também será abordado na parte empírica (Edo, 2003; Castilho & Fialho, 2009; Rost, 2014). O leitor passivo que ficava à espera da informação agora também interage e quer fazer parte do processo (Correia, 2005; Rodrigues, 2006; Bauman, 2007). Neste âmbito aborda-se a contribuição dos dispositivos móveis que em muito tem ajudado a esta aproximação entre o leitor e a

informação (Canavilhas & Satuf, 2013; Barbosa, 2014; Aguado & Martínéz, 2008; Fidalgo & Canavilhas, 2009). Neste contexto, merece também uma reflexão o denominado jornalismo participativo (Singer *et al.*, 2011; Rodrigues, 2008; Bowman & Willis, 2003; Moretzhon, 2006).

O quarto capítulo, intitulado “A ânsia da instantaneidade”, desenvolve o tópico central que vem sendo abordado ao longo deste trabalho: a rapidez com que a informação é disponibilizada a par de uma ânsia em estar informado. Neste sentido é também considerado o papel das redes sociais *Facebook* e *Twitter* como plataformas que demonstram a partilha fácil e rápida da informação.

Na segunda parte desta dissertação apresenta-se o estudo empírico e os resultados obtidos a partir da análise de conteúdo das notícias publicadas sobre três casos acompanhados e difundidos pelo *Observador*. A pesquisa foi ainda complementada com entrevistas aos jornalistas que acompanharam os casos escolhidos para o estudo. A nossa investigação pretende responder às seguintes perguntas:

- Os títulos das webnotícias de última hora são rigorosos em relação à informação a que se referem?
- Considerando a “instantaneidade”, como é que os jornalistas processam a verificação do fluxo de informação?
- À medida que a informação sobre determinado tema avança verifica-se também um aprofundamento e contextualização sobre o acontecimento?
- Os conteúdos de última hora publicados no jornal são igualmente partilhados nas redes sociais (*Twitter* e *Facebook*)?
- São feitas correções às notícias publicadas?
- A ânsia da velocidade desvirtua características elementares do jornalismo, como a verificação dos factos?

As conclusões apresentam a importância da velocidade no acompanhamento dos acontecimentos de última hora, principalmente nas atualizações constantes que se fazem acompanhar de fontes credíveis e verificadas, a par do desenvolvimento de conteúdos em rede pela interação com os leitores e pelo papel das *app* e das redes sociais nesse processo. A instantaneidade no que toca à verificação da informação na análise efetuada em nenhum caso se detetou informação não contrastada, mas para que isso aconteça é necessário fazer uma cobertura informativa assente nos princípios elementares do jornalismo, nomeadamente a verificação.

Parte I. Enquadramento Teórico

Capítulo 1. Jornalismo e Internet

A popularização da internet, o advento da *Web 2.0* e o forte desenvolvimento tecnológico apresentam um vasto campo de possibilidades nas mais diversas áreas. O mundo da comunicação e a relação com a internet têm sido o mote para investigações feitas por vários autores que acompanham as mudanças constantes verificadas neste âmbito. Como refere Canavilhas, no campo do jornalismo as pesquisas têm sido feitas para verificar as implicações que a internet tem na reorganização das redações e da atividade dos jornalistas, na formação dos jornalistas, na teoria dos géneros, na integração da multimédia nas notícias, na relação com o hipertexto e na nova linguagem jornalística na internet (Canavilhas, 2007a, p. 1).

O autor refere também que a evolução técnica do *software* e do *hardware*, a redução de preços nos equipamentos informáticos e o crescimento da banda larga permitem aos modelos informativos explorar as características da rede, particularmente da *World Wide Web*. O modelo comunicacional demonstra o desenvolvimento de uma nova linguagem e de novas rotinas que se adaptam às características do meio (Canavilhas, 2007a, p.1). Um bom ponto de partida, como refere o autor, é começar por assumir que cada meio tem a sua própria linguagem. Sendo assim, cada meio jornalístico, seja o escrito, o radiofónico, o televisivo e o cinematográfico têm a sua própria linguagem. O jornalismo produzido na *Web* que converge texto, som, imagem e vídeo tem também a sua própria linguagem e tem ainda “a capacidade de ligar textos com todo o tipo de conteúdos suportados para a *Web*” (Canavilhas, 2007a, p.6).

A internet é uma “rede telemática global de estrutura e arquitetura singulares, através da qual circulam, multidireccionalmente, conteúdos gerados por uma enorme variedade de produtores, desde *media* estabelecidos a utilizadores comuns” (Bastos, 2000, p.19). Falar da internet é falar de um acontecimento que ganhou grande interesse e dimensão há pouco mais de uma década (Canavilhas 2007a). Como diz o autor, o crescimento exponencial da internet revela que este meio é muito mais que um sistema de transmissão de dados. Este novo modelo comunicacional, “de muitos para muitos” assenta numa estrutura interativa, multimediática e descentralizada (Bastos, 2000). A prática jornalística tomou o desafio e serviu-se das ferramentas disponibilizadas pela rede, que abriram novas portas ao modelo comunicacional.

Ao nível dos conteúdos, a internet serve de suporte a uma gigantesca biblioteca planetária em permanente actualização, abarcando praticamente todas as áreas do conhecimento, característica que se revela fulcral para os profissionais que trabalham na área da informação (Bastos, 2000, p. 69).

As ferramentas disponibilizadas pela rede permitem aos jornalistas, complementar o processo de informação, ou seja, a substituição do telefone pelo correio eletrónico para contatar com as fontes, e pesquisar a qualquer momento por um determinado assunto. Como refere Bastos (2000), “trata-se de um novo meio que, para além de acolher todos os *media* tradicionais, conferindo-lhes novas roupagens e diferentes horizontes, se expande de forma sem precedentes no respeitante a ritmo, escala, controlo e modalidades comunicacionais” (p.71).

Desde o surgimento da internet que se criou uma familiaridade desenfreada com esta, a ideia de rede computacional rapidamente se fundiu na tão conhecida “aldeia global” que McLuhan definiu. Há como que uma necessidade de estar a par de diferentes temas, estar dentro dos assuntos da atualidade. O sinónimo disso é o uso da rede de modo fácil e instantâneo, seja para obter informação, fazer downloads, ouvir música, partilhar ficheiros, participar nas redes sociais. E, o jornalismo não ficou para trás neste aspeto (Canavilhas, 2007a).

O novo ambiente trouxe várias formas de designar o jornalismo praticado na internet e de o caracterizar “oscilando entre jornalismo eletrónico, jornalismo digital ou multimédia, ciberjornalismo, jornalismo online e webjornalismo” (Dalmonte, 2007, p.2).

Mas se olharmos para os seus inícios, o jornalismo sempre sofreu mudanças, “as notícias assumiram um papel de canções e histórias, em baladas noticiosas” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.20). Mais tarde já no século XIX com o desenvolvimento do capitalismo, e pelos processos de industrialização, urbanização, educação em massa e pelo avanço tecnológico o campo jornalístico começou a ganhar forma (Traquina, 2004, p. 16).

Atualmente as novas tecnologias permitem uma interação que “contribui para um jornalismo que volta a assemelhar-se a uma conversação, muito à imagem do jornalismo original (...) de há quatro séculos” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 24). O digital trouxe ao jornalismo agilidade nos modos de apurar, produzir e disponibilizar as notícias, Bianco menciona que as mudanças que o jornalismo sofreu devem ser vistas como parte da essência tecnológica que de certa forma veio trazer “transformações de valores e conceitos” (2008, p.2).

Diante disto, temos novos ambientes, com novas linguagens e novos meios que possibilitam um acesso a plataformas que reforçam a interação dos utilizadores (Bianco, 2008, p. 1). A internet permite à sociedade um espaço social e cultural num ambiente coletivo em diferentes plataformas e, que por sua vez, originam diferentes linguagens, temos assim, “distintos tipos de rede” (Bianco, 2008, p. 3).

A internet abriu ao jornalismo e aos jornalistas “uma janela de oportunidades”, mas que exige um trabalho redobrado, torna-se mais fácil chegar às fontes, porque estas atualmente também entram em contato com os profissionais dentro da rede. Aprofundam-se e

contextualizam-se temas porque há facilidade de acesso às matérias. Mas, surge também uma questão importante, a verificação dos conteúdos, porque todos têm acesso aos mesmos dados e todos trabalham sobre a pressão do fator tempo na linha da concorrência (Bianco, 2008, p. 6-7).

Aquando da transição do jornalismo para o online, houve autores como Lévy que sugeriram um desaparecimento do jornalismo, principalmente na função de intermediário que o jornalista ocupa (Palacios, 2004a, p.87), e hoje, vemos que isso não passou de uma ideia descabida e sem perspectivas futuras. Neste aspeto também Elisabete Barbosa (2001) defende que a internet modificará certas práticas dos jornalistas mas não representará o “fim do jornalismo e dos jornalistas” (p.2).

A deontologia e o profissionalismo dos jornalistas continuarão a ser os mesmos; a forma como se investiga e constrói uma notícia terá semelhanças com o que se realiza hoje; a apresentação será diferente e os profissionais do sector terão que se adaptar às novas tecnologias (Barbosa, 2001, p.2).

Portanto, esta ideia defende que o jornalismo tem agora, articulados a si, novos formatos e suportes que lhe conferem uma forma diferente de lidar com a informação, principalmente no desempenho das funções destes profissionais no ambiente da rede.

As técnicas de fazer jornalismo não serão as mesmas, por sua vez, a função do jornalismo continuará a ser um serviço de informação baseado num compromisso com os cidadãos relatando os factos tal como eles são, sem que haja influências no conteúdo, cumprindo assim, o pacto implícito com o público (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.52).

Há a possibilidade de conjugar vários ambientes num processo de digitalização onde um mesmo discurso pode ser vinculado em diferentes géneros e complementado com a interatividade que o novo espaço permite aos utilizadores.

A internet não só abarca todas as capacidades dos velhos *media* (texto, imagens, gráficos, animação, áudio, vídeo, distribuição em tempo real) como oferece um largo espectro de novas capacidades, incluindo a interatividade, acesso on-demand, controlo por parte do utilizador e personalização (Palvik, 2001, p.3).

O desenvolvimento da rede, a aposta nas novas tecnologias e a adaptação do jornalismo a novas ferramentas tiveram evoluções até hoje. Por isso, passou-se de uma transposição dos conteúdos de um suporte para outro, introduzindo algumas mudanças, oferecendo potencialidades e ferramentas que souberam convergir para um campo de evolução do jornalismo na *Web*. O desenvolvimento da tecnologia e o modo de reajuste incessante do novo suporte arrecada junto do jornalismo online uma capacidade avassaladora de potencialidades no meio digital.

A internet é encarada não apenas como meio mas como subsistema e ambiente de interação e partilha na rede híbrida como diz Palacios (2004a), é uma ligação entre “espaço físico e ciberespaço” (p.92), onde as “fronteiras são fluidas e estão em constante movimento” (p.93). É um sistema que funciona como ambiente “múltiplo e heterogéneo de informação, comunicação e ação” (p.94). A rede internet arrecada portanto, a capacidade de suporte, enquanto rede híbrida, pois tem a função de sistema e ao mesmo tempo ambiente de partilha.

A ideia muito difundida e aparentemente simplista de que “na rede se encontra tudo” tem origem nessa mesma situação de compartilhamento ambiental. A concepção da Internet enquanto subsistema e ambiente numa rede híbrida permite-nos compreendê-la como ente dotado de sua própria dinâmica de funcionamento (Palacios, 2004a, p.95).

Ver a internet não apenas como um meio, como refere Palacios, permite que se veja com mais clareza as potencialidades que a rede oferece junto com a nova tecnologia, “para a prática de um jornalismo renovado” (Palacios, 2004a, p.96).

Um jornal online que desenvolva todas as possibilidades do mundo digital conduz à integração de novos tipos de informação (textual, icónica e sonora), com maior capacidade de resposta e personalização. Ao nível estilístico e narrativo, a introdução do multimédia transporta novas possibilidades. Ao nível da escrita digital emergiu uma cultura que parece conviver com a busca de uma nova forma de expressão centrada na convergência e nas possibilidades de remissão permanente entre textos, imagens e sons, enquanto elementos de um discurso coerente (Correia, 2011, p. 159).

As potencialidades da *Web* como o hipertexto e a interatividade instantânea trouxeram mudanças ao jornalismo como diz Correia (2011) mais do que o tamanho dos textos disponibilizados é a própria profundidade que pode ser dada à informação. Surge uma cultura descentralizada mas ao mesmo tempo com ligação a uma convergência que se traduz na participação interativa quer por parte dos profissionais quer dos leitores/utilizadores. Neste aspeto de integração da sociedade Kerckhove (1997), refere que “ velocidade e profundidade sempre estiveram connosco” (p.103).

1.1. Desafios e Novas Linguagens

O processo evolutivo do jornalismo está vinculado aos avanços tecnológicos, que disponibilizam múltiplas plataformas permitindo a atual convergência da informação na *Web*. Este cenário abriu ao jornalismo uma aposta nos novos formatos para que este possa distribuir as notícias na rede aproveitando, por exemplo, o suporte dos dispositivos móveis, a interação multimidiática e ainda o uso das redes sociais, assentes na instantaneidade e permitem processar uma memória em rede.

A estas mudanças, está associada a fragmentação que sucedeu através de “vários fatores relacionados com o meio (características e potencialidades), a mensagem (forma de codificar)

e o recetor (expectativas e competências para descodificar uma nova linguagem” (Canavilhas, 2007a, p.19), conseqüentemente tudo isto, obrigou as empresas jornalísticas a reorganizarem-se no sentido de colmatar os novos desafios.

É necessário ressaltar a característica do hipertexto como potencialidade da *web*, que segundo Edo (2007) se apoia no raciocínio humano para ligar ideias. “Uma das chaves desta nova narrativa está em dividir com critérios jornalísticos todo o conjunto noticioso e documental em elementos mais pequenos e manejáveis com o que pode facilitar a navegação e a visualização do texto e imagens que integram a pesquisa” (Edo, 2007, p.8), e o próprio leitor online faz uma escolha por aquilo que lhe interessa, “decide a trajetória e a ordem que quer seguir numa mensagem, ou um conjunto de mensagens pelas quais pode navegar” (Edo, 2007, p. 8). As capacidades da *web*, principalmente o hipertexto, a interatividade, a multimedialidade e a instantaneidade mudaram o processo de comunicação, este tornou-se uma ligação em sentido multidirecional e permite uma interligação instantânea de pessoas, com informação atualizada ao minuto.

Deste modo verifica-se que as potencialidades do meio que tem as suas características específicas, influenciam a linguagem do jornalismo, que atualmente converge no online com as novas linguagens e com a necessária adaptação às características do suporte usado (Canavilhas, 2007a, p.51-52).

O processo evolutivo do jornalismo está vinculado aos avanços tecnológicos, que disponibilizam múltiplas plataformas permitindo a atual convergência da informação na *web*. Este cenário abriu ao jornalismo uma aposta nos novos formatos para que este possa distribuir as notícias na rede aproveitando, por exemplo, o suporte dos dispositivos móveis, a interação multimidiática e ainda o uso das redes sociais, assentes na instantaneidade e permitem processar uma memória em rede.

A estas mudanças, está associada a fragmentação que sucedeu através de “vários fatores relacionados com o meio (características e potencialidades), a mensagem (forma de codificar) e o recetor (expectativas e competências para descodificar uma nova linguagem” (Canavilhas, 2007a, p.19), conseqüentemente tudo isto, obrigou as empresas jornalísticas a reorganizarem-se no sentido de colmatar os novos desafios.

É necessário ressaltar a característica do hipertexto como potencialidade da *web*, que segundo Edo (2007) se apoia no raciocínio humano para ligar ideias. “Uma das chaves desta nova narrativa está em dividir com critérios jornalísticos todo o conjunto noticioso e documental em elementos mais pequenos e manejáveis com o que pode facilitar a navegação e a visualização do texto e imagens que integram a pesquisa” (Edo, 2007, p.8), e o próprio leitor online faz uma escolha por aquilo que lhe interessa, “decide a trajetória e a ordem que

quer seguir numa mensagem, ou um conjunto de mensagens pelas quais pode navegar” (Edo, 2007, p. 8). As capacidades da *web*, principalmente o hipertexto, a interatividade, a multimedialidade e a instantaneidade mudaram o processo de comunicação, este tornou-se uma ligação em sentido multidirecional e permite uma interligação instantânea de pessoas, com informação atualizada ao minuto.

Deste modo verifica-se que as potencialidades do meio que tem as suas características específicas, influenciam a linguagem do jornalismo, que atualmente converge no online com as novas linguagens e com a necessária adaptação às características do suporte usado (Canavilhas, 2007a, p.51-52).

Uma das mudanças que é apontada por Canavilhas no campo do jornalismo online é a técnica de redação, “porque o espaço disponível num webjornal deixa de ser finito” (2007b, p. 25), o autor refere também que o desenvolvimento do webjornalismo está vinculado ao processo de melhoramento da sua forma de divulgação. Esta linguagem hipermediática, “tem sido condicionada pela instabilidade resultante do rápido desenvolvimento das tecnologias” (Canavilhas, 2007b, p.26). Para além das dificuldades de cariz técnico, a questão económica também colocou alguns impedimentos ao desenvolvimento do webjornalismo, e, por este motivo, esta prática desenvolveu-se de modo bastante idêntico ao jornalismo escrito (Canavilhas, 2007b, p.27).

O espaço no online não é finito, pelo que a construção narrativa das notícias se desenvolve por meio de hiperligação de pequenos blocos de textos onde se navega de modo livre. Essa possibilidade resulta das características inerentes à *web* na produção das notícias, criando novas narrativas e novas linguagens, uma vez que os meios de aceder à informação hoje são variados e com mobilidade permanente.

As características que marcam a rutura do jornalismo com as formas tradicionais, desde a produção à divulgação e apresentação de um conteúdo noticioso são sete: hipertextualidade, instantaneidade, interatividade, multimedialidade, memória, personalização e ubiquidade. Se a adaptação do jornalismo online se fizer no sentido de aproveitar as características que mencionamos em cima, num “ambiente hipertextual” a linguagem múltipla e multimédia do jornalismo online encontra a sua base ao que “chamamos webjornalismo” (Canavilhas, 2007a, p. 2).

Para que se perceba o funcionamento das setes características que demarcam o jornalismo praticado na *web*, apresentamos uma breve contextualização sobre as mesmas. A hipertextualidade, é a capacidade de ligação de um conteúdo a outro através de *links*, como explica Canavilhas, “o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações” (2014, p.4), permitindo ao

leitor fazer uma seleção da matéria que lhe interessa, seja pela leitura curta, pelas imagens, vídeos e mesmo gráficos. A multimedialidade é o modo onde interagem várias linguagens seja texto, som, animações, imagens e vídeos e se verifica uma capacidade, segundo Salaverría, de polivalência (2014, p. 26). A interatividade é uma característica crucial para caracterizar o jornalismo praticado na *web*, pois, permite aos utilizadores, no caso do jornalismo ao leitores, escolher os caminhos de navegação que pretendem seguir, e estabelecer uma interação com o próprio conteúdo comentando-o e partilhando-o com outros leitores na rede. Há uma maior liberdade dos leitores, abrindo espaço para uma “interatividade seletiva” e “interatividade comunicativa” (Rost, 2014, p. 55). Também a instantaneidade, é uma característica fundamental da *web*, principalmente no lugar que ocupa dentro do campo jornalístico, é a capacidade de responder aos acontecimentos de modo bastante rápido, é ser capaz de estar sempre na “linha da frente” para dar as notícias (Bradshaw, 2014).

A instantaneidade é o ponto central desta dissertação e, percebe-se a importância do seu papel no desenvolvimento do jornalismo praticado na *web*, “significa ser o primeiro a contar o facto ocorrido à audiência” (Bradshaw, 2014, p.111). A pressão do tempo caracteriza a era da instantaneidade, pois a quantidade de informação que chega às redações ganha vantagem pelo uso dos novos suportes tecnológicos. Bradshaw (2014) explica que a velocidade sempre foi um fator que caracterizou o jornalismo, porque a disponibilização de algo novo é significado de rapidez contudo, hoje percebe-se essa rapidez num contexto diferente. Um acontecimento que ocorra do outro lado do globo é imediatamente difundido na rede e permanentemente atualizado. A instantaneidade tem sido uma das características da *web*, que impõe desafios, onde na segunda parte deste trabalho pretendemos perceber a forma como esta característica se desenvolve. Como um acontecimento remete para um alerta que posteriormente vai sendo atualizado de forma permanente e instantânea, verificar se esse trabalho desvirtua a qualidade do jornalismo no processo de verificação da informação num contexto de velocidade e atualização permanente.

A memória é também uma das características da *web*, que funciona como base de dados e armazenamento. Tudo o que circula na rede está à disposição de uma pesquisa no motor de busca permitindo ao jornalismo contextualizar e aprofundar (Palacios, 2014, p. 104). A digitalização da informação permitiu mudanças vantajosas tanto para as empresas jornalísticas que têm ao seu dispor bases de dados que possibilitam consultas e ajustam a incorporação de informação para contextualizar e aprofundar as matérias; como para os utilizadores que passam a ter disponíveis recursos de aprofundamento e pesquisa em torno de acontecimentos passados que são transportados para a atualidade e, onde a interação se torna um elo através de comentários, publicações em *blogs* e partilha nas redes sociais (Palacios, 2014). Um dos objetivos na segunda parte deste trabalho é perceber se o caso de estudo em questão remete para isto mesmo, se, se recorre à memória pela ligação de acontecimentos atuais a informações mais antigas e, como aparecem destacados na notícia.

Um ponto importante a salientar neste ambiente memorialístico são os desafios que se colocam aos jornalistas que tem de saber fazer escolhas, porque a quantidade de informação como referimos anteriormente abunda de modo veloz, e a probabilidade de falsos conteúdos torna-se mais propensa num ambiente instantâneo, pelo que deve, como refere Palacios (2014), ser verificada a qualidade da informação. O fluxo de conteúdos informativos é excessivo o que torna a tarefa de verificação um marco importante para a disponibilização de conteúdos jornalísticos, como veremos no próximo capítulo.

A personalização é uma característica do webjornalismo e ao mesmo tempo um desafio que pretende ser capaz de “manter-se relevante” (Lorenz, 2014, p. 137), pois tanto por parte de quem disponibiliza a informação como por parte de quem a recebe que cada vez mais segue a informação jornalística através de aplicações como o *Twitter* e o *Facebook*, e deste modo a personalização surge como resposta e adapta o conteúdo às várias plataformas. A escolha dos conteúdos para vários horários ao longo do dia, é também uma forma de estar a par das necessidades dos utilizadores. Lorenz (2014) refere que perceber o tempo que os utilizadores gastam na *web* é uma questão a pensar para se poder responder às suas necessidades. A interação é também um ponto salientado por Lorenz que explica que o papel da personalização consiste em “repensar a experiência de consumir informação” (2014, p.155) merecendo mais atenção afirma o autor, que as empresas pouco se têm interessado por esta mudança.

Por último a ubiquidade, característica que ganha destaque com os dispositivos móveis, permitindo aos utilizadores receber a informação em qualquer lugar. Esta característica pode ainda ser relacionada com a interatividade que se faz no campo híper e multimédia. Pavlik (2014) designa ubiquidade como o poder estar em todo o lugar de modo simultâneo “implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real” podendo cada um “participar e fornecer a sua própria contribuição com conteúdos para partilha e distribuição global” (p.160). Esta prática é possível devido à conexão da banda larga sem fio e ao desenvolvimento de plataformas móveis a preços baixos. A rede móvel como explica Pavlik permite transferências de dados e ao mesmo tempo suporta novos formatos de realidade aumentada. A conectividade via redes sociais potencia a prática da ubiquidade pois, qualquer cidadão devidamente equipado com um dispositivo pode presenciar e capturar informações que acabem de ocorrer. A título de exemplo pode-se referir a Primavera Árabe no Cairo, Egipto em 2011 e o protesto “Occupy Wall Street” que decorreu em Nova Iorque também no mesmo ano onde em ambos os casos os cidadãos presenciaram e disponibilizaram informação de modo permanente através das redes sociais, como *Twitter* e *Facebook* (Pavlik, 2014).

Estas características levaram a um reajustamento do jornalismo no cenário digital, pois, encarar as novas “possibilidades produtivas e interativas passou a ser fundamental para

continuar a manter o público interessado em aceder aos conteúdos” (Dancosky & Renó, 2014, s/p). No online damos-nos conta de que não é apenas a foto ou o título apelativos que chamam a atenção do leitor, é possível considerar todo um conjunto de possibilidades que permitem enriquecer os conteúdos noticiosos.

Perante estas mudanças, a linguagem jornalística expandida num novo ecossistema, num formato hipermédia onde as linguagens se convergem, pretende responder a novos desafios. “O atual cenário do jornalismo (...) é marcado pela distribuição de conteúdo em múltiplas plataformas” (Sousa, 2013, p.1). Dos meios tradicionais, jornal, televisão e rádio, às novas tecnologias, telemóvel, computador, *tablet* e *smartphone*, o conteúdo noticioso distribui-se para chegar à audiência. Estamos diante de uma memória em rede que se atualiza permanentemente e se vai influenciando pela interação que o novo ambiente multiplataforma oferece.

Um estudo efetuado pelo *The State of the News Media*² (2015), revela que a maioria dos sites noticiosos oficiais têm mais tráfego para os seus sites e também para as aplicações dos dispositivos móveis onde se apresenta um igual crescimento na adesão ao fluxo de informação nos espaços das redes sociais, nos EUA. O estudo revela também que os hábitos de consumo dos cidadãos têm também impacto neste aspeto, levando a uma multiplicidade de escolhas e experiência nas plataformas móveis e que se apresentam com sinal de contínuo crescimento.

Deste modo podemos ver que o conceito de “convergência” representa a junção dos novos *media* digitais e dos antigos meios perante uma disponibilização de conteúdo noticioso que permite várias linguagens dentro da rede. Há uma hipermediação ligada à convergência de linguagens que os meios possibilitam. Estas mudanças dão-se não só ao nível tecnológico, mas num processo multidimensional que inclui também mudanças ao nível empresarial, profissional, de conteúdos e também na relação entre os produtores de informação e os seus consumidores.

É um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais da telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregadas, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que são distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma (Salaverría; Avilés; Masip, 2010, p. 59).

Este processo que integra as múltiplas linguagens de cada *media* abre um caminho de “crescente hibridação de conteúdos e formatos oferecidos ao público através de diversas plataformas” Salaverría (2010). Colocando as notícias num novo ecossistema, o chamado “ecossistema mediático” (Canavilhas, 2010a) e que se traduz na mudança do ecossistema comunicacional. Como explica Salaverría (2010) as empresas jornalísticas procuram liderar as

² <http://www.pewresearch.org/>

mudanças no processo de informação devido ao desapego do público perante os meios tradicionais e à viragem na adaptação às novas plataformas digitais. Este efeito da convergência destaca-se na cobertura jornalística que se disponibiliza pelos vários meios. Já Jenkins (2006) na sua obra sobre a cultura de convergência refere isso mesmo, que os meios antigos e os novos meios colidem “onde os meios populares se entrecruzam com os corporativos, onde o poder do produtor e do consumidor mediáticos interagem de formas imprevisíveis” (p.2).

O jornalismo encontra-se, assim, diante de novos cenários: o formato, as linguagens e a sua distribuição mudaram. Jernkins (2006) defende que o processo de convergência “altera a relação entre tecnologias existentes, as indústrias, os mercados os géneros e o público” (p.15). Deste modo o profissional que o produz teve de se adaptar aos novos desafios lançados pelo online e o modo de recepção é hoje um campo de interação contínua e imediata. Concha Edo refere que o jornalismo praticado online, é um modelo de jornalismo que tem que apresentar uma informação digital que seja:

interativa, pois permite a participação direta e imediata; é personalizada, porque torna possível a seleção ativa dos conteúdos; é documentada, graças ao hipertexto e às ligações; é atualizada porque as notícias são publicadas logo que são produzidas e altera-se o conceito de periodicidade; integra todos os formatos jornalísticos - texto, áudio, vídeo, gráficos, fotos - num só meio que é multimídia; e requer uma nova conceção do desenho que vai muito mais além da estética e deve, sobretudo, facilitar ao leitor a navegação (2007, p.7).

A prática jornalística online impõe que se faça uso de uma dinâmica para apresentar a informação, seja na forma como se estruturam os conteúdos, tendo em conta as características dos leitores, e também a interatividade que a rede permite entre os utilizadores com os meios e os próprios jornalistas. Do ponto de vista de Concha Edo (2007) é necessário “adaptar a linguagem às possibilidades da nova situação tecnológica e social” (p.11). Portanto, a linguagem jornalística online tem de saber fazer uso das características *web* e responder ao que os leitores procuram. Deste modo, a exigência na responsabilidade dos jornalistas está diretamente relacionada com duas questões, “a atualidade e utilidade do que se comunica e a verificação completa dos dados” (Edo, 2007, p.11). Esta é outra preocupação deste trabalho que pretende, por isso, responder à seguinte pergunta de investigação: **A ânsia da velocidade desvirtua características elementares do jornalismo, como a verificação dos factos?**

O modo como a mensagem é transmitida é a característica maior da linguagem do jornalismo, isto porque se adquirem códigos e estruturas de construção que são diferentes em cada meio de comunicação (Canavilhas, 2007a, p.49). Sousa (2013) apresenta a ideia de Lage (1999), quando este defende que a linguagem jornalística tem a sua origem no conteúdo noticioso e que o objetivo é conseguir processar informação para um consumo imediato. Assim, reportando-nos ao conteúdo informativo este necessita, como diz Canavilhas (2007a) de

seguir um conjunto de regras já estabelecidas uma linguagem clara; concisão: escrita sem ambiguidades; clareza: fazer a utilização dos verbos na voz ativa e no modo indicativo; captação do recetor: apresentar os factos mais importantes no início da notícia; linguagem de produção coletiva: diferentes responsabilidades desde o repórter, produtor e editor; e a linguagem mista: o uso de diferentes códigos icónicos, sonoros ou linguísticos. Edo (2007) refere também o código audiovisual e acrescenta que a linguagem do jornalismo online se pode caracterizar pela linguagem múltipla que apresenta. A informação gerada na internet, na visão de Edo (2007), “unifica as distintas linguagens numa só e leva-nos a utilizar de forma simultânea todas as que já conhecemos” (p.13). A linguagem do webjornal na visão de Gutiérrez e Rodrigues (2013) deve ser clara, concreta e sem rodeios oferecendo assim, de modo simples e rápido a informação aos leitores.

A designação de linguagem múltipla está diretamente relacionada com a parte linguística, mas também com os vários elementos icónicos que são integrados nas páginas online dos jornais: imagens em movimento, vídeos, fotografias, infografias (Canavilhas, 2007a). A implementação destes vários elementos icónicos numa notícia, torna a sua mensagem muito mais fácil para o leitor, bem como, a escolha do leitor corresponderá aos seus interesses, pode optar por ver a fotografia, fazer *link* no vídeo e até mesmo partilhar o assunto que acabou de ler. Ou seja, esta capacidade múltipla abre a possibilidade de mais escolhas.

A estrutura narrativa da construção noticiosa no online tem o foco principal na questão do tempo e espaço ao qual o conteúdo informativo é disponibilizado, e assim, o demarcam de todos os outros modos de produção noticiosa.

o aspecto temporalidade é elemento constituinte fundamental para a estruturação de narrativas que se utilizam da linguagem digital. Assim sendo, ao pensarmos na informação jornalística expressada em linguagem nos meios digitais, há que considerar as variáveis tempo e também lugar (ou espaço) como integrantes diferenciais (Corrêa, 2005, p.312).

Atendendo à temporalidade e espaço da narrativa digital, a instantaneidade é a característica do webjornalismo que marca este trabalho. A forma rápida com que se recebem e produzem os conteúdos informativos coloca desafios às redações, a origem da informação “o lugar” passa a ser uma incógnita, pois pode chegar através de profissionais e utilizadores de qualquer parte enviando os conteúdos diretamente via dispositivos móveis. Os meios digitais têm a responsabilidade e o desafio de fazer corresponder a informação a um formato que se caracteriza pela linguagem que disponibiliza ao público.

Os ambientes dos meios tem uma ecologia, onde é estudada a estrutura, o conteúdo e a forma como estes interagem com o público. Assim, de acordo com Canavilhas (2010a), o sistema mediático apresenta três tipos de fatores, os mediáticos, que estão ligados às relações que os próprios meios estabelecem; os contextuais que têm a ver com o espaço e o

modo como se realizam os consumos mediáticos; e os tecnoambientais que estão relacionados com as ações dos consumidores (público) com o ecossistema mediático.

Da palavra falada à escrita, ao complemento da imagem e mais recentemente dos conteúdos multimédia e hipermédia, temos diferentes formatos para as várias plataformas. Um processo evolutivo onde se estabelecem pontes entre os antigos e os novos meios. Os ambientes são diferentes mas o objetivo dos *media* é o mesmo, disponibilizar conteúdos, considerando diferentes formatos, ao público.

A natureza do ecossistema mediático da atualidade é a reconfiguração constante de ambientes, permitindo à sociedade viver uma acentuada liquidez de conteúdos nos vários formatos, não deixando que se estabeleçam hábitos e rotinas.

A liquefacção materializa-se numa fragmentação social em que as instituições perdem peso face a uma individualização crescente na produção e no consumo de informação. Nesta situação verifica-se uma alteração nas duas componentes - relacionadas com os meios e com ambientes que, para além de se influenciarem mutuamente, facilitam ainda o surgimento de novos factores próprios de um ecossistema e que passam, também eles, a exercer influência na distribuição de forças (Canavilhas, 2010a, p. 2).

A natureza do sistema mediático é uma evolução dos meios que se complementa entre si, e permite que se criem laços e extensões humanas no ambiente. Canavilhas (2007a) recupera a ideia de McLuhan, “o meio é a mensagem” (p.15), para defender que que um novo meio reúne características dos meios anteriores, estabelecendo a sua própria linguagem e, por isso, como refere Canavilhas (2007a) cada meio tem especificidades próprias que muitas vezes advêm da soma de características de meios já desenvolvidos anteriormente.

E, é neste ambiente de relações e ligações que temos com o jornal, o telemóvel, o *tablet* ou o *smartphone*, um ecossistema de meios interligados que faz do homem a sua extensão e desenha uma nova forma, que é diferente do sistema tradicional. Não o anula, mas torna-o mais forte, porque este novo ecossistema mediático inclui as partes e avança para uma interatividade total.

Nota-se que o jornalismo tomou o ambiente do ecossistema, a transposição da informação noticiosa para o ambiente mediático trouxe novos modos ao jornalismo principalmente na relação que se molda junto do público.

Essa população de consumidores de internet e, também de informação, foram moldadas pelas características do meio. Assim como a internet oferece a possibilidade de interatividade, agilidade, atualizações em tempo real, recursos audiovisuais e velocidade para disponibilizar a informação, os receptores alimentados pelo jornalismo online, tornaram-se acostumados a consumir informação nesse mesmo ritmo (Lima, 2010, p.3).

Os desafios passam pela adaptação aos novos formatos e suportes que surgem como plataformas para a expansão do jornalismo na rede. Estas plataformas, por sua vez, mudam a linguagem e a

narrativa do jornalismo. Isto porque a linguagem dos meios digitais converge para um vasto campo de linguagens de meios anteriores como já foi referido. O papel do hipertexto e do hipermédia moldam a linguagem do jornalismo online, uma ligação de *links* desde texto, fotos, infografias numa narrativa não linear onde a navegação hipermédia oferece ao leitor o acesso livre a um conjunto de informação (Sousa, 2013, p. 7-9). Para Canavilhas, o Webjornalismo tem uma linguagem “constituída por palavras, sons, imagens - estáticas ou em movimento - hiperligações, tudo combinado num todo coerente, interactivo, aberto e de livre navegação para os utilizadores” (Canavilhas, 2005 p. 2).

Um dos desafios do jornalismo no atual cenário online e convergente, passa pela própria linguagem dos dispositivos móveis (especialmente *smartphones* e *tablets*), e redes sociais (*Facebook* e *Twitter*), e também pelo sistema descentralizado que o conteúdo que circula nas redes sociais disponibiliza aos leitores. Sousa (2013) refere que as redes sociais, são vistas como “vitrines de conteúdo noticioso publicado nos portais jornalísticos” (p. 11-12).

Assim, como o modo de construção da notícia na *web* tem exigido novos contornos em volta do modelo adequado para a disponibilização da informação, verifica-se que a pirâmide invertida usada nos meios tradicionais, vem sendo substituída online, pois têm surgido propostas que se adequam melhor ao meio e aos novos suportes móveis. Carol Rich (1998), propôs um modelo não linear evidenciando o papel da contextualização por blocos informativos onde o leitor pode usufruir de um campo informativo mais vasto. Mario Garcia (2002), apresentou o modelo “copo de champanhe”, segundo o qual cada fragmento informativo terá o papel de despertar a curiosidade do leitor. Em 2005, Ramón Salaverría expõe uma arquitetura com vários blocos de textos unidos por hiperligações com estruturas unilineares onde a escolha do leitor fica restrita podendo apenas seguir as ligações existentes e, nas estruturas multilineares existe a possibilidade de mais ligações que se subdividem em duas tipologias: a arbórea, onde cada bloco de texto está ligado a outros abrindo espaço à navegação de modo linear; e a reticular, implica múltiplas ligações entre os textos deixando mais liberdade e possibilitando múltiplas ligações. Canavilhas (2006) defende a arquitetura da “pirâmide deitada”, onde a notícia é formada por níveis de informação ligados por *links*, o que permite ao leitor uma livre navegação que passa por quatro níveis de leitura, a base que é o resumo do acontecimento; a explicação, faz a primeira hiperligação e completa a informação dada no nível anterior; a contextualização, que disponibiliza mais informação sobre a notícia e por último a exploração, que estabelece ligações com outras informações externas, como arquivos (Canavilhas, 2014, p. 10-15).

Paul Bradshaw em (2007) apresenta o modelo *The News Diamond* que se enquadra numa sequência de textos, (vídeos, fotos e infografias), onde o fluxo de informação criando uma leitura de aprofundamento por nível de contexto e velocidade de distribuição, acrescentando-se ainda o papel dos dispositivos móveis, *blogs*, email e redes sociais. Sendo a instantaneidade o ponto principal deste trabalho cabe entender melhor neste modelo, nomeadamente o modo

rápido de receber uma informação (alerta), e como se desenvolve o processo de atualização permanente à medida que a informação vai sendo contextualizada, considerando também o papel das novas plataformas e os dispositivos móveis.

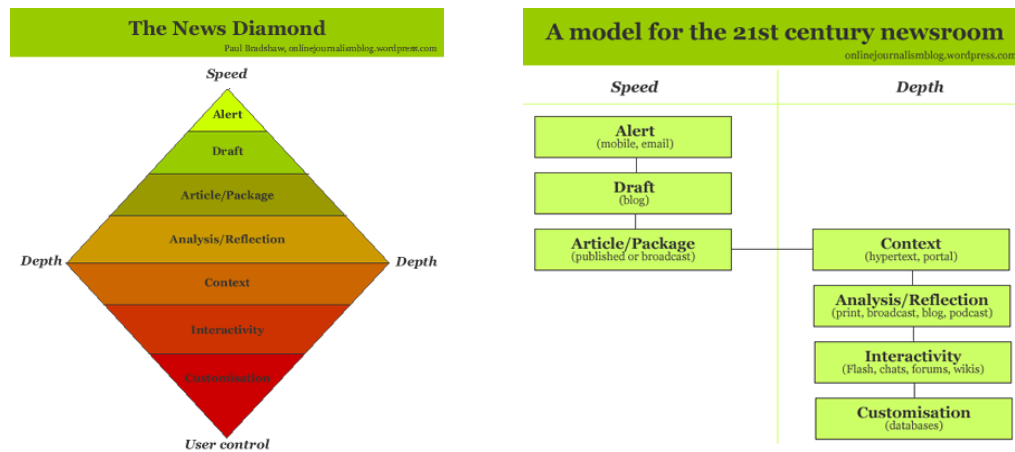


Figura 1. Modelo *The News Diamond* proposto por Paul Bradshaw (2007)

Bradshaw apresentou este modelo pensando numa resposta ao ambiente convergente que os *media* têm no digital. No plano da velocidade (*speed*) o primeiro nível é o alerta (*alert*) uma distribuição curta e imediata com distribuição para as várias plataformas; no segundo nível (*draft*) é distribuída mais informação, através de *links*, etc.; no terceiro nível (*article*) é quando a ligação remete para o site com informação fundamental sobre a notícia; já no plano da profundidade (*Depth*) a notícia vai sendo contextualizada (*context*) com atualizações permanentes; o quinto nível designa-se (*analysis*) e consiste na análise que especialistas, *bloggers* e interessados efetuam; o sexto nível é a interatividade (*interactivity*) que se estabelece com o público gerando comentários e visitas; por último a personalização (*customisation*) da informação que responde aos interesses dos leitores.

Este modelo apresentado por Bradshaw (2007) potencia dois momentos fundamentais de uma notícia, a rapidez de distribuição na ocasião do acontecimento e a personalização que vai sendo estabelecida numa ligação forte com os leitores pela rapidez de resposta e pela disponibilização nas várias plataformas. Procura-se, com este trabalho, responder à seguinte pergunta de investigação: **À medida que a informação sobre determinado tema é avançada de modo instantâneo verifica-se um equilíbrio com o aprofundamento e a contextualização sobre o acontecimento?**

Mais recentemente, em 2010, Laura Martinez e Sueli Ferreira, apresentaram o modelo “Black’s Wheel” arquitetura que se desenvolve por blocos informativos independentes e interligados entre si, onde uma vez mais o campo de liberdade dos leitores se torna um fenómeno adequado para a técnica de redação das notícias em ambiente da *web* (Canavilhas, 2014, p. 10-17). Todas

estas mudanças assinalam o desenvolvimento de novos formatos que procuram responder aos desafios impostos pela necessidade de atualização constante da informação no jornalismo online.

Apesar das mudanças e dos novos formatos e suportes que surgem em volta da linguagem do jornalismo na *web*, pode-se verificar que “a reconfiguração do jornalismo e da linguagem jornalística desde o surgimento da internet é algo indiscutível”. Pois, com o desenvolvimento das tecnologias “vivemos um período de reconfiguração, em que são testados e criados novos modelos de linguagem, seja para a *web*, seja para os dispositivos móveis ou para as redes sociais” (Sousa, 2013, p. 13). À medida que surgem novas ferramentas e plataformas, a linguagem jornalística vê-se obrigada a fazer reajustamentos, no sentido de atender e responder às novas configurações tecnológicas.

Hoje não há um lugar para se consumir informação. As novas ferramentas, pela ubiquidade e instantaneidade, permitem que se receba e difunda informação em qualquer lugar, desde que se tenha acesso à internet. Esta mudança apresenta o papel que o jornalismo adotou, a capacidade de operar num vasto conjunto de características dos meios anteriores e consolidá-las com o espaço *web* e a incorporação de novas linguagens e suportes. O jornalismo é o mesmo, as formas de o fazer, distribuir e receber é que são diferentes. Há novos formatos que dão origem à convergência de novas linguagens que por sua vez, caracterizam o novo ecossistema mediático.

1.2. Webjornalismo: a noticiabilidade online

Há uma necessidade clara de responder aos desafios noticiosos na rede global. A instantaneidade da informação e o seu fluxo contínuo exigem uma nova linguagem e diferentes práticas. “É certo que a agilidade se consagrou como característica do jornalismo, mas a *web* instaurou o sentido do imediatismo” (Amadori & Marques, 2011, p.1). Portanto, os modos de fazer jornalismo tradicional não foram abandonados mas a transposição para a *web* implantou um novo modo de lidar com a informação e de fazer a matéria informativa ser notícia. A questão da velocidade com que os profissionais têm de responder ao imediato dita um novo papel a cumprir, ser o primeiro a dar a boa nova em primeira mão. O valor notícia do online passa pela rapidez de resposta, pela instantaneidade (Amadori & Marques, 2011).

Falar em critérios de notícia não é uma questão recente, pois já naquela que é considerada a primeira tese a debruçar-se sobre a temática do jornalismo, de Tobias Peurcer, em 1690, *De relationibus novellis*, apresentada na Universidade de Leipzig, na Alemanha, o autor apontou algumas considerações sobre os critérios de notícia, pensando no que deve e não deve ser publicado (Ferreira & Dalmonte 2008, p.124).

A forma de noticiar encaixa numa compreensão de critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, que consagram a construção do jornalismo. A internet permitiu uma atualização constante e imediata da informação, mas isto não coloca de parte a necessidade de fazer uma triagem às matérias que possibilitam ou não, a construção de notícias. Na era das redes, onde tudo e todos estão ligados na aldeia global, é imprescindível que se faça uma seleção descortinada daquilo que deve ser noticiável. Traquina (2002) refere que a noticiabilidade representa um:

conjunto de critérios e operações que fornecem aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou um assunto, são susceptíveis de se tornar notícia, isto é, serem julgados como transformáveis em matéria noticiável, por isso, possuindo valor-notícia (Traquina, 2002, p.173).

Os critérios de noticiabilidade pretendem através da rotina produtiva fazer a ligação ao real, sendo que é pela produção jornalística que surgem os valores-notícia para fazer corresponder os factos ao que deve ou não ser transformado em material noticioso (Ferreira & Dalmonte, 2008, p.124). Assim, a caracterização do papel da noticiabilidade na definição do que deve ser considerado notícia é importante para que se aceite, o discurso jornalístico como estrutura fiel ao real (Ferreira & Dalmonte, 2008).

Se recuarmos um pouco no tempo damos-nos conta de que a atividade jornalística ganhou um novo objetivo sendo este a disponibilização de informação e não de propaganda (Traquina, 2004). Foi neste sentido que nasceram os valores que identificam ainda hoje o jornalismo, no sentido de procurar informar o público de forma relevante buscando sempre a verdade com a prática de um trabalho exato e isento de sensacionalismos. Traquina (1993) defende que ao passo que “um acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento” (p.168), ou seja, o profissional tem um papel ativo na construção da realidade que retrata.

A abordagem ao conceito de noticiabilidade implica uma breve definição de notícia. Gradim define notícia como um texto informativo cujo objetivo é ser curto, claro, directo, conciso e bem elaborado (Gradim, 2000, p.57). Sousa (2000) refere também que notícia é um “acontecimento que se debruça sobre outro acontecimento” (p. 29).

Galtung e Ruge (1993) referem que não é fácil explicar o que é notícia mesmo para os profissionais mas “a regularidade, a ubiquidade e a perseverança dos media noticiosos transformá-los-ão em competidores de primeira categoria em busca da primeira posição” (p.62). Os autores apresentam uma metáfora quando comparam o mundo a um conjunto de estações radiodifusoras onde cada uma dá resposta ao acontecimento que esteja a ocorrer.

A emissão é contínua, correspondendo ao axioma de que está sempre a acontecer algo a qualquer pessoa no mundo. O conjunto de acontecimentos mundiais, então é como uma

cacofonia que se obtém quando se procura sintonizar um posto num receptor de rádio, e sobretudo se isso for feito rapidamente em onda média e onda curta. É óbvio que esta cacofonia não faz sentido, e só pode ser intelegível se um posto for sintonizado e escutado durante algum tempo antes de passar para o seguinte (Galtung & Ruge, 1993, p. 63).

No ambiente digital onde a informação abunda permanentemente e de modo instantâneo torna-se complicado que todos os acontecimentos sejam noticiados, principalmente pela necessária triagem da tarefa de verificação, para isso, como defendem Galtung e Ruge (1993) é necessária uma seleção que saiba chamar atenção do leitor. Deste modo o jornalista “perscruta os fenómenos e seleciona e distorce, e o mesmo faz o leitor” (Galtung e Ruge, 1993, p.72).

A previsibilidade das notícias, diz-nos Traquina (2004), deve-se precisamente aos critérios de noticiabilidade ou seja, aos valores-notícia que cada empresa jornalística partilha nas suas linhas editoriais pela mão dos profissionais. Também Sousa (2000) refere que a previsibilidade ou imprevisibilidade dos acontecimentos é uma marca distintiva na natureza das ocorrências.

Traquina (1993) coloca em questão porque é que “as notícias são como são”? E, seguidamente responde que “as notícias são como são porque a realidade assim as determina” (p.133) e, por isso, estas são o “espelho” dessa mesma realidade. Galtung e Ruge enumeraram doze critérios usados para esse efeito.

1) a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponde ao que se espera que aconteça; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é, a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados; 9) a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor notícia da proeminência como do actor do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; 12) a negatividade, ou seja, segundo a máxima “bad news is good news” (Traquina, 2004, p.101).

Assim, a noticiabilidade define-se pelo conjunto de processos que têm mérito de tratamento jornalístico, portanto que possuem valor de notícia. E, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia, que determinam se um dado acontecimento ou assunto é suscetível de vir a ser notícia, ou seja, são remetidos a uma observação como mercedores de se transformarem em matéria noticiável, portanto, possuem *newsworthiness*³ (Traquina p.96). Segundo Mauro Wolf (2009), considerando o “conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias, podemos definir os valores/notícias (*news values*) como uma componente da noticiabilidade” (p.195). Portanto, as matérias informativas seguem as regras base do “sistema jornalístico” (Sousa, 2000, p. 29), cumprindo os critérios e valores notícia a que os acontecimentos são submetidos. Mauro Wolf (2009) salienta que os valores notícia provêm de considerações relativas

³ *Newsworthiness*; conceito utilizado por Traquina (2004) para denominar o valor-notícia de uma matéria que é suscetível de ser noticiável

a) às características substantivas das notícias; ao seu conteúdo; b) à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; c) ao público; d) à concorrência. A primeira categoria de considerações diz respeito ao acontecimento a transformar em notícia; a segunda, diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização; a terceira, diz respeito à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários e a última diz respeito às relações entre os mass media existentes no mercado informativo (Wolf, 2009, p.200).

Relativamente ao tratamento que se faz dos acontecimentos, isso está relacionado com a categoria das notícias. Sousa (2000) faz referência às várias denominações de uma notícia que Tuchman (1978) referiu e que estão subjacentes a esse tratamento: de acordo com o acontecimento podem ser “*hard news*”, notícias “duras”; relacionadas com ocorrências sem grande importância são designadas “*soft news*”, notícias “brandas”; e ainda “*hot news*” notícias “quentes” que têm um vínculo forte com as notícias “duras” e também no que respeita a acontecimentos imprevistos, as “*spot news*” e por fim as “*running stories*” notícias em desenvolvimento (p.29). Schlesinger (1993) fala que quanto mais imediata for a informação mais quentes são as notícias, esta é uma característica que a instantaneidade desenvolve no jornalismo digital, os acontecimentos são de forma imediata disponibilizados por alertas. O processo que se desenvolve posteriormente tem por natureza a contextualização e o aprofundamento como apresentou Bradshaw no seu modelo. Schlesinger (1993) salienta o que faz durar o tempo de uma notícia:

A duração de uma «estória» num boletim noticioso indica a sua noticiabilidade. (...) A duração aumenta ou baixa de acordo com a maior ou menor importância da «estória». (...) Quanto maior for o tempo da «estória» maiores hipóteses terá o jornalista de exercitar a sua capacidade de combinar palavras, gráficos, sons, fotografias, filmes” (Schlesinger, 1993, p.183).

A noticiabilidade está relacionada com o imediatismo com que os jornalistas processam a informação, pois deriva da “agitação, rapidez, imprevisibilidade” (Schlesinger, 1993, p.184), de modo que “a urgência é tanta que o transtorno, o *stress*, a excitação e o drama criados pela chegada da notícia de última hora” (Schlesinger, 1993, p.185) é ideal para retratar o papel da noticiabilidade num ambiente *web*.

A realidade do jornalismo online é ser imediato, é dar a informação em primeira mão e à frente de outras entidades concorrentes. Mas culmina aqui um ponto interessante e um tanto “contraditório”, pois, sabe-se que o jornalismo pretende informar com rigor e exatidão perseguindo como elemento fundamental a verdade dos factos, mas ao mesmo tempo esse tratamento instantâneo e noticiável “corre” no desempenho dessa tarefa, o que faz criar a ideia de contradição. Contudo, é neste ambiente de velocidade e atualização permanente que o jornalismo opera disponibilizando informação com verdade e rigor ao público. António Fidalgo repara que no jornalismo online:

tal como ocorre na rádio e na televisão, as primeiras notícias, ou as notícias de última hora, são dadas de forma extremamente lacunar, deficiente mesmo, que só as notícias posteriores vêm não só completar, mas também modificar e corrigir. A urgência da imediatidade sobrepõe-se às

exigências da objectividade e da verificabilidade. Nestes casos, não tem sentido falar de pirâmide invertida. É por isso que o conceito de resolução semântica - que permite incluir as noções de baixa e de alta resolução - é mais adequado para explicar a sucessão de notícias na informação online dada em contínuo. Uma primeira notícia sobre um acontecimento, que à partida surge com um determinado sentido, pode ser complementada, alterada, corrigida, à medida que outras notícias sobre o mesmo acontecimento se lhe seguem (Fidalgo, 2007, p.102).

É neste sentido que o caso de estudo a ser tratado no âmbito desta dissertação passa exactamente por acompanhar o processo de três acontecimentos de última hora e toda a actualização relacionada com partilhas, memória e aprofundamento ao longo da actualização.

As notícias são determinadas pelas forças relacionadas com uma acção pessoal, social, ideológica, cultural, física e tecnológica, tornando um acontecimento suscetível de ser noticiável (Sousa, 2000, p. 30). E, por isso, o tratamento que se faz para que um dado assunto ou acontecimento seja noticiado, passa por um conjunto de valores. Para tal, Traquina chama à atenção para a distinção de valores notícia em duas categorias: valores-notícia de selecção que como o nome indica, referem-se à escolha de um acontecimento em detrimento de outro por parte dos profissionais. Os valores-notícia de selecção subdividem-se em critérios substantivos, que estão relacionados com a avaliação que é feita ao interesse dos acontecimentos para serem noticiáveis; e critérios contextuais que fazem referência ao contexto em que é feita a notícia. E, os valores-notícia de construção, que têm a ver com a natureza da construção da notícia, são as “linhas-guia” para a disponibilização do conteúdo, pois, é neste campo da construção que se define o que deve ser destacado e o que deve ser esquecido (Traquina, 2002, p.186-187).

Os valores notícia de selecção segundo Traquina (2004) são os critérios que os profissionais usam na selecção dos acontecimentos, ou seja, na escolha de um assunto ou acontecimento que seja suscetível de ser notícia em detrimento de outro. Traquina (2002) refere os seguintes critérios substantivos: a morte que estabelece a importância do negativismo do acontecimento; a notoriedade diz respeito à cobertura das “pessoas de elite” (p.188); a proximidade tem a ver com os termos geográficos e também culturais; a relevância diz respeito à informação com um grau de importância para o público; a novidade é aquilo que é novo para noticiar; o tempo que é um valor notícia “na forma de actualidade” e pode servir também de “cabide” para referir a data de um acontecimento já passado (p.189); a notabilidade é “a qualidade da ser visível, de ser tangível” (p.190); o inesperado que surpreende a comunidade jornalística; o conflito ou a controvérsia pelo nível de violência que se possa verificar em ambientes que à partida defendem o inverso e, por último, o escândalo que resulta da omissão ou incumprimento, como foi o exemplo do “caso Watergate” (p.191). Nos critérios contextuais, Traquina (2002) indica os seguintes: a disponibilidade, ou seja, “a facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento”; o equilíbrio portanto, um tratamento racionalizado sobre as matérias que por vezes possam ser repetidas; a visualidade, ou seja, a utilização de elementos visuais, fotografias, vídeos, infografias que possam ajudar a complementar a informação; a concorrência, isto é, a tendência para

exercer uma vigilância para com outras entidades concorrentes, e por fim, o próprio dia noticioso que se adequa à rotina pois, cada dia é “um novo dia” (Traquina, 2002, p.198).

Por sua vez, os valores-notícia de construção são os requisitos que funcionam como orientadores na construção da notícia, apresentando a matéria e dando o devido realce ao que deve realmente ter prioridade. Traquina (2004) indica os seguintes valores de construção: a simplificação, que deve fazer da notícia um assunto notado e compreendido de maneira que não deve conter ambiguidade nem complexidade; a amplificação, para ser notada a notícia precisa ser ampliada relativamente ao assunto, às pessoas envolvidas e às consequências desse mesmo acontecimento; a relevância tem a ver com o sentido de importância que é dado à notícia, de modo a torná-la relevante para as pessoas; a personalização está relacionada com a valorização que os jornalistas dão ao tratamento de um acontecimento seja ele positivo ou negativo junto das pessoas de modo a que um vasto público consiga entender; e a dramatização, o relevo que é dado ao campo emocional, e ao conflito, portanto, ao tratamento de situações mais críticas (p.117-118).

Traquina (2004) refere que a notícia é um relato da realidade, e que os valores-notícia, novidade, sensacionalismo, incomum e o controverso são o mundo que é dado a conhecer aos leitores e espectadores como um resultado líquido onde a “velocidade é de importância vital” (p.22), porque como diz o autor a “notícia é deteriorável” e no âmbito da informação produzida pela força da instantaneidade isso torna-se mais visível. É pela seleção destes valores-notícia que os jornalistas operam selecionando e disponibilizando aquilo que é notícia. Estes elementos servem de “óculos” à cultura jornalística para esta conseguir ver e construir o mundo (Traquina, 2004, p.120).

Os designados critérios de noticiabilidade que temos vindo a falar são elementos base da cultura da comunidade jornalística. Como refere Traquina (2004) “o leque de valores-notícia é vasto; a paleta tem imensas cores” (p.120). Não há regras que ditem que há critérios que têm prioridade relativamente a outros, mas os critérios de noticiabilidade existem e, têm sido duradouros ao longo dos séculos (Traquina, 2004, p.121).

Um facto importante a frisar no âmbito da seleção, transformação e construção das notícias, de acordo com os critérios de noticiabilidade, é a influência das linhas editoriais. É preciso referir, embora o tratamento dos valores-notícia seja feito pela comunidade jornalística, a política da linha editorial, que pode também intervir no tratamento de seleção dos acontecimentos (Traquina, 2004, p.118). Outro aspeto apresentado por Traquina é o modo como os profissionais cobrem as ocorrências junto das instituições e fazem uso dos métodos de noticiabilidade de acordo com os factos ocorridos, isto é, os constantes encontros entre jornalistas e fontes podem “influenciar a percepção do jornalista quanto ao valor-notícia dos acontecimentos e dos assuntos” (Traquina, 2004, p.119). Também Aguiar (2009) considera que

o produto informativo surge de uma negociação que se estabelece entre os acontecimentos e o modo como se processam na linha editorial, portanto são relações que os jornalistas acordam nas várias etapas da produção informativa.

O departamento de informação enquanto subsistema de uma organização jornalística tem de lidar com um meio ambiente altamente imprevisível - as notícias. As decisões acerca da cobertura noticiosa devem ser tomadas rapidamente, com pouco tempo para a discussão ou tomadas de decisões de grupo. Assim, a estrutura do departamento de informação deve lidar com um meio ambiente em constante mudança (Soloski, 1993, p.92).

Portanto, o trabalho jornalístico tem nas suas linhas de informação os critérios de noticiabilidade como parte determinante do processo de informar. As notícias são produto resultante da matéria-prima dos acontecimentos. Esse processo acontece pela percepção, seleção e transformação que os jornalistas fazem de uma matéria e a tornam noticiável, como diz Traquina “numa palavra - ter noticiabilidade” (Traquina 2002 p. 106).

Os jornalistas vivem sobre a “tirania do fator tempo” (Traquina 2002 p. 106), e hoje, na era digital e das redes reparamos que esse fator é ainda mais importante, porque o poder da instantaneidade torna os profissionais muito mais pressionados a lidar com o imediato. Com este trabalho pretende-se responder á questão: **Os títulos das webnotícias são rigorosos em relação à informação a que se referem.**

O imediatismo representa o espaço de tempo entre o acontecimento e o momento em que é dada a notícia. O fator do imediatismo é visto pelos profissionais do jornalismo como um fetiche na relação com o tempo (Traquina, 2004). No seguimento desta ideia podemos também lembrar “a velocidade como fetiche” de Sylvia Moretzohn (2000), que também nos dá a visão do fetiche que é criado em torno da questão tempo, velocidade, imediato e noticiabilidade. Ser o primeiro, ter exclusividade naquilo que é noticiado, é importante para o jornalismo online. Wolf (2009) diz que os valores - notícia devem permitir a rapidez com que seleciona uma matéria noticiável e de modo “quase automático” (p.197).

Este aspeto, do imediatismo, da velocidade de tratamento do conteúdo e da devida verificação, são o motor de funcionamento do jornalismo online. O conceito de velocidade está presente nas rotinas das empresas jornalísticas e dos seus profissionais, pois a ideia de informar a cada milésimo de segundo, de modo instantâneo é um dos desafios do jornalismo online. Consequência desse modo rápido de dar respostas no instante seguinte à novidade, é que os jornalistas não têm tempo para pensar (Moretzsohn, 2000). Acrescenta-se ainda a competitividade que pode, por vezes, levar a um tratamento leviano dos acontecimentos e à falta de aprofundamento. Como explica Traquina (1993), a atualidade de um acontecimento é o “coração e a alma da atividade jornalística” (p.174), o atual concentra em si a noticiabilidade do que é dado a conhecer. Por este motivo o fator tempo é uma estrutura como refere Traquina (1993) que permite o desenvolvimento do trabalho diário das empresas

jornalísticas que pretendem a todo o custo responder ao que é recente, ao que acaba de acontecer. Esta é a realidade que se presencia hoje nas redações jornalísticas, que de modo instantâneo recebem grandes quantidades de acontecimentos que precisam de um tratamento rápido.

A visão de Moretzohn (2000) alerta para a realidade de hoje, são muitos os casos em que aparecem deslizes devido a essa falta de tempo para pensar. Outra realidade é a corrida contra o tempo que a comunidade jornalística enfrenta. Como diz Fidalgo, a urgência do imediato “sobrepõe-se às exigências da objectividade e da verificabilidade” (Fidalgo, 2007, p.102). É pelo julgamento noticioso que, segundo Sousa (2000, p.51), o fator tempo afeta diretamente o processo de *newsmaking* e a função de *gatekeeper* na escolha de uma determinada matéria para ser notícia. O modo rápido com que se recebe e se disponibiliza a informação é uma das preocupações que se colocam à prática do jornalismo online. Esta prática remete para a verificação dos acontecimentos, que pela velocidade com que são tratados pode em algumas situações ficar em segundo plano, como veremos mais à frente neste trabalho.

A noticiabilidade online passa pelo imediatismo, Schlesinger (1993) dá importância à rapidez com que os jornalistas lidam e refere que pertencem a uma cultura cronometrada.

A notícia é sempre um facto ocorrido e com novidade para alguém, e o sentido instantâneo de noticiar é a capacidade que o jornalismo ganhou na *web* e conciliou com as rotinas de produção (Bradshaw, 2014, p.111). A chegada da *Web 2.0* trouxe uma nova roupagem ao campo da informação jornalística. Não só as ferramentas de trabalho se reajustaram, como os profissionais e os leitores se adaptaram a um novo “visual” do jornalismo contemporâneo na era da rede. Deste modo, a instantaneidade tomou o espaço que marca a diferença no contexto da noticiabilidade online. Já Rost (2014) refere que a notícia se tornou “mais móvel e social”. Não esquecendo a memória em rede que é agora potencializada pelo hipertexto e pela velocidade de acessos.

A notícia hoje é “uma constante de atualizações”, isto porque, as novas tecnologias permitem que rapidamente se produza, publique e receba de seguida um *feedback* dos leitores pela interatividade que se estabelece. A notícia é algo que se apresenta como “novo para alguém” (Bradshaw, 2014, p.111). Neste ambiente, as empresas jornalísticas competem pela velocidade elegendo as novas tecnologias para a obtenção de vantagem na era da instantaneidade em rede, como refere o autor, existe grande pressão em ser o primeiro a dar a informação. A publicação na *web* torna-se acessível a todos os produtores e consumidores. Como refere Bradshaw abrem-se novas oportunidades junto da capacidade de publicar, consumir e distribuir. Para o autor o desafio pelo qual as notícias passam é a capacidade de produção sem limites, convergindo a captação, a produção e distribuição de forma simultânea

e potencializada. E ainda o uso de redes sociais que dão um novo sentido à distribuição online.

Os utilizadores podem influenciar os resultados do ranking de páginas listadas em ferramentas de busca ao colocarem um *link* nos *websites*, aumentando, assim, as visitas e colocando-as no topo da lista; ou ao postarem o *link* nas redes sociais (...) porque os modelos anteriores de distribuição - “*pull*” de sintonização da televisão ou da rádio e o “*push*” de receber o jornal ou revista - foram complementados pelos modelos online “*pass*”, que incorporam os *links* (Bradshaw, 2014, p. 119).

Estas novas formas de noticiar online, não anulam as formas de noticiar antigas como defendeu Franciscato (2009), pelo contrário, são repetidas e complementadas em novos horizontes, no sentido de tudo ocorrer de modo rápido, seja a atualização de um acontecimento, seja o consumo por parte da audiência e a partilha na rede. Porque no ambiente digital o espaço para disponibilizar a informação não é limitado, bem como os meios que possibilitam a convergência, o que torna possível a disponibilização de “quase tudo” o que chega às redações, e onde a instantaneidade um dado acontecimento noticiável.

1.3. Memória e Comunicação em Rede

O conceito de memória diz respeito à possibilidade de recuperar um registo na história, o que para o jornalismo pode ser fundamental, nomeadamente em termos de contextualização. Palacios lembra-nos que foi com as primeiras gravuras deixadas numa pedra por um dos nossos ancestrais do Neolítico, que os sinais de memória ficaram registados. É neste âmbito que se consegue perceber que a memória é possível de se exteriorizar, viu-se ao longo do tempo nas pinturas das cavernas, na escrita, no surgimento dos meios de comunicação e atualmente nas novas plataformas (Palacios, 2014, p.89).

o jornalismo é memória em ato, memória enraizada no concreto, no espaço, na imagem, no objeto, atualidade singularizada, presente vivido e transformado em notícia que amanhã será passado relatado. Um passado relatado que, no início, renovava-se a cada dia, e com o advento da rádio, da televisão e da *Web*, tornou-se relato contínuo e ininterrupto, nas coberturas jornalísticas 24x7 (24 horas por dia, sete dias por semana) (Palacios, 2014, p.91).

Os acontecimentos tornam-se agora mais facilmente obsoletos e fora do contexto atual, tudo isto, porque as potencialidades da *web* assim o permitem. A instantaneidade a par da multimedialidade e o hipertexto permitem uma atualização dos acontecimentos quase em tempo real o que leva uma dada notícia a ser rapidamente “esquecida”. Mas há também um outro lado, o acesso à memória torna-se também mais fácil e, aquilo que à partida é facilmente esquecido devido à fugacidade com que a informação é tratada é ao mesmo tempo facilmente consultado, avivado e novamente contextualizado com a atualidade. Este é um

dos objetivos na parte empírica, verificar se o caso de estudo em causa faz uso do recurso à memória.

Repara-se no papel que o jornalismo desempenha, um “lugar duplo” como refere Palacios, pois converge atualidade, imediatismo, registos do dia-a-dia para uma “(re) construção histórica” (2014, p.90), posterior. Simultaneamente permite recuperar factos passados e estabelecer ligações com o presente. Portanto, o jornalismo é memória em ato, na sua função de ser concreto, atual, no espaço, seja no presente ou passado, consegue a cada instante atualizar de modo contínuo, como dizia Palacios, reconstrói histórias.

Atualmente, com a quantidade de informação que circula na rede, o seu fluxo contínuo, o ambiente multiplataforma, vários formatos e linguagens, novos ecrãs, abre-se espaço à interação. Como refere (Palacios, 2014, p.94), estamos diante de uma realidade vasta, que altera a ideia fixa de emissores-recetores. As potencialidades da *web* quebram as formas da imobilidade da informação. Hoje a realidade que temos é de uma vasta plataforma de hiperligação multimediática e interativa onde o outro lado do mundo está próximo, seja no computador, no telemóvel no *tablet* ou no *smartphone*. “O mundo começou a fluir não apenas de modo continuado, mas também de forma multi-linear e personalizável, nos muitos ecrãs que compõem o nosso contemporâneo de meios convergentes, múltiplas interfaces e plurivocalidades” (Palacios, 2014, p.95).

Características do webjornalismo como a instantaneidade e a interatividade abrem caminho à participação dos utilizadores. Por sua vez, a capacidade de processamento e armazenamento possibilitam uma alimentação contínua das bases de dados. Já as funcionalidades do hipertexto e do multimédia estabelecem ligações. Como diz Palacios, “disponibilizam espaço virtualmente ilimitado para o armazenamento de informação que pode ser produzida, recuperada, associada e colocada à disposição dos públicos-alvo visados” (2014, p.95).

É neste campo de interação ligada à rede pelos vários ecrãs, que a memória em rede ganha vida de modo plural e multiplataforma, e permanece de maneira a ser acedida a qualquer momento de qualquer parte do globo. Como refere Fidalgo e Canavilhas (2009), “realiza-se plenamente o desiderato de um acesso à rede a qualquer hora e em qualquer lugar” (p.103), e “as pessoas poderão entrar ativamente no fluxo informativo” (p.117). Na atualidade assinala-se a importância da informação instantânea e de formato curto que permite um acesso rápido onde se pode comentar, reenviar, ignorar ou mesmo apagar a notícia (Fidalgo & Canavilhas, 2009).

Na produção noticiosa impressa e mesmo nas emissoras de rádio e televisão procurava-se informação referente ao passado em espaços de memória físicos. Na atualidade recuperam-se facilmente conteúdos assegurados por arquivos digitais, seja texto, áudio ou vídeo. Há um

processo contínuo, como sublinha Palacios (2014), “no jornalismo em rede com relação a suportes anteriores” (p.96). A produção jornalística em *web* tem o seu lugar de arquivo alterado, pois o espaço de memória da informação em rede passa de simples complemento informativo de pesquisa para a “posição de fonte noticiosa direta” (Palacios, 2014, p.96). A importância da memória no jornalismo online é entendida por Palacios (2004b), como espaço ilimitado que quebra com os limites físicos da memória. E, o jornalismo tem assim, pela primeira vez uma “memória múltipla, instantânea e cumulativa” (Palacios, 2004b, s/p).

A conjugação de Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interactividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória que cremos ser legítimo afirmar-se que temo nessa combinação de características e circunstâncias uma ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores. Voltamos a insistir que ao fazermos esse tipo de afirmação, **estamo-nos** a referir a possibilidades que se abrem tanto para os produtores quanto para os utentes da Informação jornalística. A realidade da prática jornalística na *Web* aproxima-se ou distancia-se de tais possibilidades abertas, conforme os contextos e produtos concretos disponíveis hoje na Internet (Palacios, 2004b, s/p).

Neste ambiente de comunicação em rede, cada vez mais os arquivos documentais são digitalizados e abertos ao público estabelecendo espaço para um acesso rápido e fácil não só para os produtores noticiosos (entidades jornalísticas), como para os utilizadores (recetores). Veja-se, por exemplo, a hemeroteca online do jornal espanhol *La Vanguardia*⁴.

É necessário pensar a importância que a memória tem junto dos utilizadores, a informação é cada vez mais fluída, isto porque, os meios atuais assim o possibilitam e a quantidade de informação disponibilizada na rede também se apresenta como “fluxo mediático” (Palacios, 2014, p.96), capaz de contextualizar de modo rápido e eficaz a atualidade e a registos passados que vão sendo disponibilizados na rede, e contextualizados com informação recente.

Podemos aqui exemplificar com as reportagens de “cunho memorialístico” (Palacios 2014, p. 98), ou seja, reportagens que retratam um acontecimento passado e o transportam até à atualidade, fazendo a ponte entre a história que já foi contada e o agora⁵.

Portanto, como explica Palacios (2014), a memória em rede é usada pelos produtores jornalísticos e ao mesmo tempo serve os utilizadores, dando-se o nome deste processo “*empowerment*”⁶ onde estes, podem aceder e utilizar a informação arquivada.

Esta disposição da informação pela digitalização e pela sofisticação das bases de dados traz consequências que se tornam visíveis nas rotinas produtivas das redações jornalísticas, nos modelos de negócio, nos modos de narrativa diferenciados e no modo de interação que se

⁴ <http://www.lavanguardia.com/hemeroteca/index.html>.

⁵ Exemplo do tipo de reportagens que fazem uso dessa busca memorialística, são os Perdidos e Achados, reportagens semanais da SIC.

⁶ *Empowerment*, conceito usado por Palacios, o autor explica que o conceito está relacionado com o contexto na construção das notícias por parte dos utilizadores através da memória arquivada em bases de dados à disposição dos utilizadores (Palacios, 2014, 89-110).

estabelece com o utilizador. Consequências estas que destacam a importância da memória para o trabalho jornalístico, na estruturação e edição dos conteúdos, que podem incorporar elementos como “comparações, analogias, nostalgia, desconstrução etc.” (Palacios, 2014, p.97). Como diz o autor, tornou-se praxe, a construção e edição que faz uso e remete para a memória (Palacios, 2014). Através, de *tags*⁷ e palavras-chave os textos passam a estar remetidos por *link* associando temas como “*leia mais, veja também, notícias relacionadas* etc.” (p.97), que levam ao aprofundamento da informação em rede. O *clipping*⁸ digital pode também constituir um instrumento interessante no que diz respeito à questão da memória, facilitando o acesso a trabalhos jornalísticos sobre um determinado tema.

Vive-se hoje com o “fantasma de guardar tudo” (Palacios, 2014, p.101), há uma saturação de memórias que crescem e se multiplicam, temos a necessidade de guardar tudo em algum lugar, e as potencialidades do digital assim, o possibilitam arrastando-nos para uma “imersão no mundo virtual” (p.101). Como defendeu (Castells, 2005, p. 606), a “rede é um conjunto de nós interligados”, capazes de se propagar fazendo ligação a novos nós, criando um ambiente de sistema aberto e dinâmico. A memória em rede é o processo que “ilustra imagetivamente a situação das sociedades contemporâneas” (Palacios, 2014, p. 101). A relação entre memória e história, segundo Palacios (2014), “vê-se evidentemente afetada por esses novos dispositivos e pela proliferação dessa memória distribuída, exponencialmente produzida e em fluxo” (p.102).

Palacios remete-nos para uma questão pertinente, a qualidade da memória, “na medida em que funciona como um elemento de produção de contexto e adição de profundidade para o produto jornalístico - deve ser considerada uma das variáveis a ser observada e mensurada quando está em causa avaliação de qualidade dos jornais digitais” (2014, p. 104). E refere também a da memória digital:

devemos estar plenamente conscientes e avisados que, diferentemente da natureza sólida e perene das marcas nas rochas deixadas por nossos antepassados do neolíticos, ou até mesmo diferentemente da palpável realidade dos álbuns de viagens de nossos pais e avós, nossas marcas digitais são extremamente vulneráveis a todo o tipo de apagamento (Palacios, 2014, p. 105).

Fruto da velocidade do tempo em que vivemos e de toda a fluidez de informação de modo instantâneo a que estamos expostos, a memória em rede permite-nos assim, fazer armazenamento de tudo. A quantidade abrupta de informação e registos produzidos na rede, não vai “ simplesmente desaparecer como a água que escorre por um ralo” (Palacios, 2014, p.

⁷*Tags* ou *hashtags* são etiquetas que servem para classificar e organizar a informação. São muito utilizadas em redes sociais como o *Twitter* e o *Instagram*. No fundo são palavras-chave que precedidas do símbolo “#” permitem agregar/relacionar conteúdos semelhantes ou dedicados ao mesmo tema.

⁸ Palacios (2014, p. 98) usou o termo *clipagem* que está associado ao conceito *Clipping*: é o conteúdo que é divulgado nos media “(TV, jornais, revistas, sites e rádio)” tem um papel estratégico e bastante inovador, pois tem o poder de indicar a localização “das notícias nas respectivas editoriais, o nome dos repórteres e a data da publicação da matéria” (Mauad, 2009, p. 7).

104), mas a vulnerabilidade a que estamos expostos é como diz Palacios não “de um paradoxo, mas antes de uma consequência” (2014, p. 105). Já Canavilhas (2004) explica que, há semelhanças e dissemelhanças do funcionamento da memória no homem e na internet, o autor exemplifica o esquecimento, sendo que na base de dados acontece com a falha de hiperligações (p.3).

O alcance que a memória em rede tem é de uma inegável possibilidade de ser uma memória coletiva onde espaço e tempo são reduzidos ao momento de pesquisa de forma imediata (Canavilhas, 2004). Entenda-se que hoje toda a informação que é disponibilizada na rede permanece em repositórios e arquivos digitais o que faz desta realidade uma “biblioteca memorialística” ou seja, a informação pode ser consultada de modo fácil através da internet tanto para os jornalistas quanto para os cidadãos. No campo do jornalismo pode-se ainda falar da facilidade que se tem em conjugar matérias atuais com assuntos já passados recorrendo a ligações de assuntos noticiosos como reportagens e entrevistas já feitas anteriormente.

Canavilhas (2004) salienta que uma base de dados deve ser capaz de responder ao utilizador de maneira a que este se guie na sua pesquisa, “Onde estou? Até onde posso ir? Como chego lá? Como regresso a um ponto anterior” (Canavilhas, 2004, p. 2). Estas perguntas, embora de cariz técnico, segundo o autor, são importantes pois, pode existir muita informação disponível na base de dados, mas se o utilizador não souber estabelecer uma relação com esta, de nada vale.

A internet possibilita o acesso à informação de modo rápido e instantâneo, derrubando a fronteira do espaço e do tempo, potenciando assim, uma memória em rede que converge num ambiente social dinâmico, organizado e navegável com sentido de “comunhão e partilha” (Canavilhas, 2004, p. 6). É precisamente pela capacidade imediata e global que o espaço de memória online difere dos outros meios, pois no online há a possibilidade de reduzir “o espaço e o tempo a um momento” (Canavilhas, 2004, p.2).

As bases de dados representam para a atualidade, uma coleção de dados e informações disponíveis na rede, uma memória em rede à disposição de um clique. Suzana Barbosa (2009a) reconhece as bases de dados como uma tecnologia e sistema de informação, que com a chegada da internet e da *web* permitiram o armazenamento e partilha de informação na rede de acordo com as necessidades da sociedade. Onde os utilizadores podem aceder e fazer operações através da fácil navegação que o meio possibilita. Como refere Elias Machado (2007), as bases de dados são uma cultura do mundo virtual, ligado às novas tecnologias que organizam, distribuem e disponibilizam a informação dentro da sociedade contemporânea (Machado, 2007, p.111).

(...) num contexto de sociedade contemporânea complexa, na qual as tecnologias de informação e comunicação (TICs) permeiam as atividades da vida diária, seja no ambiente de trabalho, na educação e na produção do conhecimento, nos modos de informar, criar e consumir informações, nas esferas de criação artística e cultural, do lazer e do entretenimento, da indústria, da economia e dos serviços, das relações sociais, enfim (Barbosa, 2009a, p. 272).

Esta memória em rede que as bases de dados dispõem junto das sociedades cria um ambiente de pesquisa e interação permanente, isto é, “um mundo traduzido em bases de dados” (Barbosa, 2009a, p. 272). A função da memória em rede, não é apenas de estruturar dados e disponibilizá-los, começa-se a juntar a este processo uma nova forma social, devido à interação estabelecida nas diferentes plataformas dentro da rede.

John Pavlik (2014) apresenta como consequência do jornalismo de dados a ligação à ubiquidade, pois segundo o autor esta “possibilitou uma série de novas habilidades que envolvem a coleta de grande volume de informação.” (p.176). O papel do jornalismo na sociedade é abrangente, os leitores não são meros recetores de informação, mas antes atores que dão opinião e emitem as suas visões sobre os assuntos (p.181).

No campo do jornalismo online, a memória em rede auxilia o processo de mudança contínua através da flexibilidade e da capacidade de reinvenção. “As bases de dados têm carácter estruturante para a atividade jornalística nas suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção.” (Barbosa, 2009a, p. 273).

São mudanças ocasionadas sobretudo pela rápida evolução tecnológica; num primeiro momento, oriundas da revolução digital que popularizou o computador e os trouxe para a redação jornalística, em substituição à máquina de escrever e como ferramenta de arquivo (Foletto & Deak, 2014, s/p).

A internet e as suas potencialidades provocaram o “tsunami de dados” conceito que Grassler (2014) e Torres (2014) aplicam para ajustar o fluxo de informação que circula na rede, e provoca mudanças na prática jornalística tanto ao “nível identitário como estrutural”. Neste excesso de dados que circulam na rede de modo livre e instantâneo, pode surgir a problemática que é gerir esses conteúdos com a velocidade com que a informação é processada. Como nos explica Torres, a existência do “*overload*”⁹ de informação deixa em aberto a questão de verificação dos dados, ou seja, implementar formas de filtrar e organizar a informação dentro da rede. (2014, s/p).

Pode-se considerar que a circulação de informação jornalística toma um padrão descentralizado, onde cresce uma cultura participativa que segue de perto as publicações. As características da *web* e o funcionamento mútuo das potencialidades do webjornalismo: hipertexto, multimédia, instantaneidade, interatividade, personalização, ubiquidade e memória que aqui tratamos tornam este processo cada vez mais alargado, podendo designá-lo

⁹“*Overload*” significa sobrecarga, excesso.

de “sistema algorítmico” (Torres, 2014, s/p), onde converge a interação de profissionais e utilizadores, numa rede de circulação de dados híbrida apoiada pelos novos dispositivos móveis que disponibilizam informação em multiplataformas.

A memória está relacionada com as linguagens narrativas e com a relação que o ser humano estabelece dentro da sociedade seja de modo presencial ou virtual, pois como diz Cunha (2014), onde entre estas duas as “fronteiras desapareceram”. Neste sentido, entende-se o papel hoje exercido pelos utilizadores online, que constantemente “promovem a ideia de uma memória do instante presente” dentro da rede (p. 1260).

Colocando o papel da instantaneidade noticiosa em evidência, uma vez ser o tema central desta dissertação, importa frisar esta circulação de dados na rede, pois é uma das características que ultrapassa a informação estática e incrementa uma comunicação imediata, móvel e com carácter de atualização permanente (Torres, 2014).

O sistema de base de dados onde a informação circula a uma velocidade imparável, abriu caminho a novos modos de produção jornalística, agora os leitores podem aceder, partilhar, guardar e interagir com os sites informativos de modo instantâneo.

São alterações que foram potencializadas pela internet e meios digitais, que posicionam horizontalmente produtores e editores de conteúdo, leitores que interagem com as notícias e sistemas inteligentes que potencializam métodos de compartilhamento de informação noticiosa (Torres, 2014, s/p).

É notável que o campo do jornalismo não é o mesmo. As formas de produção, as narrativas e a linguagem estão alteradas para o novo ambiente de rede, e o repositório de informação aumenta a uma velocidade incontável. Seguindo, esta lógica também o papel dos profissionais e dos leitores está moldado a esta nova realidade. As formas de atuação mudaram, o perfil do jornalista do online é abrangente, multitarefa e o leitor é interativo.

Reparamos ao longo deste capítulo que a “memória em rede” é uma mais-valia para as instituições jornalísticas, para os profissionais e para os utilizadores. Contudo, é necessário pensar na verificação da informação instantânea e na forma como se disponibilizem conteúdos detalhados. Pavlik (2014) salienta que é necessário que os profissionais assumam um papel ativo e coloquem em prática técnicas de verificação perante a informação que chega às redações (p.167).

A velocidade é uma faca de dois gumes no mundo da distribuição de notícias. Embora exista grande valor em veicular notícias precisas à velocidade da luz para uma comunidade global, há também o risco de se espalhar rapidamente os erros em reportagens (Pavlik, 2014, p.166).

O fluxo de informação noticiosa online circula na rede à disposição de qualquer cidadão. Num ambiente de excesso de informação, surgem a cada momento novos assuntos e atualizações

instantâneas. Todos procuram, todos partilham e participam num ambiente de interação permanente. E, é neste ambiente de múltipla quantidade de informação nas diversas plataformas, a uma velocidade imparável, que surge o problema de saber decodificar e distinguir uma boa informação de uma má informação, como veremos nos próximos capítulos desta dissertação.

Capítulo 2. O Profissional do Webjornalismo

Quando em 1994, na Califórnia, o jornal *San Jose Mercury News*¹⁰ apresentou uma edição exclusivamente online (Castilho, 2005) a internet ganhou novos admiradores, os meios de comunicação voltaram-se para um veículo que os divulgasse de modo mais rápido. Uma nova plataforma para a indústria das notícias procurou adaptar-se ao ambiente da *web* com mudanças nas rotinas de produção e novas exigências na qualificação dos profissionais (Rodrigues, 2009).

Para entender a adaptação dos profissionais que tem vindo a ser feita no jornalismo, é essencial observar o perfil que os jornalistas têm vindo a desenvolver. As características do meio redefiniram as características de um profissional confrontado com caminhos movediços (Fidalgo, 2005). O desempenho das tarefas jornalísticas, a interação participativa dos leitores, as formas de lidar com a pressão do fator tempo, a verificação dos dados antes da sua publicação, uma vasta rede de meios e plataformas que disponibilizam informações elaboradas por qualquer pessoa, como se falará mais à frente neste capítulo e no próximo, são fatores de adaptação face a uma “convergência de meios, de linguagens e de funções com impacto, na atividade dos profissionais da informação que passaram a ser multitarefa e multiplataforma” (Canavilhas, 2011a, p.15).

a prática do jornalismo está submetida a uma mudança profunda nos processos de apuração, produção, circulação e consumo de informações em decorrência da reestruturação do sistema capitalista, da incorporação das tecnologias digitais de comunicação da expansão das redes sociais, da mundialização dos mercados e das funções empresariais em todos os níveis. Este conjunto de mudanças contribui para a adoção da convergência jornalística (...) para definir 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, numa organização (...) atuando com processos de produção autónomos (Machado, 2010, p.13).

Esta mudança nos modos de produção noticiosa, após esta ter migrado para o online, tem sido uma adaptação que o profissional do jornalismo foi obrigado a encarar de modo rápido e eficaz, como característica da própria ferramenta *web*. Na visão de Canavilhas (2011a) o jornalismo neste ponto não se distingue das ciências exatas, primeiramente é preciso dominar os conceitos para posteriormente passar à prática (p.19). Os desafios não passam exclusivamente pelo campo tecnológico, mas também por questões relacionadas com a crise económica. Para além disso, tem-se a noção de que o público também não é o mesmo, portanto vários fatores moldam o novo ambiente e as novas formas de interagir dentro dele. Para Castilho (2005), o maior choque na rotina dos jornalistas não foi apenas sentido pelo incremento das tecnologias e na relação com o público, mas na perda do monopólio da publicação das notícias.

¹⁰ <http://www.mercurynews.com/>

A informação tem evoluído a passos largos, repara-se que desde a simples passagem do papel para o online, tem-se vindo a assistir a outras mudanças. A informação noticiosa do site dos jornais online migrou também para as redes sociais e para os novos dispositivos móveis que começam a ter uma estrutura informativa própria. São mudanças que têm vindo a suceder ao longo do tempo, embora num espaço curto, e os modos de fazer dos profissionais tem-se adaptado às consequentes evoluções da técnica nos *media*, em particular, e da própria sociedade, em geral.

O webjornalista encontra-se diante de um paradigma alargado em que, não só é necessário informar o leitor, como também orientá-lo perante o vasto campo de informação que a *web* disponibiliza. O jornalista terá um papel de “tutor” e “orientador” (Castilho, 2005, p.255). Ramonet (1998) refere que o jornalista deveria chamar-se “instantaneísta” (p.56) e, por isso, mais à frente questionaremos o papel do *gatekeeper* face a novas práticas, nomeadamente o seu espaço partilhado com o público numa interação ativa.

A completar duas décadas de informação noticiosa online, a profissão tem sido maleável, no sentido de se adaptar perante as exigências da rede. A qualificação, a relação com as fontes, a adaptação constante à evolução técnica a necessidade de atualizar rapidamente a informação, são algumas mudanças que o jornalista enfrenta. Estas mutações aplicam-se ao profissional do webjornalismo, mas não só (Rodrigues, 2009 p.19), pois hoje, de modo direto ou indireto, todos os meios de comunicação trabalham com o ambiente online. Como explica Deuze (2006) o jornalismo online “afecta e desafia” o papel “do jornalismo como um todo” (p.29).

Ao longo dos últimos três séculos os profissionais do jornalismo desenvolveram um código de princípios e valores - em grande parte não escrito - destinado a reger função de informar, ou seja, de transmitir o conhecimento indirecto através do qual as pessoas podem formar as suas opiniões sobre o Mundo (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.36).

O profissional que saía da redação para recolher dados, com um bloco de notas e uma esferográfica ou um gravador, e voltava com informação, já não é o mesmo. Agora usufrui de novas ferramentas, como um telemóvel capaz de gravar áudio e vídeo com boa qualidade e tendo ligação à internet pode enviar de modo instantâneo a informação para a redação. Esta, é uma das mudanças que faz do jornalista online, um profissional multitarefa, uma realidade que, como refere Zamora (2001), não está longe, porque já se está diante dela. Também Castilho (2005) refere que o jornalismo online arrastou “a profissão para a sua maior transformação desde o surgimento dos jornais” (p. 234).

Assim, quando se observa que o perfil do jornalista está modificado, no desempenho de um jornalismo para a *web*, também é necessário verificar o perfil de um novo público e das ferramentas mediadoras da informação utilizadas atualmente. Todas estas mudanças se devem a uma evolução constante que gira em torno da inovação tecnológica, pois esta “criou

uma nova organização económica no jornalismo, na qual as normas da profissão estão a ser postas à prova, redefinidas e, por vezes, efetivamente abandonadas” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 15). Já Palacios (2004a) sugere que a passagem do jornalismo para o novo suporte mediático deve ser encarada como uma articulação que vem complementar e potenciar o jornalismo, e não necessariamente como uma rutura entre o jornalismo praticado online e o jornalismo tradicional. Neste processo de “transição” também Canavilhas (2012) estabelece uma diferenciação entre os meios tradicionais e os novos *media* que surgem em ambiente online e que começam por fazer-se combinar com conteúdos anteriores e estabelecem uma linguagem própria, passando da “remediação” para a “convergência” (p. 10). Sobre o processo de convergência Castilho (2005) aponta que quando o jornalismo impresso “converge com o audiovisual e o interativo” forma-se um produto novo que diverge dos anteriores (p.256). A convergência profissional resulta da convergência dos novos meios com os meios anteriores. Canavilhas (2012) repara que este processo ocorre sempre, mas com a digitalização ganhou uma visibilidade maior (p.12). Para o autor, a mudança dá-se num campo de “várias facetas da convergência” (Canavilhas, 2012). Jenkins (2006) entende que o processo de convergência ocorre não apenas pelo meio de aparelhos, mas também pelas interações sociais que estabelecemos formulando uma inteligência coletiva. Segundo o autor, a convergência é um processo, não um ponto final, onde a proliferação de canais e a portabilidade das novas tecnologias nos remetem para uma era em que existirão meios em qualquer lugar, e a sua produção e consumo estarão modificados pelo processo de convergência (p.15-16).

Abordando estas transformações trazidas pela convergência, no caso é interessante falar das mudanças ocorridas no plano tecnológico e profissional. Kischinhevsky (2009) repara-se que nos últimos 20 anos o jornalista tem sido fustigado por uma reestruturação mediática resultante da convergência. O webjornalista está posicionado numa nova realidade, onde a especialização não deve ser feita numa só área, mas estar apto “para veicular sua apuração em diversos formatos e linguagens” isto porque as empresas jornalísticas hoje vivem em cumprimento com uma “concorrência feroz” e pretendem maximizar lucros, com a utilização de novas plataformas e ferramentas que divulgam os conteúdos (p.58). E acima de tudo, corresponder à atualidade por meio da força da velocidade informativa com que os *media* se deparam diariamente. Perante isto, são os profissionais que fazem um “acúmulo” tanto de tarefas, como de saberes porque hoje o profissional deve ser multitarefa conseguindo convergir as ferramentas de que dispõe, colmatando assim, a tarefa de “fotografar, filmar e/ou gravar” (p.58). Para o autor, a troca e distribuição de conteúdos nas várias plataformas e o investimento em profissionais com “múltiplas habilidades” intensificaram o processo de convergência (p.67). O jornalista atual assume um papel cada vez maior de técnico quando assume as operações de *software e hardware* Träsel (2014).

Pavlik (2001) refere que a convergência dos *media* é inegável, não apenas no campo da tecnologia, mas em todos os campos dos *media*. O autor apresenta quatro pontos que, na sua visão, se transformaram: a natureza dos conteúdos está mudada pela forte atualização permanente e urgente; o papel do profissional de jornalismo está a passar por uma reformulação; a estruturação da redação noticiosa atravessa também mudanças e por último, e não menos importante, surgem novas formas de relacionamento entre as instituições noticiosas e o seu público. Portanto, o autor fala num “jornalismo contextualizado” que cria junto dos *media* e do público uma relação de interação e de partilha que gera uma navegação mais contextualizada para ambos num ambiente onde se desenvolvem novas técnicas de contar histórias. Para isto Pavlik refere cinco tópicos importantes: “(1) amplitude das modalidades comunicativas; (2) hipermédia; (3) maior envolvimento da audiência; (4) conteúdos dinâmicos; (5) personalização” (Pavlik, 2001, p.4).

O papel e o desempenho dos profissionais do jornalismo, tomaram um caminho que se acelerou com a emergência da internet (Kischinhevsky, 2009) e levou a uma adaptação na qual o processo de convergência, envolve e enquadra a produção de conteúdos para as várias plataformas, surgindo desse envolvimento linguagens próprias (Canavilhas, 2012, p. 8-9). Este processo tem vindo a desenvolver-se à medida que o jornalismo em ambiente online se encarrega de “explorar as potencialidades da *Web*” (Canavilhas, 2012, p. 17).

O webjornalista tem hoje de saber utilizar as ferramentas que tem à disposição, seja no sentido das novas plataformas móveis e nas potencialidades que a *web* oferece, seja na forma de lidar com o excesso de informação de modo instantâneo e a urgência de chegar primeiro. No entender de Kischinhevsky (2009), o jornalista desempenha a sua tarefa como “numa gincana” ou seja, tem de saber lidar com o encargo de responder aos vários formatos (texto, vídeo, áudio) de um acontecimento e paralelamente cumprir a tarefa em tempo útil (p.69). Juntamente a este processo de convergir tarefas e fazer rápido no menor tempo possível, está veiculada a função de prestar uma informação com objetividade e credibilidade, para isso, é também importante que o webjornalista seja capaz de fazer uma verificação de dados que se mantenha dentro dos critérios da profissão. Gradim (2011) refere que a pressa é inimiga da perfeição, uma forma clara de perceber que a forte rapidez com que o jornalista desempenha funções pode colocar em causa a verificação dos fatos, como veremos no tópico 2.3 desta dissertação.

O tema central deste trabalho, a instantaneidade no online, exige que o provérbio “tempo é dinheiro” seja um processo que deposita no profissional do webjornalismo a competência de ocupar um papel multitarefa e flexível perante a informação e, que seja ele mesmo, um “cronómetro” do tempo porque precisa de estar ciente da vantagem que se ganha quando se é o primeiro a dar o alerta. Schlesinger (1993) num ensaio que realizou junto do departamento de informação da *BBC*, em Londres, numa observação focada nos jornalistas de

rádio e televisão, observou que a elaboração de uma notícia exige ao mesmo tempo uma forma de produção “baseada no valor do imediatismo” e no tempo que se tem para o “ciclo diário”. O autor conclui, com este ensaio, que a pressão do tempo para os jornalistas é um domínio que os faz “manifestar o seu profissionalismo” (p.177). Portanto, mais de duas décadas depois de Schlesinger ter observado esta ideia repara-se que o profissional hoje tem uma relação com o fator tempo ainda mais afinada, trabalha-se com o objetivo de informarem em tempo real. O webjornalista tem a tarefa de ser num momento marcado pela fugacidade informativa.

Fidalgo (2008) salienta que a profissão se vê diante de novas exigências e de características como a multimedialidade e a hipertextualidade que “requerem e mobilizam (...) uma série de novas competências, não só no domínio técnico, mas também nos modos de conceber a edição e apresentação da informação” (p.168) os meios digitais proporcionaram um campo interativo onde, de modo célebre, se abre espaço para um público a nível planetário, possibilitando que “qualquer pessoa em qualquer lugar possa comunicar” através de diferentes dispositivos móveis, nomeadamente *smartphones* e *tablets* (p.169). A forte sofisticação tecnológica permite que o profissional do jornalismo esteja hoje atento à entrada de novos “actores neste cenário” (p.169).

Esta nova realidade exige dos profissionais do webjornalismo a capacidade de “dominar uma panóplia cada vez mais vasta de instrumentos de pesquisa, tratamento e edição da informação” e uma especialização junto do novo suporte que exige novas linguagens que desafiam, desde logo, o trabalho jornalístico, que se vê diante de um vasto campo de mudanças e ao mesmo tempo exigências (Fidalgo, 2008, p.170). O autor realça a importância de responder à atualização permanente da informação (p.171). Deste modo na parte empírica deste trabalho procura-se responder à seguinte pergunta: **Considerando a “instantaneidade” como é que os jornalistas processam a verificação do fluxo de informação?**

2.1. Natureza do meio e adaptação às novas tecnologias

A *World Wide Web* ofereceu possibilidades ao jornalismo que num momento inicial, não foram de todo exploradas. A primeira relação dos meios tradicionais com a *web* era de uma simples “transposição de conteúdo” uma vez, que os conteúdos disponibilizados no suporte online eram iguais aos dos meios tradicionais. Canavilhas (2007a) lembra que é fundamental tirar proveito das vantagens da *web*, encarando “a necessidade dos profissionais capacitados para realizar todo o processo de produção de notícias, que dominem a linguagem multimédia e que tenham capacidade para operar com as ferramentas informáticas necessárias para a sua produção” (Canavilhas, 2007a, p. 30).

Salaverria (2011) acrescenta que este meio impõe novos modos de ser (p. 138), isto implica que também os modos de fazer terão de se ajustar. Kovach e Rosenstiel (2004) apresentam algumas mudanças que o jornalismo do séc. XXI atravessa. Os autores referem que pela primeira vez assiste-se a “um jornalismo de mercado” que se afasta “da ideia de responsabilidade cívica” e onde o profissional encara “a maior ameaça de sempre”, uma realidade que, segundo os autores, se deve à “natureza das novas tecnologias” à “globalização” e à “conglomerção” (30-32). O jornalista da atualidade precisa saber onde está o seu público e “em vez de o afastar”, deve cativá-lo, na ideia de Kovach e Rosenstiel este é o passo que os jornalistas devem dar (p. 185).

Diante deste paradigma, as mudanças implicam uma aposta por parte das empresas jornalísticas junto dos profissionais. Seja na disponibilização de formação, ou no recrutamento de profissionais que dominem as ferramentas multimédia. Como explica Canavilhas (2007a) “a produção de informação multimédia implicará custos significativos para as empresas, que terão de contratar pessoal novo ou dar formação ao já existente” (p. 31), para que, o papel desempenhado pelos profissionais seja capaz de responder às novas exigências e colmatar uma adaptação ao próprio ambiente *web*.

A tecnologia tem permitido ao profissional do jornalismo o tratamento e a transmissão de informação de modo rápido e instantâneo. Como defende Deuze (2006) o profissional “conta com a tecnologia para a recolha, edição, produção e disseminação da informação” (p.17). Neste contexto é importante lembrar um conjunto de características associadas ao webjornalismo: instantaneidade, interatividade, multimedialidade, hipertextualidade, personalização, memória e ubiquidade. Deuze vê a evolução tecnológica como a impulsionadora desta mudança que o jornalismo tem atravessado e refere que o séc. XIX o jornalismo é marcado pela escrita, a rádio e a televisão marcam o séc. XX e as plataformas multimediáticas e móveis marcam o século em que estamos. O autor refere que o jornalismo se tem “profissionalizado e evoluído” de acordo com estas mudanças (Deuze, 2006, p. 17).

A prática do jornalismo online, é entendida por Deuze, como uma prática específica, onde o jornalismo deve ser visto como um quarto tipo de jornalismo que se diferencia do praticado nos outros meios e que é “produzido quase exclusivamente para a *World Wide Web*”. No ponto de vista do autor, o profissional deve saber fazer escolhas de acordo com os formatos utilizados para contar as histórias fazendo a ligação das matérias através de hiperligações de artigos ou arquivos, e conseguir a interatividade com o público (2006, p.18).

Esta evolução faz-nos reparar que o tempo em que nos encontramos é marcado pelas novas plataformas digitais e pelas múltiplas linguagens que surgem no ecossistema mediático, que sendo a marca do jornalismo no séc. XXI, começaram a ganhar forma na década de 90 quando

o jornalismo deu o passo para a *web*. Tudo isto está envolto num processo de convergência, seja no sentido digital, social, cultural (Kischinhevsky, 2009) e mesmo económico, que “tem e terá” efeitos e consequências no jornalismo (Barbosa, 2009b, p. 35). Deuze (2006) afirma que o jornalismo “tem-se profissionalizado e evoluído de acordo com isto” (p.17).

Deste modo o profissional tem vindo a ter um papel crucial ao longo desta evolução tecnológica. Rodrigues (2009) aponta quatro problemas no campo da profissão jornalística em ambiente *web*: **a técnica**: é pela tecnologia que o jornalismo transmite a informação de modo rápido; **o conteúdo**: a adaptação que os profissionais enfrentam na produção noticiosa; **as fontes**: diante dum universo complexo, onde se encontra convergência tecnológica com acesso a bases de dados e participação nos fóruns e nas redes sociais; **as exigências na formação**: o contato com as novas tecnologias, habilidade de produzir deve começar por ser praticada ainda no perfil de estudante e ser levado do campo técnico ao prático; (p. 15-29). Também Salaverría (2011) refere que, no campo da formação, os futuros profissionais devem ser criativos e ter competências de inovação (p.139). Os quatro pontos identificados por Rodrigues (2009) abrem ao profissional do jornalismo um campo vasto de possibilidades e desafios, conduzindo a uma necessidade de desempenho “multitarefa” e a ter a capacidade de conciliar a velocidade de informar com a credibilidade e verificação dos factos. Kovach e Rosenstiel (2004) referem que se a base não for sólida “tudo o resto ruirá” e para que isso não aconteça o jornalista procura limpar de qualquer erro a verdade que pretende transmitir, colocando em prática um trabalho jornalístico que se “desenvolve ao longo do tempo” (p.43-45). Também Zamora (2001) defende que o jornalista online deve estar ciente da responsabilidade social, e desse modo, deve ser um profissional hábil e ter uma preparação que não comprometa a capacidade de informar no imediato.

Salaverría (2014) descreve que a multiplicação de canais e plataformas, a reconfiguração das empresas jornalísticas, as novas tecnologias, a funcionalidade dos dispositivos móveis e o posicionamento das empresas, que tentam operar com menos pessoas, mas capazes de cumprir um vasto número de competências, trouxeram ao profissional uma capacidade de convergir tarefas de modo hábil, traçando-se um novo perfil do jornalista. Salaverría aponta três tipos de polivalência que o jornalista desempenha: polivalência mediática, representa o trabalho de um jornalista de modo simultâneo com vários meios; polivalência temática, quando um jornalista desempenha funções sem ter especialização informativa; polivalência funcional, um jornalista que converge na sua função várias tarefas, e como refere o autor, é o tipo de profissional que atualmente mais se vê nas redações (p.27-28).

Os webjornalistas adaptaram-se ao novo meio e procuram dar resposta aos desafios que a *web* trouxe ao campo jornalístico. Perante esta realidade, Aroso (2003) refere que as competências do profissional mudam naturalmente o papel do jornalista. Neste cenário, o cumprimento dos elementos do jornalismo (Kovach & Rosenstiel (2004) deve prevalecer, mais

que dominar as ferramentas e novas plataformas tecnológicas, é necessário dominar o espírito crítico no desempenho das competências (Aroso, 2003; Zamora, 2001).

Lizi Zamora (2001) apresenta uma visão sobre a natureza do meio e refere as suas características: é um meio digital que permite a redução de custo, apresenta uma leitura não linear que se aproxima do pensamento humano e é uma rede mundial. É, de acesso instantâneo e permite aceder à informação de modo imediato; tem a capacidade de atualização permanente à medida que os acontecimentos se vão esmiuçando; potencializa a profundidade da informação para que o leitor faça a pesquisa que pretende; a interatividade permite que tanto o profissional como o leitor estejam no mesmo plano e interajam de modo instantâneo; a disponibilidade torna possível o acesso a qualquer informação de qualquer parte. Zamora salienta que para que isto aconteça é necessário que os leitores e utilizadores tenham meios para poderem aceder à rede; a componente multimédia torna o jornalismo online o encontro dos três meios anteriores, “a profundidade da imprensa escrita, a simultaneidade da rádio e a imagem da televisão”.

Com a nova filosofia digital, o número de processos, práticas e procedimentos comuns compartilhados pela imprensa, televisão, rádio e Internet aumentou drasticamente, e com base nestas sinergias, a integração de redações ou locais de trabalho é discutido abertamente. Além disso, no que diz respeito à difusão, o novo sistema permite a consolidação de *cross-media*, ou seja, a utilização de conteúdos através de múltiplas plataformas, um crossover em que o trabalho produzido por cada um tem um efeito positivo sobre os produtos dos outros (Micó, Masip & Barbosa, 2009, p. 129).

Os autores referem que olhar para a convergência mediática apenas como a cooperação das redações, é ter uma panorâmica simplista sobre o assunto, é preciso olhar para um nível mais abrangente incluindo as várias formas de integração que se podem dar (Micó, Masip & Barbosa, 2009).

Os jornalistas têm encarado desafios que segundo Fidalgo (2005) atravessam uma “teia de indefinições e ambiguidades” que passam pela evolução tecnológica, pelas mudanças sociais e pelo ambiente económico que se vive hoje e que, no ponto de vista do autor, dificultam o “desfazer dessa teia”.

A exigência profissional dos jornalistas passa hoje pelo cenário tecnológico e marca um conjunto de mudanças perante uma sociedade que se molda diante de “vastos horizontes de comunicação global propiciados pela Internet”. O processo de intermediário que o profissional sempre ocupou, atravessa atualmente um esbatimento dessa fronteira junto do público que desenvolve sites e blogues, faz comentários, participa em redes sociais etc. Algumas destas iniciativas têm sido consideradas “jornalismo participativo”. Singer *et al.*, (2011) usam este termo e defendem que é usado para descrever a participação dos leitores nos sites informativos, sendo que isso pode acontecer de diferentes formas. Os requisitos da profissão de jornalista passam ainda por “uma panóplia cada vez mais vasta de instrumentos de

pesquisa, tratamento e edição de informação, bem como manusear, e até integrar, linguagens”. Um conjunto de novos desafios que, como explica Fidalgo, trouxe uma nova definição do trabalho jornalístico, num espaço cada vez mais alargado e marcado mediaticamente. Neste âmbito o autor refere ser necessário um ajuste na “reorganização / redenominação profissional” (Fidalgo, 2005, p.4).

Uma das mudanças neste novo ambiente é a rapidez com que hoje se recebe e ao mesmo tempo se “expande” a informação. Já não temos de esperar pela edição impressa, que sai no dia seguinte, mas temos à disposição um vasto fluxo de informação atualizada de modo instantâneo. A questão de tempo, da atualização “minuto-a-minuto” abre um grande desafio que os jornalistas tentam ter sob controlo, mas a verificação do conteúdo em alguns casos fica para segundo plano, pois é preciso: “chegar mais cedo, escrever mais depressa e transmitir com mais rapidez”. O papel do jornalista está marcado pela presença constante do digital, até mesmo dentro das empresas dos *media* tradicionais se convive diariamente com “solicitações crescentes de produtos e formatos multimédia” (Fidalgo, 2005, p. 5).

Hoje, tanto os profissionais, como os leitores/utilizadores estão ligados no ambiente em rede, “permanentemente conectados”, onde a informação é atualizada, consumida e ao mesmo tempo partilhada por todos. Esta prática é possível, porque hoje as rotinas de produção do jornalismo online são “o mundo em atualização” onde a “informação cresce, palavra por palavra, linha por linha, na medida em que os acontecimentos se produzem” (Jorge, Pereira & Adghirni, 2009, p.78). Neste ambiente um minuto de atraso pode fazer toda a diferença, a premissa de “chegar primeiro” é o mote para funcionamento das redações atuais. O jornalista da *web* hoje assume a figura de produtor multitarefa e multiplataforma (Alonso, 2014).

Sendo este profissional capaz de desenvolver um conjunto de atividades de modo hábil e flexível perante uma vasta plataforma de ferramentas, é também necessário que saiba fazer uma boa racionalização do tempo (Jorge, Pereira & Adghirni, 2009, p.86).

A identidade do profissional do jornalismo está a sofrer várias alterações, desde novos modos de interação com as fontes, o que envolve a questão da credibilidade e verificação, às relações entre jornalistas, à gestão do espaço público e também à forma de gerir o espaço e o tempo (Correia, 2011). Neste ambiente de mudança acentua-se o modo como os jornalistas se relacionam com o fator tempo devido à atualização constante da informação, “os prazos tendem a concretizar-se no imediatismo” (Correia, 2011, p.158) o valor do imediato impera, dá primazia, nesta era audiovisual, ao «directo», que representa o estado «puro» do imediatismo” (Traquina, 2004, p.77). Bardoel e Deuze (2001) afirmam que é necessário não apenas pensar nas consequências da tecnologia, mas acima de tudo refletir sobre as consequências da convergência tanto para os novos como os velhos profissionais dos *media*.

Gumersindo Lafuente (2012), em jeito de reflexão, fala nas mudanças que o novo meio impôs ao papel do jornalismo e, claro, aos seus profissionais. O autor refere que o jornalismo sempre sofreu mudanças, mas que foram sempre dadas no mesmo sentido, dando apenas poder aos meios e aos jornalistas. E, hoje não temos isso porque esse poder fragmentou-se, o papel de mediador exclusivo que o jornalista detinha está dividido, as audiências tomaram uma parte da palavra e do poder. Abriu-se um campo de interação impulsionado pelas novas plataformas e pelas redes sociais que fizeram com que o lugar de centralidade que os jornalistas ocupavam abrisse mão, e cedesse à descentralização junto dos recetores. Lafuente aponta que é necessária uma reinvenção nos modos de fazer jornalismo, na própria tecnologia e nas organizações jornalísticas (p.27-30). Debruçando-nos sobre a natureza da *web*, Rost (2012) refere que é importante a experimentação porque só assim, se poderão definir novas rotinas e narrativas com pontos de interesse específicos para oferecer aos leitores e utilizadores (p.55). Também Sarkissian (2011) apresenta a multimedialidade, a interatividade e a hipertextualidade como as três características que proporcionaram à informação uma transformação nos modos de produzir, disponibilizar e consumir notícias. A natureza tecnológica da *web* permite entender as TICs como a “proliferação e massificação” de conteúdos e interações que marcam e definem o processo de comunicação (p.45). Este avanço que a indústria da comunicação digital fez pelo uso da tecnologia *web* possibilita uma “atitude de busca” por parte dos utilizadores, como veremos no capítulo seguinte deste trabalho, ao passo que os conteúdos informativos também podem ser oferecidos em tempo real (Camus, 2011, p.54). O autor refere que a tarefa das redações digitais passa por fases, sendo que a primeira é a cobertura e produção dos conteúdos e a segunda é o contexto que complementa a fase anterior na orientação e compreensão dos interesses dos leitores/ utilizadores (p.55-56).

Sem negar a importância do vasto material construído durante décadas, torna-se necessário incluir outros profissionais no espectro da investigação. Se antes os meios tinham certa estabilidade, hoje o *software* representa uma mudança contínua nos formatos e nos conteúdos mediáticos. Todos os que trabalham neste campo são elementos centrais para o futuro do jornalismo e das notícias (Canavilhas *et al.*, 2014, p.87).

Num estudo sobre a forma como se organiza o trabalho do jornalista dentro das redações *web*, Canavilhas *et al.*, (2014) referem que a organização jornalística faz-se numa vasta cooperação realizada “por diferentes atores com distintas funções e responsabilidades”. Para além dos jornalistas e da audiência, também designers e programadores cooperam no processo de produção jornalístico de modo a promover um trabalho relevante (p.88). Neste ambiente *web* será necessário ao jornalista estar capacitado de modo “híbrido” pois o sentido de cooperar entre vários sujeitos nas redações obriga os jornalistas a procurarem “a hibridização profissional” tendo a capacidade de operar como jornalista, designer e programador (p. 89). Esta crescente forma de cooperação dentro das rotinas de produção das redações jornalísticas torna-se um trabalho orientado por dados (Canavilhas *et al.*, 2014). Segundo Träsel (2014), este é um interesse que tem vindo a crescer junto do jornalismo.

Para Barbosa (2014) e Träsel (2014) a prática do jornalismo orientado por dados¹¹ não só populariza as ferramentas como também permite à cultura jornalística ter o acesso livre aos “dados abertos” (*open data*) (Träsel, 2014, p.87). Na visão de Canavilhas *et al.*, (2014), para além das mudanças na organização informativa, há uma coisa que não pode ser negada: “o nascimento de novos formatos e narrativas adaptadas aos novos meios” (p.89). Neste contexto de organização da atividade jornalística não deve ser descurado o panorama heterogéneo que envolve todos os meios num fluxo horizontal e dinâmico em vários suportes, onde fazem parte as plataformas móveis que por sua vez, definem uma nova etapa para o jornalismo digital, chamada de quinta geração (Barbosa *et al.*, 2013, p.11-14). Os dispositivos móveis representam um papel fundamental na disponibilização de conteúdos informativos, pois apresentam uma linguagem não linear, processamento detalhado e geolocalizado (Barbosa *et al.*, 2013 p.14). O papel dos dispositivos móveis é um assunto ao qual voltaremos no capítulo seguinte desta dissertação e também na parte empírica.

2.2. Redefinição do *gatekeeping*

Tendo vindo apresentar as mudanças no campo do jornalista, torna-se importante, discutir o perfil de guardião de fronteiras, no que diz respeito à filtragem de informações a que os jornalistas estavam habituados e, hoje se tem vindo a modificar. Aroso (2003) salienta que há opiniões que defendem o fim do jornalista como *gatekeeper*. O mundo online e toda a transformação que os *media* atravessaram trouxe ao jornalista uma posição diferente no processo de escolher e decodificar as matérias, face aos modos de produção, difusão e receção da informação. As formas de trabalho hoje estão modificadas. Anteriormente um profissional de rádio, televisão ou imprensa diferenciava-se de acordo com o há uma junção de texto, áudio, vídeo, foto, gráficos mas, para isso, é necessário dominar “diferentes linguagens, pois a internet unifica, em uma só plataforma, vários meios, dando lugar à produção de conteúdos cada vez mais multimédia e interativos” (Weber, 2010, p.2). Como explica Canavilhas (2011a), para além de integrar conhecimento sobre as novas ferramentas da era digital, é necessário repensar certos conceitos e adaptá-los à realidade dos profissionais do webjornalismo (p. 19).

A internet trouxe mudanças irreversíveis para a prática jornalística - tanto no acesso à informação como, entre outros aspectos, na forma e natureza do conteúdo noticioso, na estrutura das redações e na relação entre jornalistas, organizações, público e fontes. Consequentemente, isso acarreta numa mudança de perfil do profissional.” (...) Para atender a

¹¹ Träsel (2014, p.90) dá uma definição à prática do jornalismo de dados, o autor refere que “é a aplicação da computação e dos saberes das ciências sociais na interpretação de dados, com o objetivo de ampliar a função da imprensa como defensora do interesse público”

essas mudanças, os jornalistas precisam lançar mão de um leque cada vez maior de conhecimento (Weber, 2010, p.1).

Para estabelecer uma linha lógica entre os desafios que se colocaram nos últimos anos ao *gatekeeper* é preciso primeiramente explicar a teoria do *gatekeeper* e o que esta defende. É o processo pelo qual as mensagens passam por uma série de *gates* (portões) de filtragem e decisão antes de chegarem ao destinatário (Traquina, 1993). A função de *gatekeeper* é a prática de selecionar um conteúdo em detrimento de outro, não sendo possível qualquer assunto ser publicado sem antes passar por todo um processo de seleção. Submetida a uma análise, a informação passa por várias fases de escolha, desde a chegada dos “*takes*” às redações até ao processo de triagem e arbítrio pela chefia editorial (Correia, 2011, p.81). O conceito *gatekeeper* surgiu pelo cunho de Kurt Lewin em 1947 na sequência das decisões de cariz doméstico relativas ao consumo (Correia, 2011). Já a aplicação da ideia de *gatekeeper* associado ao jornalismo foi pelas mãos de David Manning White¹² nos anos 50 numa publicação na revista *Journalism Quarterly* (Weber, 2010). Com esta pesquisa o autor pretendeu compreender o que levava um editor a selecionar ou rejeitar os artigos que lhes chegavam das agências noticiosas, e assim, determinar a importância do *gatekeeper* na comunicação de massas (White, 1993, p.143). Quando White (1993) analisou o que levava o redator a rejeitar conteúdos em detrimento de outros, constatou que a “comunicação de notícias é extremamente subjectiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” que se apresenta como o guardião de fronteiras ou (*gate*) perante o “complexo processo de comunicação” (White, 1993, p.154-151).

Nesta pesquisa White repara que no processo de seleção e filtragem que o *gatekeeper* executa, a rejeição de certas notícias passa por “juízos de valor muito subjectivos” e o fator tempo tem também um certo peso, pois quanto mais tarde as notícias chegavam “maior era a proporção da anotação sem espaço” (White, 1993, p.145). O papel e as funções do *gatekeeper* depois da pesquisa efetuada por David Manning White têm vindo a ser complementados com outros aspetos que procuram explicar o processo de seleção de uma informação e rejeição de outra, como as influências organizacionais ou a interdependência, um processo que Correia (2011) refere começar onde a “história emana” até chegar ao leitor (p.83). Na visão de Kovach e Rosenstiel (2004) esta noção “já não define com rigor o papel do jornalismo” pois, estamos num tempo em que qualquer pessoa pode fazer o papel de “repórter e comentador na *WEB*” (p.22-23).

De acordo com Bruns (2011) esta mudança foi impulsionada pelas “plataformas dos *media* sociais quase em tempo real que aceleram o ciclo das notícias (...) a multiplicação contínua

¹² Baseado na obra *Jornalismo: Questões, Teorias e “estórias”* (1993), organizado por Nelson Traquina (1993), David Manning White pioneiro na aplicação do conceito *gatekeeper* ao jornalismo baseou-se numa pesquisa que publicou no ano de 1950 sobre o trabalho de um jornalista na casa dos 40 anos, Mr. Gates num jornal norte-americano, onde observou durante uma semana as razões que o levaram a rejeitar as notícias que não utilizou

dos canais disponíveis para a publicação e divulgação das notícias” (p.120-122). Portanto, o ambiente online abriu as fronteiras entre produtor (jornalistas) e o consumidor (leitores) de notícias. Sabe-se que hoje essa fronteira está mais aberta à interação, o espaço de publicação permite uma atualização constante e permanente atenuando os problemas com a questão de espaço para publicação. A força do imediato com que a informação é trabalhada não permite que se perca muito tempo com o processo de “filtragem”, trabalha-se agora quase em tempo real Bruns (2011).

O novo ambiente online disponibiliza ao campo jornalístico um “espaço de manobra” que lhe permite responder de maneira capaz e rápida a toda a informação que circula na rede. Canavilhas (2010b) refere que o *Facebook*, o *Twitter*, o *Youtube* e o *Blogger* passaram a estar na rotina diária dos jornalistas e a fazer parte do processo de produção da informação, precisamente na fase de recolha e distribuição das notícias (p.2-3). O profissional do webjornalismo tem assim, de saber lidar com as ferramentas de que dispõe, e isto, requer ao mesmo tempo que se repensem certas práticas profissionais.

Atualmente, a expansão tecnológica, o excesso e a rapidez com que a informação é conduzida na rede e as próprias condutas que o público adotou face a estas mudanças fazem com que o papel de *gatekeeper* se tenha dissolvido (Primo e Tränssel, 2006). Bruns (2011) alega mesmo que “qualquer crescimento no espaço global para as notícias” desafia a obrigatoriamente essa prática (p.13). Também Bardoel e Deuze (2001) alegam que o jornalismo em rede pode mudar a relação que os jornalistas estabelecem com o público de maneira que isso pode afetar a profissão como um todo. Já Castilho (2005) refere que a abertura à interatividade junto do público transformou “o sistema de publicação de conteúdos na *web*” porque esta atividade modifica ou até mesmo elimina a função *gatekeeper* (p. 246). Canavilhas (2010b), por sua vez, refere que o *gatekeeping* assumiu um novo papel através das redes sociais e também pela influência dos leitores que se assumem como *gatewatchers* quando atuam no ecossistema mediático tornando a audiência uma comunidade virtual cada vez mais alargada.

Aqui surgem os desafios que se colocam com a abertura dos *gates*, que não são os mesmos de há duas décadas. Atualmente o desempenho desse trabalho não é feito da mesma maneira, nem é fixo e inflexível em si mesmo. Como refere Weber (2010), a forte “rapidez da informação, a especificidade de linguagem nesses meios e a possibilidade de um diálogo mais direto com o leitor (que colabora com opiniões e serve como fonte) são fatores que modificam as rotinas produtivas”. O papel do profissional do webjornalismo está interrelacionado com a convergência de meios, mas também com a interatividade entre plataformas, leitores e redes sociais (p.3). A audiência não é a mesma e estabelece uma relação participativa, aproveitando as potencialidades da rede, a liberdade de acesso e selecionando os conteúdos que lhes interessam (Pinto & Sousa, 1998, p. 7). Perante novos

meios e novas linguagens, o profissional do webjornalismo pode desempenhar um novo papel, não o de “cão de guarda” de outrora, mas o de “cão guia” (Bardoel & Deuze, 2001).

Voltando à ideia de Bruns (2011), o crescimento do espaço das notícias desafia desde logo a prática de *gatekeeper*, desde logo porque num ambiente online o espaço e o público tem a possibilidade de se ligar de forma direta a organizações, a instituições ou mesmo a outros indivíduos através da *web*. Assim, neste ambiente mais alargado e interativo, torna-se necessário que os profissionais saibam direcionar as audiências no sentido dos assuntos mais importantes, e não necessariamente partir para uma prática de exclusão de matérias com um grau de importância menor Bruns (2011). Neste ambiente em rede e multiplataforma, o desempenho da função de *gatekeeper* não desaparece, como refere Weber (2010) e Correia (2011), mas adapta-se às novas exigências que lhe são impostas dentro do ambiente da rede digital.

O webjornalismo teve uma fase inicial de simples transição de conteúdos impressos para a rede digital, onde a interação com o leitor era insignificante; numa segunda fase passou a ter hiperligações e versões exclusivas para o online; já a terceira fase trouxe à informação disponibilizada na *web* a capacidade hipertextual e multimediática como características da convergência dos *media* digitais, como a distribuição para outras plataformas, pelo *tablet* e *smartphone* dando à notícia um “interconexão” e “menus de navegação” (Primo & Tränsel, 2006, p.7). Deste modo, o desenvolvimento da tecnologia, o crescimento das notícias online e as mudanças subjacentes, tanto no processo de produção e consumo, como nos modos de fazer dos profissionais, mudou algumas práticas. Canavilhas (2010b) diz mesmo que o processo evolutivo que o jornalismo está “umbilicalmente” ligado à evolução das novas tecnologias do ambiente digital (p.2).

Hoje o próprio leitor é *gatekeeper* no sentido de partilhar a informação que é do seu interesse (Shomaeker *et al.*, 2010). Segundo Weber (2010), pode-se afirmar que o espaço online é finito e qualquer pessoa pode publicar não sendo necessariamente jornalista.

O novo papel da audiência no *gatekeeping* é representado no modelo revisado de *gatekeeping* (...) que mostra como as audiências das notícias on-line podem influenciar, através de seus comentários sobre os itens de notícias, as decisões subsequentes das fontes e dos jornalistas. Este modelo novo ilustra o fluxo mais circular das informações e um aumento substancial do poder da audiência dentro do processo de *gatekeeping* (Shoemaker *et al.*, 2010, p.65).

Na origem destas mudanças surge o conceito *gatematching* (Bruns, 2003, 2005, 2011), a nova prática que denomina o processo de abertura das fronteiras entre os profissionais e o público, sendo que ao invés de limitar aquilo que chega às redações, o processo de *gatematching* destaca os conteúdos que são de maior importância. Primo e Träsel (2006) referem que esta nova prática converge a função de “bibliotecário e repórter” eliminando o papel de porteiro e passando a desempenhar a função de guia/vigia (p.8). Por sua vez, Osório (2014) assinala que

o papel do *gatewatching* ajuda a perceber as capacidades e limitações da função dos jornalistas perante a nova realidade.

Ainda que toda a informação possa ser disponibilizada porque a questão de espaço não é o problema, contudo como explica Correia (2011) é preciso ter contacto com as fontes e fazer a verificação dos conteúdos, esta é uma tarefa imprescindível neste novo ambiente como veremos no próximo ponto desta dissertação. Atualmente, o que é preciso no processo de mediação desempenhado pelos profissionais do webjornalismo, não é limitar a quantidade de informação a disponibilizar, mas antes, determinar aquela que se destaca como a mais importante. A quantidade de informação sem precedentes que hoje urge leva a essa modificação no papel dos profissionais, “mais do que rejeitá-la é preciso avaliá-la” (Correia, 2011, p.118).

Não é novidade que hoje a relação entre os *media* online e os leitores/utilizadores está ligada por diferentes motivos já mencionados ao longo deste trabalho. Os leitores podem recuperar informação para o seu computador pessoal, aceder aos arquivos dos jornais e partilhar informação nas redes sociais (Shoemaker *et al.*, 2010). Atualmente, com a disponibilidade de meios e plataformas móveis, os leitores tomam a iniciativa de procurar, seguir e partilhar as informações que são do seu interesse. Esta atuação é vista por Bruns como *produsage*. Este envolvimento dos utilizadores permite-lhes passar de uma posição passiva para uma relação ativa com os conteúdos (Bruns, 2003).

Diante da avalanche informativa as pessoas selecionam as informações que lhe interessam e disponibilizam-nas em *blogs* e redes sociais, executando uma filtragem de informação, o que torna mais fácil, na visão de Castilho (2005) o consumo do excesso de conteúdos informativos que circulam na rede (p.252). Esta prática levou na última década à discussão do conceito de “jornalismo do cidadão”, que segundo Bruns (2011) é uma descrição incorreta, uma ideia que surge como “um rótulo problemático” que tenta aproximar e comparar a interação participativa dos leitores/utilizadores com o desempenho da profissão de jornalista. Como defende o autor, ultimamente esta visão tem procurado manter uma relação mais produtiva e cooperativa entre os “profissionais” e os “cidadãos” (Bruns, 2011, p.125). Segundo Bruns (2011), os utilizadores procuraram nos websites e nas redes sociais formar um “debate” onde podem selecionar e avaliar a informação que recebem. Esta capacidade dos utilizadores, como refere Singer (2013), está para além das conceções tradicionais do jornalismo um vez que os utilizadores pretendem estar envolvidos e diluir as fronteiras existentes (Bruns, 2011).

jornalistas que há muito se definiram em grande parte como guardiães da sociedade agora encontram o papel amplamente partilhado com os membros de um público cada vez mais ativo. Os utilizadores escolhem a notícia para seu próprio consumo, mas também para o consumo de outros, incluindo aqueles dentro de seu círculo pessoal de conhecidos e aqueles que fazem parte de um público online indiferenciado (Singer, 2013, p.14).

Singer (2013) refere que este ambiente aberto que se estabeleceu entre os utilizadores e os jornalistas torna-se benéfico para ambos os lados, os leitores tem acesso a informação mais personalizada e direcionada para os seu interesse e os jornalistas usufruem de uma audiência ativa que procura e dá indicações da informação que pretende. Esta prática permite aos “membros individuais dessa audiência que agora servem como guardiões secundários para um grupo diferente de pessoas, algumas talvez entre público original do meio de comunicação e outros, provavelmente, não” (Singer, 2013, p.4).

A quantidade de informação que circula na rede torna-se excessiva e é necessário que se filtre aquela que realmente interessa. Canavilhas (2010b) refere que estamos perante um fluxo de informação excessivo e fragmentado onde o *gatewatching* emerge e faz com que os *media* procurem captar a atenção dos leitores (2010b, p.5). Neste contexto de conteúdos fragmentados na rede, a informação segue caminhos diferentes dentro do ecossistema mediático. Como defende o autor, referindo-se ao caso específico dos dispositivos móveis, podemos pensar numa tecnologia *pull*, em que os leitores procuram a informação, e numa tecnologia *push*, através da qual as notícias vão ao encontro dos leitores e estes as fazem circular, seja pela partilha ou pelos comentários num ecossistema interativo e instantâneo.

Desta forma percebe-se que a antiga forma de *gatekeeper* usada para filtrar a informação já não faz sentido nos dias de hoje, porque a *web* permite que toda a informação seja disponibilizada, a todo o instante e sem limites de espaço. Não se pode esquecer o papel das redes sociais e das novas plataformas móveis que contribuem para que este processo esteja em constante mutação, conduzindo as antigas conceções do jornalismo a novos horizontes. A relação que se estabelece com o público não é de simples distribuição da informação, percebem-se agora também as vontades, os pontos de vista e as capacidades dos leitores/ utilizadores em poderem contribuir no processo de produção, difusão e distribuição da informação na rede.

2.3. Credibilidade e verificação

Tendo anteriormente explanado a abertura colaborativa que se estabeleceu entre as organizações jornalísticas e os leitores/ utilizadores e tendo em conta a instantaneidade da informação online, como tema central desta dissertação, cabe analisar a forma como a informação é verificada antes de ser disponibilizada, considerando que hoje essa tarefa se encontra bem mais difícil devido à abundância informativa existente.

o jornalismo procura - uma forma prática e funcional da verdade, e não a verdade no sentido absoluto ou filosófico. Não se trata da verdade de uma equação química. Mas o jornalismo pode - e deve - procurar a verdade num sentido que nos permita agir quotidianamente (...) é mais útil e realista entender a verdade jornalística como um processo - ou percurso contínuo até ao

entendimento - que começa com as primeiras notícias e se desenvolve ao longo do tempo (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.42-44).

A informação jornalística sempre foi percebida pela sua característica de dar a conhecer algum assunto novo no menor tempo possível, sendo que hoje essa característica passa pela instantaneidade, com o jornalista a trabalhar em modo “multifunções”. Portanto, a velocidade com que se processa a informação é a “corrida contra o tempo” que todos os dias as redações enfrentam. Assim, é necessário analisar se a verificação dos factos é ou não descurada, principalmente quando se trata de um acontecimento de última hora, como é o caso do estudo a ser apresentado na parte metodológica desta dissertação. Kovach e Rosenstiel (2004) afirmam que “as primeiras horas de um acontecimento”, quando a informação ainda é escassa e difícil de se apurarem os factos, é também o momento em que a exatidão é exigida e indispensável (p.46). Hermida (2012) refere que o jornalista determina a verdade de um acontecimento quando procura a exatidão da ocorrência pela disciplina da verificação, o autor diz que é neste passo que está o cerne do jornalismo.

De acordo com o primeiro tópico do Código Deontológico do Jornalista¹³, este faz referência a que o profissional deva “relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesse atendíveis ao caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público”. Este ponto é assim apresentado como o primeiro dos princípios pelo qual o jornalista deve reger o seu dever de informar, a verificação dos fatos, antes mesmo de divulgar a informação que recolheu.

Singer (2014) refere que os jornalistas há muito são vistos como profissionais que se regem por princípios éticos que definem o comportamento que devem adotar e também servem para delimitar o espaço que os distingue daqueles que não são jornalistas (p.49). Mas há um ponto a salientar, atualmente o jornalista já não detém o poder da informação nas suas mãos, perdeu o monopólio, como vimos anteriormente. Neste contexto, Singer (2014) diz que o compromisso “com a difusão de informação verdadeira e fiável é, em princípio, mais importante do que nunca num tempo em que estamos rodeados de informação de proveniência duvidosa e de qualidade discutível” (p.50). Torna-se assim indispensável que os princípios do rigor e da exatidão que desenham o código pelo qual o jornalista deve reger-se sejam postos em prática, uma vez que, como referiu Singer num contexto digital com um fluxo informativo abundante a verificação adquire uma importância acrescida.

Num vasto conjunto de estudos, Singer (2014) aborda as mudanças pelas quais o jornalista tem vindo a passar nas últimas duas décadas. A autora refere a capacidade de escolha que é hoje detida pelos utilizadores, seguindo diretamente aquilo que lhes interessa. Singer refere-

¹³ ERC: Entidade Reguladora para a Comunicação, <http://www.erc.pt/pt/auto-regulacao-e-co-regulacao>

se ao papel de plataformas como os *blogs*, que apresentaram possibilidades de publicação e difusão de informações, mas lançaram também desafios, nomeadamente em relação à credibilidade das publicações realizadas, em muitos casos de forma anónima (p. 58).

os perigos da informação instantânea, identificados pelos jornalistas logo que tomaram consciência de como funciona a internet, tornaram-se ainda maiores com o advento dos *media* sociais, que combinam a acessibilidade a partir de qualquer lado com um processo de publicação incrivelmente fácil - e uma notável ausência de editores (Singer, 2014, p. 60).

À mudança económica e tecnológica que se instalou no campo dos *media* a partir do ano de 2000 aliaram-se os *media* sociais, que segundo Singer (2014), de certo modo provocaram também receios ao nível da credibilidade das informações difundidas, muitas vezes, de forma viral redes sociais como o *Facebook*, o *Twitter* e o *Instagram*, entre outras, têm aberto as portas “a tudo e a toda a gente” e como é referido pela autora, o problema surge quando no meio de tanta informação publicada não se percebe quem diz a verdade (p.60). Apoiado nesta ideia do emergente crescimento da tecnologia e das novas plataformas está Matthews (2013) que tal como Singer refere a importância da diluição da fronteira entre os jornalistas e o público, o que na visão do autor aumenta as oportunidades dos profissionais em relação ao apuramento de factos junto das fontes.

Os *media* sociais, tal como os blogues há uma década também constituem um desafio para o tradicional estilo de escrita dos jornalistas, baseado na premissa de que o distanciamento é uma ajuda a, e um sinal de, uma imparcialidade normativamente desejável. Apesar de todos os desafios colocados pelo novo contexto digital dos *media*, a busca da objectividade continua a ser um elemento central das auto-precepções dos jornalistas (Singer, 2014, p.61).

Para Singer (2014), os receios e as desconfianças que cresceram nos últimos anos em torno da inovação tecnológica, que por sua vez trouxe a abertura colaborativa com os utilizadores, não coloca em causa a prática do jornalismo enquanto bem informativo, a autora diz mesmo que isso pode facilitar a produção jornalística e até torná-la mais forte. Para a autora, a utilização de novas plataformas, como as redes sociais e a interatividade que os utilizadores geram nestes espaços contribuem “para um jornalismo que é mais atraente, mais multifacetado e mais acessível a mais pessoas, em mais lugares e de mais formas” (p.62).

O grande problema que coloca em causa a ética e transparência na informação jornalística nos dias de hoje é, no ver de Singer (2014), a “falta de recursos”, que não permite que os jornalistas respondam aos desafios impostos, e a “falta de mentalidades abertas e inovadoras” que o desenvolvimento tecnológico impõe às redações (p.62).

A tecnologia e as inovações que se fizeram no campo dos *media* em paralelo com as mudanças de acesso e utilização das novas plataformas por parte dos utilizadores fazem com que os jornalistas tenham de ser mais responsáveis pelo que difundem, porque agora os leitores também certificam a informação, dão indicações e comentam. Os jornalistas, como refere Singer, “têm de fazer um trabalho conjunto e colaborativo de procura e partilha da

informação” (2014, p.63) porque a disponibilização da informação de um para muitos deixou de fazer sentido há muito tempo. Também Matthews (2013) explica que a diversidade de fontes permite ao corpo jornalístico uma abordagem mais precisa, equilibrada e imparcial nas notícias, ou seja, quanto mais cruzamento de dados o jornalista fizer possivelmente menor será o erro de incluir na informação disponibilizada conteúdo falso.

Repara-se que a informação tomou um caminho de mudanças, durante muito tempo foi quase escassa, e hoje encontramos no outro extremo porque abunda informação a um ritmo veloz, instantâneo. Neste ambiente de rapidez e abundância Fidalgo (2004) aponta que é mais difícil a tarefa de verificar a veracidade dos conteúdos informativos. Deste modo, apurar o que é verdade e o que não o é torna-se imprescindível. Ramonet (1998) diz que os *media* criaram uma lógica que funciona de acordo com o que todos dizem, ou seja, se todos os meios informam que determinado acontecimento é verdade, este é verdadeiro mesmo que seja falso. Na visão do autor esta lógica provoca no recetor uma aceitação obrigatória de que aquilo que informam é verdade. Talvez a ideia de Ramonet aplicada à situação atual seja um pouco radical, é verdade que a informação disponibilizada é vista pelo leitor à partida como um conteúdo que se apresenta com veracidade, mas também não deixa de ser verdade que este mesmo leitor já não tem um papel de mero recetor.

Na obra *Verification Handbook* constata-se que hoje em situações de última hora a combinação do fator humano e o fator tecnológico podem servir no sentido de obter verificação, e o público que presencia os acontecimentos acaba por ser muito valioso, principalmente em locais em que as equipas jornalísticas não são capazes de atuar no momento do acontecimento (Silverman & Tsubaki, 2014). Mas no que toca a situações de desastres naturais ou humanos, os autores reparam que o processo de verificação seja mais difícil pelo simples fato de se tornar uma questão “de vida ou morte” (Silverman & Tsubaki, 2014, p.8).

Hoje em dia vemo-nos confrontados com uma grande interrogação. A credibilidade e a fiabilidade (...) o que interessa na abundância informativa atual é o que nos irá servir, o que nos irá ser útil, por um lado, e por outro lado, como devemos ficar somente com o que é credível e fiável e como consequência, com o que representa um certo número de garantias, ligadas à ética, à virtude, à deontologia, à moral da informação (Ramonet, 1998, p. 54-55).

Atualmente o valor da informação está na instantaneidade, mas depara-se com alguns riscos como refere Ramonet (1998). A verificação é uma questão pertinente, sempre o foi, mas hoje com a abundância e a velocidade com que se recebem conteúdos informativos nas redações e no modo instantâneo como se dá o alerta torna-se ainda mais importante a sua prática. O jornalista pretende na sua função de informar manter uma relação de comprometimento e independência ao mesmo tempo. Kovach e Rosenstiel (2004) dizem que este papel de independência do profissional do jornalismo se torna mais evidente quando este desempenha a função de “vigilância” (p. 112). Tomando a ideia dos dois autores e focando-nos no tema

desenvolvido neste tópicó pode-se verificar que a “vigilância” é hoje um processo que precisa estar à frente de qualquer assunto suscetível de vir a público, pois encontra-se perante “o maior desafio de sempre”:

a natureza progressiva do jornalismo enquanto fórum público gerou uma nova forma de jornalismo declarativo, o que torna ainda mais crítica a necessidade de um jornalismo de vigilância enérgico e sério (...) deve vigiar não só o governo, mas também o crescente mundo de organizações sem fins lucrativos, o mundo empresarial e o debate público, cada vez mais vasto, que as novas tecnologias estão a proporcionar (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 133).

A nova era que o jornalismo atravessa deve, segundo os autores, servir o público “a começar pela veracidade dos factos e verificação” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 140). Para isso, o jornalista tem a responsabilidade de informar de modo relevante o seu público, tendo primeiramente que se certificar sobre a veracidade da informação que pretende disponibilizar (2004, p. 153).

Kovach e Rosenstiel (2004) referem que é importante que os leitores entendam as escolhas dos jornalistas e não as encarem como escolhas de venda fácil, pois, o princípio “da credibilidade é a percepção dos motivos do jornalista” (p. 175). Portanto, o profissional hoje não escolhe o que o leitor deve saber, mas ajuda-o a encontrar a informação que lhe interessa. A tarefa do “jornalista é verificar quais as informações que são fiáveis” (p.23), ainda que a evolução tecnológica tenha trazido mudanças a todos os campos do jornalismo, “a essência da função jornalística” não se alterou, ou pelo menos não deveria alterar-se, pois o jornalista tem, em primeiro lugar, o dever de verificação (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.23-24).

A verdade é que a era digital trouxe ao mundo do jornalismo trabalhos acrescidos, considerando desde logo o fluxo de informação e os atores envolvidos. Castilho (2005) alega que com a internet a rotina das redações e o hábito dos leitores modificou-se, verifica-se, de um modo geral, uma redução de pessoal com uma sobrecarga horária o que poderá afectar a verificação e em última análise a credibilidade do processo informativo (p.248).

Buttry (2014) defende que a “verificação bem-sucedida resulta do uso eficaz da tecnologia, assim como do comprometimento com padrões de precisão” (p.17) para o autor a verificação deve fazer uso de três fatores: a habilidade e a persistência profissional; o uso da honestidade e o conhecimento; e a documentação. No entender de Buttry a tecnologia mudou estes três fatores porque as redes sociais e os conteúdos gerados pelos utilizadores colocam a tarefa de verificar num patamar assente no uso de ferramentas digitais, bem como dos *tablets* e dos *smatphones* que ajudam na procura de novas fontes e bancos de dados (p.18).

A rapidez com que se dá uma notícia no caso de não ser verificada pode torna-se na rapidez com que se espalha uma informação falsa. Perante esta realidade também é importante

perceber que a abundância de conteúdos exige que, cada vez mais, os profissionais relatem os factos com rigor e exatidão para que na tarefa de informar prevaleça sempre a verdade.

O desenvolvimento da tecnologia trouxe mudanças a vários níveis no trabalho jornalístico, a começar pelo desempenho da tarefa de informar que se readaptou a uma redação assente nas multifunções do profissional. A interação, a participação e a partilha lançaram também novos desafios e contribuem para a redefinição do processo de verificação.

Capítulo 3. “As transformações no papel do leitor”

A informação é muito fácil de conseguir agora. Vais ao Google, fazes uma pergunta e recebes uma resposta. O problema não é um, mas milhares. Quando eu era jovem ansiava ter o tipo de acesso à informação que tenho agora, mas com o passar dos anos descobri que o excesso de informação é pior que a escassez. Agora os temas mudam continuamente e o interesse das pessoas flutua com enorme facilidade (Bauman, 2012, s/p).

O ecossistema comunicativo converge num ambiente multiplataforma onde tudo circula principalmente pela capacidade interativa e instantânea que se estabeleceu entre as entidades jornalísticas e os leitores. A informação pode ser distribuída para diversas plataformas de modo instantâneo e ganha, ao mesmo tempo, a vantagem de ser partilhada nas redes sociais, tanto pelos profissionais como pelos utilizadores.

Concha Edo (2003) salienta que ao repararmos “nas mudanças que ocorreram nas últimas décadas podemos ver que a informação se tornou num bem habitualmente partilhado entre os meios de comunicação e os leitores, que têm vindo a ganhar terreno para se tornarem os verdadeiros proprietários da informação” (p.1). Estas mudanças devem-se aos avanços da tecnologia que, como defende Rodrigues (2006), implementou junto dos *media* uma forma vantajosa de ampliar e produzir informação e ao mesmo tempo deu espaço para os cidadãos poderem contribuir na esfera pública aliando-se à informação jornalística. Deste modo criou-se um campo de interação proporcionado pela participação do público que ganhou forças em espaços dedicados a essa prática desde *blogs*, redes sociais e espaços dedicados precisamente a dar voz aos leitores.

A produção colaborativa dos leitores na atividade jornalística, é um instrumento que contribui para o fluxo de informação na *web* (Castilho & Fialho 2009). O leitor adotou outra postura, não apenas recebe, como também interage com a informação, quer seja partilhando ou complementando os conteúdos - vídeos, fotos ou factos importantes para as entidades jornalísticas, para ajudar a contextualizar a informação. “A internet, torna possível que a configuração do jornal se altere radicalmente consoante o desejo do leitor” (Fidalgo, 2004, p.2) que é visto como referem Kovach e Rossentiel (2004) como prosumidor “uma forma híbrida de produtor e consumidor” (p.23).

Toffler (1984), na sua obra *A Terceira Vaga*¹⁴, referia já que a informação se tornou num negócio de crescimento rápido a nível mundial. “Uma bomba informacional está a explodir no meio de nós, a atingir-nos com uma chuva de estilhaços de imagens e a modificar

¹⁴ Nesta obra Alvin Toffler refere que a civilização está hoje diante de novos horizontes. “A civilização é tão profundamente revolucionária que desafia todas as nossas antigas suposições. Velhas maneiras de pensar, velhas fórmulas, velhos dogmas e velhas ideologias, por muito queridos e úteis que tenham sido no passado, já não se coadunam com os factos”. Estamos diante de um mundo que emerge de um contexto desorientado que por sua vez, exige “novos valores e novas tecnologias, novas relações geopolíticas, novos estilos de vida e novos modos de comunicação” (Toffler, 1984, p.7-8).

drasticamente o modo como cada um de nós apreende o nosso mundo privado e actua no seu contexto” (p.155). Do mesmo modo, Toffler defende que o “mar de informação” que nos rodeia é também modificado (p.156). Interessa-nos perceber as mudanças ao nível do papel do cidadão no mundo informativo, que não é mais um recetor passivo, pelo contrário tomou o papel de prosumidor, porque recebe, produz, partilha e interage num processo de comunicação ativo, instantâneo e contínuo. Os *media* “ao contrário de expandirem a sua influência, vêm-se subitamente obrigados a compartilhá-la” (Toffler, 1984, p.158). Assistiu-se à desmassificação dos *media* como defendeu Toffler (1984), a cultura assiste à fratura transitória de uma sociedade em mudança contínua onde “os novos *media* refletem e aceleram o processo” e onde é necessária mais informação (Toffler, 1984, p. 165-167).

Os cidadãos fazem parte da construção da realidade que recebem e presenciam todos os dias, por isto, Toffler considera que “a desmassificação da civilização, que os *media* refletem e intensificam, simultaneamente, traz consigo um enorme salto na quantidade de informação que todos nós trocamos uns com os outros” (p.166-167). Para o autor, a chave deste avanço está no computador com memória eletrónica, processamento e armazenamento. Hoje, vemos que o computador deu lugar a outros meios eletrónicos, os dispositivos móveis que fazem parte do dia-a-dia dos cidadãos. A isto o autor considerou o “efeito instantâneo” ou seja, os avanços que transformaram os modos como interagimos na sociedade “em fluxo contínuo” num ambiente “de vinte e quatro horas sobre vinte e quatro horas” onde separar “quem é realmente o consumidor e quem é o produtor” será uma tarefa cada vez mais difícil (p.183-184).

A era da informação abriu uma rutura com paradigmas culturais, o ambiente online de forte atualização e disponibilização de informação alterou o processo informativo da sociedade com “novas rotinas, crenças e valores” (Castilho & Fialho, 2009, p.121), que estabelecem deste modo uma sociedade que não fica sentada à espera de ser informada, mas que procura por meios próprios seguir a informação que lhe interessa. A questão tecnológica marca aqui o seu território, atualmente com o acesso a dispositivos móveis qualquer leitor consegue de maneira instantânea estar informado ao minuto.

Trata-se agora de refletir sobre a recepção em ambiente de constante fluxo, em condições entrópicas, em que o leitor está sempre envolvido em mais de uma atividade (dirigindo, olhando um painel eletrónico e falando ao telefone, por exemplo), interagindo com mais de um dispositivo e desempenhando tarefas múltiplas e não correlatas (Beiguelman, 2004, p.266).

Beiguelman (2004) apresenta duas visões sob o novo panorama do espaço híbrido em que nos situamos. Se estamos realmente num campo de convergência de meios ou se apenas nos encontramos num “cenário de leitura distribuída em inúmeros meios” fazendo corresponder as nossas ações às de “um leitor em trânsito permanente” (p. 266). Desenha-se um “novo horizonte de leitura” pelo qual o ambiente de convergência mediática e o desenvolvimento de plataformas e ferramentas móveis nos prometem e ao mesmo tempo “impõem que se

pense no que queremos dos textos, da memória e das próprias tecnologias de conhecimento” (Beiguelman, 2004, p. 268).

Sabe-se que hoje não precisamos estar sentados a uma secretária, num local fixo para procedermos à escrita ou leitura de um conteúdo porque temos meios que possibilitam essas duas tarefas de modo simultâneo. Beiguelman (2004) refere que hoje tanto se pode ler, como publicar e mesmo falar, gravar compromissos, abrindo assim um processo “numa escala sem precedentes” fazendo da leitura e da escrita uma incorporação de ações comunicativas (p. 268). O leitor/utilizador necessita, cada vez mais, de saber onde está dentro da rede para não se perder, “navegar implica ter uma bússola” (Beiguelman, 2004, p.273), a interface modela o modo como o utilizador comum acede via computador (Bretas, 2004).

O futuro da tecnologia promete mudanças, e como se tem vindo a verificar cada vez mais, a tecnologia está onde os utilizadores estão. Não apenas o telemóvel e o computador serão os meios de acesso à rede como já não o são, mas novos equipamentos como *smatphone*, *tablet* mais recentemente os *apple watches* entraram em campo. Estes avanços permitem uma nova visão e revisão da funcionalidade dos meios, onde a mensagem passará a ser transmitida pela interface (Beiguelman, 2004, p. 280).

O processo comunicativo transformou-se, passou de um modelo unidirecional para um modelo rizomático, onde se torna difícil encontrar o emissor e o recetor tornando-se assim, a comunicação num processo mais fluido (Castilho & Fialho, 2009). O ambiente de interação permite a criação de mensagens de “muitos para muitos” (Bretas, 2004, p.224). Castilho e Fialho (2009), referem que a colaboração permite que se gere um conhecimento apropriado à natureza da rede: com intensidade, aprofundamento e velocidade (p.124). Os ambientes fixos e estabilizados de outrora dão lugar a uma fluidez constante da informação, que está agora dispersa e ligada às pessoas pela rede (Castilho & Fialho 2009).

Neste ambiente de constante conexão surge o papel das redes virtuais, que no ver de Castilho e Fialho (2009) modificou os comportamentos dos leitores para um ambiente colaborativo em especial, junto da informação jornalística (p.126). Esta mudança possibilita uma relação colaborativa com as entidades jornalísticas, o que permite aos leitores obter da rede uma capacidade forte de disponibilizar informação que estão a acompanhar (p.137).

Bretas (2004) alega que muito do que se tem vivido nos últimos tempos por parte dos leitores e utilizadores da rede demonstrou que “a procura de informação foi além da capacidade normal” (p.214). A autora menciona o “caso da queda das torres gémeas a 11 de Setembro de 2001” para destacar que foi um momento histórico que levou ao romper de rotinas e desenvolveu junto dos utilizadores um espírito de partilha dos acontecimentos que acompanham. A este exemplo que levou à interatividade entre os utilizadores e as entidades

jornalísticas podemos acrescentar outros mais recentes como: A Guerra no Iraque em 2003, a Primavera Árabe em 2010, entre outros, como veremos mais à frente neste capítulo.

Neste contexto é também essencial falar no papel das plataformas como o *Facebook*¹⁵ rede social criada em 2004; o *Twitter*¹⁶ rede social surgiu em 2006; o *Instagram*¹⁷, lançado em 2010, rede social que permite partilhar fotos e vídeos com outros utilizadores e remeter as publicações também para as outras redes sociais; o *LinkedIn*¹⁸ é uma rede social ligada aos negócios, fundada em 2002, o *Youtube*¹⁹ surgiu em 2005 com o intuito dos utilizadores poderem partilhar vídeos e imagens, os blogues entre outros, que têm sido espaços abertos à partilha e à proximidade dos leitores/utilizadores com a informação.

Canavilhas (2011b) diz que a capacidade de consumir informação se tornou “individual, contínua, móvel e global” (p.22), devido às características dos novos meios onde a informação passa a ser distribuída de modo heterogéneo e onde o utilizador é parte, na colaboração e produção das notícias pois, segundo o autor, passou-se de um sistema “centrado nos meios” para um sistema “centrado no eu” (Canavilhas, 2011b, p.22). De fato, a interatividade permanente entre os utilizadores e os profissionais tornou-se numa vantagem como referiu Barbosa (2001), pois ocorre uma ligação rápida e, em muitos casos, imediata “entre pessoas que estão nos mais distantes lugares do mundo” (p.2), portanto, o ambiente online e os novos meios possibilitam um contato entre público, conteúdos informativos e os profissionais, estabelecendo-se, neste sentido, um campo de convergência.

A característica interativa da *web*, como diz Rost (2014), vai além do jornalismo digital porque se expande a todos os profissionais independentemente do meio em que trabalham. E, neste ponto surge o papel do leitor/utilizador cuja contribuição, como refere o autor, define os modos do jornalismo atual pois, “implica uma certa transferência do poder do meio para os seus leitores” (p.55). Porque os leitores podem escolher dentro dos conteúdos oferecidos a navegação de leitura que pretendem e ao mesmo tempo optar pela forma de interagir com esses conteúdos, seja pelos comentários, pelas partilhas em *blogs* ou nas redes sociais.

Contudo, Rost (2014) salienta a importância de saber estabelecer um lugar para os utilizadores e um lugar para os jornalistas. Porque ainda que os leitores tenham ganho algum poder pela interatividade, não significa que se esteja em pé de igualdade no que diz respeito ao poder que os meios de comunicação e os seus profissionais detém no processo de informar. Deuze (2006) sustenta que a “investigação na área do jornalismo online deve questionar continuamente até que ponto o jornalismo, a internet e a sociedade interagem e quão

¹⁵ <https://pt-pt.facebook.com/>

¹⁶ <https://twitter.com/>

¹⁷ <https://instagram.com/press/>

¹⁸ <https://pt.linkedin.com/nhome/>

¹⁹ <https://www.youtube.com/>

significativas serão essas interações para o jornalismo enquanto profissão” (p.20), assim, como a função do *gatekeeper* que se moldou como já tivemos oportunidade de mencionar no capítulo anterior. Estas são as mudanças que suscitam questões sobre a abertura das fronteiras entre emissores e recetores, embora seja uma realidade, permanecem sempre algumas incógnitas sobre o futuro dessa relação. Esta dissertação procura também analisar o modo como os profissionais estabelecem relação com os leitores e a forma como essa interação se desenrola. Há apenas comentários? Se para além disso, há alertas dos leitores para certos erros nas notícias? Em caso de haver, os jornalistas corrigem e referem essa correção?

3.1. Características do leitor online

Para traçar o perfil do leitor online não nos podemos esquecer das características que o meio lhes possibilita, hipertextualidade, instantaneidade, multimedialidade, memória, personalização, ubiquidade e a interatividade, que vêm marcando a ação dos utilizadores na rede. Atualmente com o avanço das tecnologias o processo de comunicação alterou-se a vários níveis. A população teve acesso à tecnologia de um modo gradual, mas evolutivo, e o incremento da internet e das novas plataformas veio impulsionar uma posição mais ativa do público. Interessa-nos falar do comportamento do leitor online e das suas características.

Para Rodrigues (2006) os leitores agora têm mais oportunidades, não apenas podem fazer uma escolha daquilo que lhes interessa saber, mas também intervir na informação “participando activamente no processo” (p.65). Não são só leitores, são atores que interagem com os meios e os jornalistas, característica que a internet possibilitou e que, no ver de Concha Edo (2007), obriga os profissionais a fazerem “uma revisão dinâmica dos modos habituais de apresentar a informação” (p.11), porque as características do ambiente *web* permitem essa interação e obrigam a uma responsabilidade acrescida na tarefa de informar.

Zamora (2001) refere que o leitor online se divide em três grupos: primeiro porque podendo ser um leitor do impresso procura mais informação na *web*; segundo esta possibilita-o de ter acesso a informação nacional e internacional de um modo rápido e, por último, procura um meio multimédia que lhe permita chegar a uma informação mais profunda através das potencialidades do hipertexto que remete para imagens, sons e vídeo. A autora enumera também algumas das características do leitor do jornalismo na *web* são elas: 1. A procura de conteúdo especializado; 2. Eleição apenas da informação que lhe interessa; 3. É um utilizador que sabe usar as ferramentas multimédia; 4. Apresenta um carácter interativo, pois pretende descobrir o que lhe traz inquietações; 5. É membro de uma geração em rede (estudantes, professores, investigadores, etc.); 6. Estabelece uma relação ativa com a redação pela

interatividade; 7. Procura aquilo que lhe interessa porque o meio permite que a informação apareça de forma discriminada (Zamora, 2001).

Já Rost (2014) apresenta dois tipos de interatividade: a seletiva e a comunicativa onde o leitor/utilizador estabelece uma relação com os conteúdos que o meio disponibiliza. Na interatividade seletiva o utilizador tem uma forma de seleção sobre o modo que lhe interessa ser informado; na interatividade comunicativa o utilizador pode expressar-se sobre os conteúdos seja para comentar, discordar e partilhar.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de *media* já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (Jenkins, 2006, p.18 -19).

Henry Jenkins (2006) na sua obra *Convergence Culture* fala da convergência mediática, da inteligência coletiva e da cultura participativa. Mas o autor considera que embora se esteja num contexto de convergência nem todo o público tem acesso às tecnologias, o que no entender de Jenkins se torna uma lacuna no processo da participação. Neste ambiente convergente o autor diz que ninguém dita as regras, nem estabelece um controlo e salienta também que os produtores terão de saber aceitar a participação dos consumidores porque o público exige uma relação próxima e interativa. E é neste ambiente que a cultura ganhará novos contornos e redefinições (Jenkins, 2006). Como defende Pierre Lévy (1998), o desenvolvimento das tecnologias e da rede deve ser encarado como uma forma de comunicar mais rápida que qualquer outro meio anterior, e sendo assim, os excluídos desta interação passam a ser um número menor.

O ciberespaço aponta para uma espécie de monoteísmo imanente na esfera remodelada da comunicação e da cultura. Paradoxo: esse fenómeno origina-se especialmente no fato de que cada um pode doravante ter a sua página. Virtualmente não há mais separação entre os proprietários e os outros (Lévy, 1998, p. 48).

O ambiente online possibilita uma inteligência coletiva, onde todos podem interagir, compartilhar e seguir aquilo que lhes interessa. Esta inteligência coletiva é a “interligação em tempo real de todos com todos” onde o mediador desse ambiente de fluxo informativo dentro da inteligência partilhada das sociedades será o ciberespaço (Lévy, 2000, p. 178-179). Para o autor é este contexto de partilha e interação que permitirá que a inteligência coletiva, que ele defende, consiga crescer num ambiente “de comunicação interativo e comunitário” (p. 30).

Pisani e Piotet (2008) observam que os internautas estão hoje longe de ser atores passivos, e já não se conformam com a simples fato de navegarem porque trocam informação, participam e comentam, deste modo os autores, na sua obra *Comment le web change le*

monde: L'alchimie des multitudes, decidem chamar aos internautas “Webatores” (p.2). Rodrigues (2006) relembra a importância da interatividade e salienta que esta prática “permite, não só a intervenção no debate, como também a possibilidade de obter um feedback” (p.55). Os leitores/utilizadores têm agora uma maior facilidade em aceder à informação numa “escala global”, interagindo de forma instantânea.

O utilizador já não tem que seguir uma leitura que evolui do mais importante para o menos importante - na perspectiva do jornalista - e passa a ter a oportunidade de seguir um percurso próprio, saltando de ligação em ligação de acordo com os seus interesses. Isto implica o recurso a novas técnicas de redacção adaptadas a uma nova realidade técnica que permite a ligação entre textos e elementos multimédia em diferentes camadas de informação (Canavilhas, 2007a, p. 84).

Kovach e Rosenstiel (2004) referem-se à relação entre jornalistas e cidadãos referindo-se à teoria do público interligado e definem três categorias distintas: um “público envolvido” que estabelece uma relação pessoal com os acontecimentos; um “público interessado” sem estar envolvido no assunto, reage com uma experiência direta; e, por último, um “público desinteressado” que não dá valor nem participa. Perante este conceito de público interligado os autores defendem que todos fazemos parte destes grupos dependendo do assunto em causa (p.28).

Os cidadãos informam-se hoje a partir da iniciativa própria e contribuem também para que a informação chegue a todas as partes. Percebe-se que este avanço não pode deixar de ser relacionado com as tecnologias, ainda que a sociedade tenha sofrido mudanças a vários níveis, a internet é em grande parte uma “causadora” desses efeitos. As pessoas pretendem estar a par dos acontecimentos, uma notícia de última hora é resultado de instantaneidade e os cidadãos estão hoje equipados para receber e acompanhar esse fluxo contínuo e instantâneo da informação. “É cada vez mais fácil tornar pública uma opinião, um comentário, uma informação, uma crítica” (Rodrigues, 2006, p.90), de fato os leitores estão hoje muito ligados à informação, não apenas como produto acabado, mas como produto em constante atualização onde se tornam ativos para dar o seu cunho enquanto membros da sociedade.

3.2. Relação e experiência do leitor online com os conteúdos

O leitor online adotou um papel ativo e presente na sociedade informativa. Traquina (2002) considera que este é um fato que levou o jornalismo a “uma arena de disputa entre todos os membros da sociedade” (p.213). O papel do cidadão comum tornou-se uma mais-valia como defende Rodrigues (2006), faz ouvir as vozes e pode denunciar certas matérias ocultas, mas obriga também a que se tenha uma atenção redobrada perante a origem de certas

informações, referimo-nos à credibilidade das fontes que se tornam abundantes no espaço onde “todos” podem dar o seu contributo.

as novas capacidades que a internet oferece aos jornalistas e ao público na obtenção de dados e de acesso à informação, a proliferação de canais e a explosão de locais de comunicação e de informação, nomeadamente os milhares de sites no ciberespaço, as novas oportunidades de acesso aos jornalistas para as vozes alternativas da sociedade (Traquina, 2002, p. 213).

O papel da interatividade entre cidadãos e as entidades de informação não é uma novidade, já anteriormente, nos meios tradicionais, havia contacto entre os leitores e jornalistas pelas cartas do leitor. Contudo o papel da internet trouxe à interatividade um conjunto de aspetos que ganham a sua plenitude na rede (Rodrigues, 2006). Os espaços dedicados à participação cresceram, desde *blogs*, às redes sociais, aos próprios sites informativos com espaços para a participação e mesmo jornais exclusivamente para interatividade participativa do público. A isto, juntou-se a popularização e o desenvolvimento dos aparelhos tecnológicos, os telemóveis, os *tablets*, os *smatphones* que fizeram da interatividade um fenómeno em tempo real, instantânea e ubíqua.

Na obra *A Terceira Vaga*, Alvin Toffler (1984) apresenta já uma visão bastante vanguardista sobre as mudanças da sociedade contemporânea:

Numa época em que terroristas se entregam a jogos de morte com reféns, em que as moedas declinam entre rumores de uma terceira guerra mundial, em que embaixadas são incendiadas e tropas de choque atam as botas em muitas terras, olhamos horrorizados para os grandes títulos. O preço de ouro - esse sensível barómetro do medo - bate todos os recordes. Bancos tremem. A inflação campeia, descontrolada. E os governos do mundo estão reduzidos à paralisia e ou à imbecilidade (Toffler, 1984, p.7).

Esta é a realidade de hoje, as últimas décadas têm mostrado que a sociedade não é mais a mesma, há necessidade de perceber o que se passa, mas acima disso, há necessidade de participar, de dar voz áquilo que nos inquieta enquanto cidadãos.

O que Alvin Toffler (1984) referiu já nos finais do século XX não podia encaixar da melhor forma na realidade que a sociedade hoje encara. Ultimamente os conflitos no Médio Oriente têm-se tornado palco de fluxo informativo, nomeadamente no âmbito do crescimento de grupos extremistas que fazem jornalistas e outros cidadãos reféns. Outro exemplo é o conflito Ucrainiano com a Rússia por causa da Crimeia que se tornou um impasse e envolveu as comunidades internacionais, mas também os ataques terroristas em Paris, ao jornal *Charlie Hebdo* e em Tunes, na Tunísia, ao Museu *Bardo*. Estes e outros casos têm possibilitado a publicação e difusão de informações, de diferentes proveniências, de uma forma rápida e global acentuando simultaneamente a necessidade crucial de verificar os factos. Catástrofes naturais, terrorismo, acidentes de vária ordem são, por norma, situações que motivam a participação dos cidadãos. Como defendeu Rodrigues (2006), a interação participativa do público não deve ser ignorada. Para Toffler (1984) numa “cultura de especialismos

antagônicos” enraizada em acontecimentos fragmentados “não é meramente útil: é crucial” (p.8), que se faça uma análise exaustiva. Isto para explicar que a sociedade evolui de acordo com os novos desafios que se impõem, desde novos valores, novas formas de comunicar, sem esquecer o papel desempenhado pelos avanços tecnológicos, tudo isto, são novos conceitos que a sociedade é obrigada a aceitar e, ao mesmo tempo dar voz. Como diz Toffler (1984), não se pode “meter à força o mundo embrionário de amanhã nos cubículos convencionais de ontem” (p.8-9).

Os cidadãos experienciam a participação na sociedade em que estão inseridos, este espírito é no ver de Toffler uma maneira de sobrevivência e não somente de curiosidade intelectual (1984, p.12). Também Bauman (2007), na obra *Liquid Life*, refere que devemos mudar e estar sempre prontos para essas mudanças, porque o tempo em que estamos é regido pela flexibilidade. Na visão do autor isto é uma necessidade e uma “garantia de sobrevivência” (p.94). Neste aspeto também Sylvia Moretzsohn (2006) no seu artigo “O mito libertário do «jornalismo cidadão»” reforça que a tecnologia por si só não altera a vida em sociedade, mas antes as relações sociais e políticas e mesmo os conflitos é “que vão conformar a utilização dessa tecnologia” (p.65). Segundo a autora, “o mais correto seria dizer que, como tantas inovações tecnológicas ao longo do século passado, o ciberespaço reproduz as relações de poder que estão na sociedade” (p.66).

Seguindo o pensamento de Bauman (2007), a importância do consumidor intensifica uma interação com o mundo que se encontra do lado de lá da fronteira tanto apresenta riscos, como ao mesmo tempo apresenta esperanças. Reportando isto à fronteira entre jornalistas e cidadãos sabe-se que essa fronteira está hoje aberta e, que para além de benéfica para ambas as partes traz também alguns desafios principalmente aos profissionais de informação.

Por estas razões, o jornalismo participativo como veremos mais à frente está marcado pela interação do público na produção das notícias. Já Toffler referia o “envolvimento mais estreito do consumidor na produção”. Os leitores/utilizadores entraram num campo que lhes permite a participação. Ainda que suscite muitas vezes uma certa estranheza, lembrando a ideia de Toffler (1984), se houver mais intermediários há também uma expansão do “labirinto de canais” (p.285).

Correia (2005) reconhece que a internet disponibilizou muitas opções que desfazem “a relação rígida e piramidal que alegadamente tem sido a relação dos media de massa com os seus leitores” (p.131). Para o autor importa perceber as mudanças no modelo comunicacional. “A participação do público na construção da notícia, seja através da sugestão de temas de reportagem, ou de informações sobre determinado assunto que o público faz chegar aos jornalistas, é cada vez mais fácil e também mais frequente” (2005, p.131). Esta interatividade mútua entre leitores e entidades jornalísticas torna-se fundamental porque

“pode contribuir para o eventual fortalecimento de um jornalismo conversacional” (Correia, 2005, p.132).

É importante aqui salientar a entidade que os indivíduos adotam neste novo ambiente participativo. Correia (2005) considera que “a emergência da individualidade compete com a experiência do destino coletivo” (p.78).

As redes sociais foram o corolário lógico: ao longo da experiência virtual um indivíduo pode simultaneamente ser um solitário à procura de parceiro ou um investigador mergulhado numa complexa teia teórica, tudo ao mesmo tempo. Pode estar a dar atenção a uma multiplicidade de agentes sociais e apresentar-se a todos eles de modo diferente (Correia, 2013, p.125).

Interagirmos de forma individual, mas para um contexto universal e partilhado. Estamos diante de uma “exposição do privado e a fluidez nas transições entre situações sociais resultantes de múltiplos papéis que é possível assumir através de perfis” através da ligação à rede e às plataformas móveis “todos estão ligados com todos” (Correia, 2013, p.125). Estamos num contexto de mente coletiva fruto da interatividade tecnológica (Kerckhove, 1997). As próprias redes sociais fazem apelo à interação e ao envolvimento privado na esfera pública que estimula a partilha. “Como te sentes hoje? Perguntava o *Facebook*, em que estás a pensar?, questiona hoje; o que está acontecer?, interroga o *Twitter*, põe o teu mundo a falar com fotografias, partilha a tua vida... (...) incentiva o *Instagram*” (Carvalho, Prior & Morais, 2013, p.110). O público cria assim, através da rede e dos sites sociais uma interação partilhada da vida privada, a fronteira entre público e privado percebe-se que está hoje corrompida. O contexto de experiências pessoais “fazem parte, agora, de um espaço onde é difícil determinar o que é público e o que é privado” (Carvalho, Prior & Morais, 2013, p.114).

Encontramo-nos diante de uma cultura mediatizada, ninguém sobrevive hoje sem acesso ao computador, ao telemóvel e a ligação à internet. “A internet é uma rede de redes que permite a transmissão muito precisa e coloca o controlo nas mãos do utilizador” (Kerckhove, 1997, p.90). Estamos diante de um ambiente de partilha e interação permanente e é aqui que surge a tal emergência individual que nos fala João Carlos Correia (2005), é que para além deste ambiente corporativo o indivíduo está cada vez mais à procura da sua identidade. Estamos diante de “uma modernidade tardia” enfatizada pela internet que se caracteriza pela exaltação do eu no ambiente coletivo (Rodrigues, 2006, p.139).

A descoberta de novos modos de complementaridade entre os media tradicionais e os media interactivos, o repensar da escrita mediática, aproveitar as potencialidades estéticas dos novos media não é de modo nenhum esquecer a dimensão social dos media, mas dar uma outra centralidade a uma certa dimensão do social frequentemente esquecida como tal (Correia, 2005, p. 89).

O papel da convergência não poder ser posto de parte, aliás, não pode ser dissociado como defende Damásio (2003), dos modos como a sociedade se organiza e interage com as

tecnologias. Os indivíduos passaram a ter as relações mediadas tecnologicamente, agora existem “novas formas de agir e interagir com os outros” (Rodrigues, 2006, p. 138). Isto reflete-se nas relações pessoais a que hoje assistimos, as experiências são vastas e convergem num ambiente de partilha e multiplataforma.

Paulo Serra (2004) salienta que a proximidade que se estabelece não é apenas tecnológica, “mas também interpessoal” (p.163). Atualmente, a sociedade da comunicação é “uma sociedade em que todas as distâncias - espaciais e simbólicas, individuais e culturais - tendem a ser reduzidas ou mesmo anuladas” (Serra, 2004, p.163), esta realidade contribui no ver de Rodrigues (2006) “para uma abertura a novas experiências, nomeadamente ao nível das relações sociais” (p. 138).

Está em evidência “que os média contemporâneos - tal como sucedeu com os anteriores - estão a criar novas formas de acção e interacção, e a ordenar a maneira como os indivíduos interpretam e reagem no mundo social” (Ferreira, 2004, p.211), a diferença é que hoje as experiências passaram do contato direto para um contato virtual mediado na rede.

Aquilo a que estamos assistir é um processo gigantesco de mutação no modo de produção das subjetividades, que passa por uma mudança profunda das funções psicológicas e sociais no seu embrenhamento com a dinâmica dos processos tecnológicos e igualmente pela instauração de novos níveis de reflexão e de exercício crítico (Ferreira, 2004, p.214).

Estas transformações trazem, segundo Ferreira (2004), novas formas de comunicação, conhecimento e uma “gestão diferente do tempo e do espaço” dentro das relações, sejam elas “entre familiares, entre amigos, entre Estado e cidadãos ou entre nações” (p.213).

Seguidamente abordamos o papel dos dispositivos móveis nestas experiências que os utilizadores hoje fazem na *web*. Atualmente em todas as experiências e interações que colocamos em prática necessitamos de um meio próprio para o fazer, talvez viver sem estes novos aparelhos digitais se torne uma das tarefas mais difíceis, arriscamo-nos mesmo a dizer impossíveis, para o ser humano.

O papel da instantaneidade reduziu o “fosso entre estímulo e a resposta comunicacional” (Kerckhove, 1997, p.191), este aspeto leva à abertura da rapidez de respostas a nível global. O tempo em que distribuir uma informação se tornava mais demorado do que a recolha da mesma como lembra Kreckhove (1997), já não existe nos dias de hoje. A função da instantaneidade “impõe uma aceleração em todas as sociedades humanas” (p.244).

Neste ambiente percebe-se o papel desempenhado pelos cidadãos porque interagem e criam experiências com os conteúdos informativos com a instantaneidade “tornamo-nos nómadas eletrónicos” (Kerckhove, 1997, p.244). O autor considera que a ubiquidade eletrónica com que lidamos hoje é necessária e positiva mas ao mesmo tempo traz consequências de cariz

social, político e cultural. Podemos aqui associar como exemplo, a Primavera Árabe, que pelo alcance instantâneo e interativo da sociedade pelas tecnologias móveis se expandiu ao mundo. É pelo colmar das experiências no uso das novas tecnologias e pela instantaneidade como referimos em cima “que agora somos testemunhas involuntárias das atrocidades que aí se cometem” (Kerckhove, 1997, p.245).

Kerckhove (1997) na sua obra *A Pele da Cultura* refere uma teia na qual os *media* tem papel fundamental pois “tecem uma manta táctil de actividade eletrostática” o que faz as tecnologias que utilizamos reduzam “os intervalos espaço-temporais entre operações” e permite que a sociedade entre num campo de profundidade e interação (p.192).

3.3. A utilização de dispositivos móveis

Pensar o jornalismo na *web* é de certo modo, pensar nas novas ferramentas que a ele estão aliadas, os dispositivos móveis, que possibilitam um jornalismo móvel e ubíquo. Prova disso são as novas ferramentas de uso cotidiano de cada cidadão com acesso à internet, que pode através do computador portátil, do *tablet* e do *smartphone* aceder a qualquer conteúdo informativo na *web*. “A digitalização, o crescimento da internet e a emergência dos dispositivos móveis alteraram a forma como se produzem e distribuem as notícias” (Canavilhas & Satuf, 2013, p.35). Os autores realçam o crescimento da utilização dos novos dispositivos por parte dos leitores e a importância das versões que os jornais lançam exclusivamente para estas novas plataformas e com edições vespertinas online (p.35).

Os dispositivos móveis como refere Aguado e Castellet (2013), “constituem um ecossistema caracterizado por uma extrema vivacidade” (p.25), e estão dotados de uma “conetividade ubíqua” e “portabilidade quotidiana” (p.27). Estes novos ambientes criaram uma forma imediata no acesso à informação, isto vê-se na forma prática com que os leitores hoje comentam e partilham informação nomeadamente nas redes sociais, que se tornaram uma plataforma fácil para a divulgação e o consumo informativo. Já Aguado e Martinez (2008) referem a capacidade insubstituível dos dispositivos móveis no desempenho que os utilizadores podem ter, desde gravar, fotografar, partilhar, comentar, não havendo limites de espaço, podendo atingir um ambiente hiperlocal e global.

Chamados de “quarto ecrã”, os dispositivos móveis encontram-se em estágio ascendente de adoção, seja por parte das organizações jornalísticas, bem como de outros produtores de conteúdo, seja por parte do público, que, a cada dia, consome mais informação, entretenimento e constrói suas relações sociais por meio desses aparelhos com presença cada vez mais expandida, sobretudo nas grandes cidades (Barbosa, 2014, p.6).

A tecnologia tem-se responsabilizado pelas mudanças que têm ocorrido no mundo da comunicação. Destacando a contínua atualização por parte dos utilizadores, a partilha de informação e conhecimento tem lugar devido a um modelo descentralizado, fazendo com que as formas tradicionais de comunicação se deparem com novos paradigmas (Silva & Martínez, 2013). Os hábitos de consumo transformam-se, salienta Canavilhas e Satuf (2013), o horário de consumo informativo está agora alterado, sendo o pico ao final do dia. Têm surgido, por isso, novos projetos editoriais, como por exemplo o Expresso Diário, disponível de segunda a sexta, a partir das 18 horas.

Com estas mudanças repara-se que as novas plataformas móveis criaram uma facilidade de acesso indispensável nos dias de hoje. “As plataformas digitais interativas exercem um papel fundamental neste cenário de mudanças, sobretudo devido ao crescente interesse da cidadania por estas ferramentas (convertidas em aplicações no ambiente móvel)” (Silva & Martínez, 2013, s/p).

Nunca antes a questão da mobilidade surtiu tão grande impacto na vida das pessoas. Atualmente, as mudanças ocorrem porque a população está disposta a aderir às novas plataformas digitais, aliás, as novas gerações são já nativos digitais que nasceram neste ambiente e não se veem fora dele. E aqui, os dispositivos móveis têm o papel de disponibilizar aos utilizadores um acesso ágil e flexível com plataformas de uso prático, porque agora independentemente do lugar em que estejamos desde que se tenha ligação à internet pode-se “aceder ao jornal a qualquer hora e desde qualquer lugar” (Canavilhas & Satuf, 2013, p.37).

É também interessante observar a relação entre estes dispositivos e as redes sociais, que tende também a ser um espaço de encontro entre as entidades jornalísticas e os utilizadores, o público que usa a rede social para se informar das notícias do seu país e do mundo. Há “um especial interesse tanto dos cibermeios como dos jornalistas e informadores por garantir a sua presença nas redes sociais, ampliando a variedade de canais de informação e, ao mesmo tempo, as possibilidades de acesso ao público” (Silva & Martínez, 2013, s/p).

A capacidade de registo, conexão, edição e difusão dos dispositivos móveis permite elevar a lógica participativa da web social à sua plenitude, o que converte de facto utilizadores e leitores dos media em testemunhos ubíquos, capazes de fornecer material informativo relevante aos media convencionais (acelerando, em certo sentido, os ritmos e alcances da agenda informativa) e constituírem-se eles mesmos em canais de informação dentro das redes sociais a que o telemóvel traz uma vantagem significativa de instantaneidade (Aguado & Martínez 2008, p.115).

A disponibilização de acesso fácil para os utilizadores (Aguado e Martínez, 2008) é fundamental. Esta realidade já se vê muito em locais que disponibilizam internet para uso do público, como bibliotecas, cafés, empresas, transportes, aeroportos etc.

Um relatório sobre o tráfego global de dados móveis previsto entre 2014-2019 apresentado pelo *Cisco Visual Networking Index*²⁰ em fevereiro deste ano revela que nos próximos cinco anos o tráfego de dados móveis irá multiplicar-se dez vezes. No mesmo relatório conclui-se que a rede 3G suportará 44% das ligações móveis; a rede 4G suportará 26% mas espera-se que esta última atinja os 68% do tráfego, com estes dados espera-se que a utilização de dispositivos móveis a nível mundial ultrapasse os 69% com um total de “7.6 bilhões de utilizadores” (Calif, 2015). Prevê-se um crescimento do número de utilizadores, de tráfego e de velocidade, como se pode ver no gráfico:

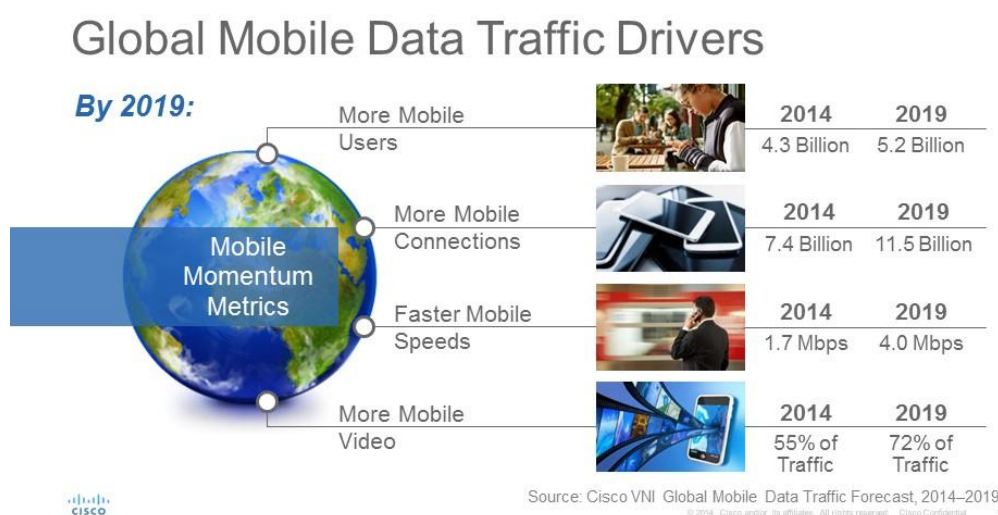


Figura 2. Crescimento do número de utilizadores, tráfego e velocidade (Cisco, 2015)

Também um outro estudo lançado pela *GSMA intelligence*²¹ em Dezembro de 2014 prevê que a adesão aos *smartphones* deva disparar da casa dos 35% em que está para os 65% até 2020. Esta pesquisa prevê que nos próximos cinco anos a indústria móvel tenha o *smartphone* como impulsionador, tendo também uma previsão na descida dos preços do produto que levará a uma subida de “3 bilhões de utilizadores” (Sharma & Hatt, 2014).

Considerando os dispositivos móveis e principalmente o telemóvel, Fidalgo e Canavilhas (2009), salientam que “o futuro pertence à informação difundida pela internet, e só não vê quem não quer”. Tendo em conta a tendência da produção e o consumo da informação na *web* é também lógico, na visão dos autores, que o acesso às notícias passará a ser feito com muita mais frequência pelos telemóveis, e de um modo geral, pelas plataformas móveis

²⁰ <http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/service-provider/visual-networking-index-vni/index.html>

²¹ <https://gsmaintelligence.com/>

(p.105). A “informação noticiosa, como a pesquisa em jornalismo, têm de encarar o telemóvel como um dispositivo central e imprescindível na divulgação das notícias, como o último passo na cadeia que liga jornalista e leitor, ouvinte ou espectador” (Fidalgo & Canavilhas, 2009, p.106). Prova disso, são as aplicações *smartphone* e *tablet* que as entidades jornalísticas disponibilizam podendo o utilizador aceder a toda a informação que o site informativo difunde. É o que Fidalgo e Canavilhas (2009) consideram ser possibilidade de ter “todos os jornais no bolso” (p.110). As vantagens surgem quando num dispositivo converge a informação que está disponível no papel e online com a vantagem de se poder aceder a tudo de qualquer lugar, graças à ubiquidade (Fidalgo & Canavilhas, 2009, p. 111).

Esta realidade permite ao utilizador estar em contato com a informação independentemente do lugar em que se encontre. A título de exemplo podemos referir alguns casos que têm ocorrido em Portugal e, se têm tornado públicos graças ao uso das novas tecnologias móveis, nomeadamente telemóveis. É o caso recente de *bullying*²² a um aluno por parte de duas colegas numa escola da Figueira da Foz, em Maio de 2015²³; e de um caso idêntico que ocorreu em 2011 quando duas jovens menores agrediram uma rapariga de 14 anos²⁴. Já em Março de 2008 uma situação passada numa sala de aula em que a professora é agredida por uma aluna que se recusava a entregar-lhe o telemóvel, sendo filmada por outros alunos²⁵, acabou por ganhar espaço nos *media*. Todos estes casos foram alvo de circulação viral na internet, nomeadamente no *youtube* e nas redes sociais até irem parar às notícias e às mãos das autoridades. Tudo partiu de gravações via telemóvel depois publicadas e difundidas na *web*.

Pode-se verificar que a tecnologia e, neste caso, os dispositivos móveis têm sido um instrumento que tem ajudado a desmantelar certos temas que por vezes, vivem na sombra da sociedade. Este ambiente multiplataforma traz junto dos cidadãos uma convergência de meios e conteúdos onde o modelo comunicacional se transforma num sistema “eu-cêntrico, ubíquo e móvel” (Canavilhas & Satuf, 2013, p.39).

O papel da instantaneidade ganha pelos dispositivos móveis um sentido próprio da *web*, como nos explicam Aguado e Martinez (2008) aceleram o ritmo e o alcance das notícias, sendo que também desempenham o papel de canais de informação nas redes sociais reforçando assim as características da *web*, instantaneidade, interatividade e ubiquidade. Os dispositivos móveis são, deste modo, um veículo de aproximação do público, da informação e do mundo. Com

²² A definição de *Bullying* no dicionário de Língua Portuguesa remete para um “comportamento de quem exerce força física ou pressão psicológica sobre alguém mais fraco” (Porto Editora, 2009, p. 264).

²³<http://sicnoticias.sapo.pt/pais/2015-05-13-Video-de-jovem-agredido-na-Figueira-da-Foz-gera-indignacao->

²⁴<http://expresso.sapo.pt/actualidade/video-de-espancamento-a-jovem-de-14-anos-choca-no-facebook=f650863>

²⁵ <http://www.inverbis.pt/2007-2011/actualidade/agressao-professora-causa-telemovel.html>

acesso à internet qualquer pessoa do canto mais remoto consegue ligar-se à rede comunicacional global.

No ambiente interativo do público com a informação jornalística percebe-se que estes dispositivos reforçam essa prática, desde logo porque apresentam como refere Canavilhas e Satuf (2013), “um alto grau de interatividade cimentado na otimização da usabilidade” (p.40), assim como a portabilidade e o manuseamento se tornam de apreensão fácil. Deste modo entende-se que as funcionalidades e o alcance destes dispositivos perante o campo informativo retratam o processo de convergência como ambiente próprio do sistema informativo multimidiático que hoje vivemos. “A tecnologia de transmissão, estimulada pelas redes celulares, vai contribuir para colocar o poder da difusão nas mãos dos indivíduos, em áreas cada vez maiores” defendeu Kerckhove (1997, p.96).

Atualmente com a multiplicação de canais e dispositivos a tendência será “exigir cada vez mais conteúdos, o que implicará que as pessoas normais, mesmo os telespectadores de sofá, terão de dar a sua contribuição” (Kerckhove, 1997, p.96). Esta é a realidade que hoje conhecemos como jornalismo participativo, onde cidadãos comuns com acesso à rede através dos mais variados dispositivos contribuem com informações. “A descentralização das emissões será acompanhada pela descentralização das tecnologias produtivas” (Kerckhove, 1997, p.95).

Barbosa e Seixas (2013) referem que um meio novo tem características que divergem dos meios anteriores e exigem formatos específicos e, com os dispositivos móveis, as autoras dizem que não é diferente. Pegando no *tablet* que terá um peso considerado na parte metodológica desta dissertação, este é um dispositivo que trouxe esperança de renovação ao jornalismo pela sua fácil mobilidade e pelo seu formato, sendo a maior diferença entre os dispositivos móveis, o suporte porque cada um apresenta um modelo de mobilidade diferente (Barbosa & Seixas, 2013, p.64-65). O tamanho do ecrã de um *tablet* “favorece a leitura de texto escrito, ao mesmo tempo em que o hábito de consumo favorece um acesso mais demorado” (Barbosa & Seixas, 2013, p.67).

Nestes aspeto Fidalgo e Canavilhas (2009) salientam que os recetores das notícias estão hoje soltos porque a realidade é outra.

O formato noticioso do quarto ecrã será necessariamente um formato de informação curta, não só por causa do tamanho do ecrã, mas também pela forma como essa informação é recebida, nomeadamente na fragmentação quotidiana dos indivíduos. Consultar as notícias durante momentos mortos de espera ou em intervalos de atividades absorventes implica um formato rápido da notícia (Fidalgo & Canavilhas, 2009, p.113).

Neste contexto a ubiquidade possibilita a mobilização e ligação do público a partir de qualquer lugar. John Pavlik (2014) faz referência a quatro aspetos da ubiquidade que trazem consequências ao jornalismo do século XXI. O primeiro é a urgência do jornalismo

participativo que tem vindo a desenvolver-se com o advento da internet ubíqua, dos *media* sociais e dos dispositivos móveis, que permitem capturar notícias e seguidamente partilhá-las. A segunda consequência é o crescimento de “narrativas geolocalizadas” que permitem postar vídeos e fotografias sobre a localização, pelos dados GPS. A terceira consequência adiantada por Pavlik é o crescimento do jornalismo baseado em dados, possibilitando uma grande coleta de informação. Por último, o autor menciona o declínio da privacidade como a quarta consequência da ubiquidade no jornalismo. A privacidade está a ser substituída por uma “vigilância global” (p.164-177).

O quarto ecrã tornou-se num desafio para a informação jornalística primeiro porque cria “uma teia de ligações entre os diferentes ecrãs” (Fidalgo & Canavilhas, 2009,p.113), e segundo porque o seu carácter híbrido permite que a divulgação das notícias se processe de modo descentralizado, ou seja, através dos diferentes formatos (e-mail, fóruns, redes sociais). Como defendem os autores, as notícias “são informações apreendidas e comentadas socialmente” e este processo ocorrerá por via móvel (p.113). A internet possibilita este ambiente móvel, instantâneo e interativo através dos dispositivos móveis tanto ao público como aos jornalistas de poderem “estar sempre e em toda a parte ao alcance da notícia” (Fidalgo & Canavilhas, 2009, p. 117).

3.4. “Fronteiras abertas”: Webjornalismo participativo

“O homem sente que se quebraram as fronteiras” (Zamora, 2001, s/p). O facto de os cidadãos estarem mais envolvidos na colaboração no processo noticioso está relacionado com o acesso à internet e às novas plataformas, bem como com o interesse em estar informado e fazer parte. Tudo isto deu lugar à abertura de fronteiras entre cidadãos e jornalistas como temos vindo a demonstrar.

Para alguns, essa ideia soa como desculpa para um jornalismo apressado demais, despreocupado com a precisão e interessado apenas em explorar a audiência em vez de pagar salários para contratar jornalistas e mandá-los às ruas. O debate é apaixonante. A realidade também: cada vez mais pessoas têm à sua disponibilização aparelhos para registar e distribuir informações sobre o que veem. Algumas delas são de interesse público. Ignorá-las não é uma alternativa (Nickel, 2011, p. 116).

O ambiente tecnológico e a internet abriram várias possibilidades ao utilizador, entre as quais focamos agora a oportunidade de contribuir para o fluxo de informação que aí circula. Aqui surge o processo de colaboração em que não só nos servimos como também contribuimos para que um sistema de partilha com os outros. A partilha de *links*, fotos e vídeos nas redes sociais; conversação; e os comentários nos jornais online são formas de interação que têm vindo crescer ao longo dos anos e a permitir que as práticas de participação e colaboração se tenham desenvolvido. Bowman e Willis (2003) afirmam que o jornalismo tradicional e o

jornalismo participativo apresentam uma diferença óbvia que “está nas suas estruturas e na sua organização” (p.12), enquanto o jornalismo tradicional tem um sentido hierárquico numa organização centrada na emissão, por sua vez, o jornalismo participativo está numa comunidade em rede que estabelece a conversação.

Deste modo interessa mostrar como os cidadãos se tornaram participantes ativos na produção da informação, o conhecido e já aqui mencionado jornalismo participativo. A interação processa-se agora de muitos para muitos e não de um para muitos, como outrora. A prova está na ligação participativa que agora qualquer pessoa tem na informação pelo uso da internet. Primo e Tränssel (2006) salientam as condições que estão em torno do desenvolvimento do jornalismo participativo:

maior acesso à Internet e interfaces simplificadas para publicação e cooperação online; popularização e miniaturização de câmeras digitais e celulares; a “filosofia hacker” como espírito de época; insatisfação com os veículos jornalísticos e a herança da imprensa alternativa (Primo & Tränssel, 2006, p. 3).

Primo e Träsel (2006) arriscam dizer que “webjornalismo não é mais o mesmo” (p.2). A forma fixa e “sedentária” a que estávamos habituados a ver e a ser enquanto cidadãos junto da informação tornou-se um imperativo descentralizado e interativo, e isso, a sociedade já percebeu. “É o próprio leitor que escolhe como quer saber dos conteúdos, que decide a trajetória e a ordem que quer seguir na mensagem, ou no conjunto de mensagens pelas quais pode navegar” (Edo, 2007,p.8).

As mudanças que ocorreram no campo tecnológico como viemos a ver ao longo deste capítulo trouxeram ao campo jornalístico e ao seu público um espaço de ligação direta e interativa que se desenha como refere Bruns (2011) quase em tempo real e onde essa ligação se expande pelas novas plataformas sociais que na visão do autor:

atuam como um canal para as conversações imediatas mais ou menos públicas entre os jornalistas participantes, utilizadores das notícias e outros atores públicos associados a uma matéria, e ao fazerem isto fornecem um novo espaço vital e visível para trocas de opiniões relativas às notícias, fora de controle de qualquer organização noticiosa tradicional (p.131).

Como se viu anteriormente o leitor é também utilizador interativo que busca por aquilo que lhe interessa saber, interage e participa muitas vezes, com informação exclusiva porque está a presenciar os acontecimentos. Esta realidade tornou mais fácil a participação, estabelecendo um contacto entre profissionais e cidadãos e fez com que o monopólio de elaboração da informação “fosse rompido” (Castilho, 2005, p. 239). A informação passou a ter a influência dos leitores e utilizadores que assistem à quebra das pautas impostas pelas entidades informativas e, como consequência, Castilho (2005) refere que há “uma conversação”.

A insatisfação com a qualidade do jornalismo entre a audiência – e entre os próprios jornalistas – não é novidade. Ativistas à direita e à esquerda tradicionalmente denunciam a suposta parcialidade e comprometimento dos media com interesses comerciais. Leitores especialistas em determinado campo, por outro lado, irritam-se com as imprecisões ou erros flagrantes contidos em reportagens. Até agora, estes grupos tinham apenas o instrumento das cartas, telefones ou publicações caseiras para expressar opiniões ou publicar matérias. Hoje, podem empreender esforços individuais ou coletivos para produzir as suas próprias informações (Primo & Träsel, 2006, p.5).

Palacios e Munhoz (2007) referem que a internet fez multiplicar “as formas de dizer” e as “formas de ver” (p.57). Os autores consideram que a participação do cidadão ganhou voz pelo desenvolvimento das tecnologias e pela velocidade com que a informação e, mais precisamente, as imagens circulam na rede. Mas a isto, é também preciso acrescentar as mudanças sociais, políticas e de cariz cultural que ocorrem e, de certo modo, influenciaram a forma como a sociedade encara a informação. É importante falar nos momentos de viragem, que ficaram registados como marcos históricos e levaram às mudanças que hoje se percebem pela colaboração e deram lugar ao conceito de jornalismo participativo.

Refira-se, desde logo, um acontecimento que marcou o início do século XXI: o ataque ao World Trade Center, a 11 de setembro de 2001, em Nova Iorque. Outros exemplos que revelaram a importância dos contributos dos cidadãos para o processo noticioso foram o atentado a 11 de março de 2004, na estação de Atocha, em Madrid; o ataque no sistema de transportes públicos, em Londres, em julho de 2005; o atentado na maratona de Boston, em abril de 2013; e os recentes ataques terroristas ao jornal *Charlie Hebdo*, a 7 de janeiro de 2015, em Paris. De referir ainda catástrofes naturais como o Tsunami no sudoeste asiático em Dezembro de 2004 ou os sismos no Nepal, em Abril deste ano. A Primavera Árabe, no norte de África em 2010, ficou também marcada pela partilha de imagens e vídeos pela mão dos manifestantes com acesso a dispositivos móveis e às redes sociais. Estes foram alguns dos momentos que comprovaram a importância da participação da audiência.

Os utilizadores disponibilizavam, através de suas câmaras, em Blogs e Fotoblogs, uma grande quantidade de dados e imagens, fornecendo, on-line e em tempo real, um detalhado panorama de experiências e acontecimentos, diretamente dos locais dos atentados. Milhões de pessoas, espalhadas pelo mundo, recorriam àqueles sites em busca de informações que não eram disponibilizadas pelos canais noticiosos tradicionais, que minimizavam e até ocultavam factos (Palacios & Munhoz, 2007, p.74).

Por estes motivos o papel do “cidadão repórter” ganhou contornos pela presença e disponibilização de imagens instantâneas na *web*, principalmente em *blogs*, *microblogs* e redes sociais. Em muitos casos, esta prática levou a que os jornais adquirissem esta interação do público como fonte e criaram espaços dedicados à participação dos leitores. Refira-se o jornal Britânico *The Guardian* que disponibilizou o espaço *News Blog Updates*; também o *New York Times* e a *BBC* ofereceram um alargamento à participação do público e à interatividade (Palacios & Munhoz, 2007).

O acesso a fontes que estão nos locais dos acontecimentos, ou seja, o cidadão que tem ao seu dispor um aparelho e pode partilhar o que está a viver, podendo em certas ocasiões ser o primeiro a enviar matérias exclusivas parece ser determinante para o jornalismo participativo. No entender de Palacios e Munhoz (2007), o jornalismo participativo torna-se uma fonte de informação, uma “nova e dinâmica” que os *media* não podem simplesmente ignorar, “virar as costas” a esse contributo (p.77-78). “Os consumidores são simultaneamente produtores e o papel atual do jornalismo passa também por fomentar a participação” (Rodrigues, 2014, P. 205). Bowman e Willis (2003) sublinham o papel participativo que os utilizadores podem desempenhar.

A audiência tomou os papéis de editor, emissor de rádio ou televisão, criador de conteúdo (escritor, fotógrafo, caricaturista), comentador, documentador, administrador de conhecimento (bibliotecário), jornalista e anunciante (comprador e vendedor) (Bowman & Willis, 2003, p.38).

Estando a falar do jornalismo participativo é de mencionar alguns espaços dedicados à participação e ao desenvolvimento do papel dos cidadãos na informação que são já bem reconhecidos a nível global. Contudo, é também importante salientar que nem tudo correu como se previu. Grande parte de projetos que se desenharam prometedores acabaram por deixar de funcionar. Exemplo disso foi o pioneiro *OhmyNews*, um jornal sul coreano, fundado em 2000, que tinha por lema “cada cidadão é um repórter”. Durante a sua existência contou com milhares de colaboradores, sendo que tinha também uma equipa de jornalistas profissionais. Também alguns jornais portugueses fecharam os espaços criados para a participação dos leitores. Outro exemplo, que neste caso ainda perdura é o *AgoraVox*²⁶, criado por Carlo Revelli e Joel de Rosnay, é um site de notícias francês, 100% participativo como referem na página oficial, onde a missão principal é dar voz ao público (Rodrigues, 2014).

Por vezes, o jornalismo conta com os cidadãos para complementar informação Rodrigues (2008), considera que neste campo interativo e participativo encontram-se “visões apaixonadas” mas ao mesmo tempo há também “visões que recusam aceitar este tipo de prática” (p.2). Bowman e Willis (2003) definem o jornalismo participativo como:

O ato de um cidadão, ou de um grupo de cidadãos, desenvolverem um papel ativo no processo de recolha, de reportagem, de análise e de distribuição de notícias e informação. A intenção desta participação é fornecer informação independente, fiável, precisa, abrangente e relevante que uma democracia requer (Bowman & Willis, 2003, p.9).

Apresentando-se como “jornalismo participativo”, “jornalismo cidadão” e “jornalismo colaborativo” (Rodrigues, 2008, p.2), é certo que todos se referem a práticas semelhantes, à colaboração e participação dos leitores na informação jornalística. Rodrigues (2008) coloca questões pertinentes precisamente à função de jornalismo participativo, dizendo que há um

²⁶ <http://www.agoravox.fr/>

facto fundamental a ter em consideração: esta prática não é profissional. A autora salienta a mudança que ocorreu no mundo da comunicação após a participação do público mas, refere que o simples facto de um cidadão poder contribuir com uma dada matéria para a informação, não o torna um jornalista. Nesta linha de pensamento também Castilho (2005) se questionou sobre quem garante a confiabilidade dos conteúdos que circulam de modo aberto.

A quase totalidade das pessoas que ouvem falar pela primeira vez em código aberto ou autoria compartilhada imediatamente acaba fazendo uma pergunta inevitável: e quem garante a confiabilidade deste sistema? Como posso saber se as informações são confiáveis ou não?” (Castilho, 2005, p. 247).

Cabe neste ponto da participação dos cidadãos no contexto informativo perceber se o papel do jornalista é minorizado. Com a interação entre leitores e profissionais, o jornalista perde terreno ou ganha mais firmeza no desempenho das suas funções? Rodrigues (2008) considera o desempenho participativo dos leitores na informação é sinónimo de uma audiência que se interessa por estar informada e por contribuir mas, não deve ser por isso, que o jornalismo enquanto profissão deixa de “decidir quais as informações que têm interesse e valor informativo” (p. 8). A abertura de fronteiras num contexto de partilha e interação entre cidadãos e entidades noticiosas continua a ser mediada por profissionais que têm nas suas funções novos desafios.

Os jornalistas estão, frente a frente, com um conjunto de desafios relacionados com a produção de informação, a variedade de fontes existentes, a credibilidade ou falta dela, a necessária adaptação ao nível da formação e a participação de diferentes públicos na produção noticiosa (Rodrigues, 2008, p.6).

Em relação ao papel de fonte por parte do cidadão participativo também Moretzsohn (2006), refere que ainda que o jornalismo conte com a participação do público é necessário o carácter de mediador “que é o que legitima socialmente esse tipo de informação e impõe procedimentos necessários para que se lhe exija a indispensável credibilidade” (p.62). A autora realça o papel do jornalismo neste ambiente colaborativo, e defende que “longe de diluir-se entre as múltiplas atividades do cotidiano - como ocorreria se, de fato, “todos” fossemos potencialmente jornalistas” o ambiente complexo pelo qual o jornalismo passa com a interação do público “impõe um rigor ainda maior no critério de seleção das informações” (p.64). Para Moretzsohn (2006) é evidente que “o jornalista é aquele profissional autorizado a estar onde o público não pode estar, e por isso tem direito ao acesso a fontes através das quais pode apurar as informações necessárias à sociedade” (p.69).

Para recolocar a questão nos trilhos, será preciso recuperar o referencial de autoridade do jornalismo como mediador implicado ao “quarto poder”, ainda que seja preciso desmistificar esse conceito e apontar o papel necessariamente político dessa mediação. Por isso, não há dúvida de que o testemunho (inclusive fotográfico ou videográfico) do cidadão sempre será importante, porém necessariamente como fonte a ser adequadamente verificada (Moretzsohn, 2006, p.80).

Rost (2010), em jeito de crítica construtiva, salienta que os jornalistas “têm de perder o medo aos leitores” (p.105) aceitando-os como cidadãos que podem contribuir para a construção do conhecimento da atualidade. Tendo por sua vez, os cidadãos que aprender a lidar a “linguagem e as condutas que requerem a participação” (Rost, 2010, p.106).

Moretzsohn (2006) defende que a lógica em todo este processo é saber o lugar que cidadãos e jornalistas devem ocupar e, nesse processo de interação e partilha deverá primeiramente fazer-se a filtragem da informação e só depois, a devida divulgação. Os espaços de debate e partilha devem servir o público salientam Kovach e Rosenstiel (2004). Para os autores “nesta nova era, é importante, e não menos, que este debate se baseie nos mesmos princípios do restante jornalismo - a começar pela veracidade, factos e verificação” (p.140).

Ainda com reflexões sobre o jornalismo participativo Singer *et al.*, (2011), na obra *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*²⁷ referem que o jornalismo participativo é a colaboração que ocorre ao longo da produção noticiosa pela contribuição dos cidadãos sendo uma interação que pode ser definida como “conteúdo gerado pelo utilizador” ou também “jornalismo cidadão” (p.206). Na mesma obra, também Hermida (2011), defende que futuramente o desenvolvimento do jornalismo participativo tenderá a conduzir o jornalismo a uma cultura colaborativa fomentada pela interação recíproca e fluída de ambas as partes (p.190). Nesta lógica “o webjornalismo participativo não é uma ameaça ao jornalismo tradicional ou ao próprio webjornalismo e sim mais uma opção na oferta de notícias, e que cria novo relacionamento dos sujeitos com o noticiário” (Primo & Tränsel, 2006, p.16).

Como se percebeu ao longo deste capítulo a relação entre público e jornalistas é agora mais interativa. Há necessidade de criar vínculos com a informação, de fazer parte. A experiência é motivada pela instantaneidade permitida pela rede, pela urgência da participação e pelo desenvolvimento de dispositivos cada vez mais fáceis de usar numa sociedade global que insiste em mover a voz de cada cidadão.

Perante este ambiente o jornalismo jamais pode ficar de fora, é suporte e vigia de todas as mudanças que veem ocorrendo. Bowman e Willis (2003) salientam a importância de manter um bom ambiente colaborativo rejeitando por parte dos jornalistas a arrogância e a indiferença, para que assim possa crescer uma comunidade participativa entre leitores e jornalistas. Rost (2010) apresenta uma visão otimista e diz que devem aproveitar-se as oportunidades, por em prática experiências e promover dessa forma a inteligência coletiva. Relativamente ao ambiente de partilha e interação rápida e ânsia por estar informado, no

²⁷ A obra de Singer *et al.*, (2011) conta com a participação de vários investigadores: Alfred Hermida e Ari Heinen debruçam-se sobre o impacto do jornalismo participativo; Steve Paulussen, David Domingo e Zvi Reich abordam como se gerem as mudanças; Jane B. Singer, Marina Vujnovic, Thorsten Quandt e Alfred Hermida falam dos problemas e implicações. Uma análise à abertura dos portões entre jornalismo online e os cidadãos, ao jornalismo participativo.

próximo capítulo aborda-se o papel das redes sociais num contexto onde a partilha e a interação ganham importância. A procura e a oferta de informação que circula na internet torna o papel da verificação um ponto fundamental na tarefa de informar, sendo este um aspeto a verificar no que toca às características elementares do jornalismo.

Capítulo 4. A ânsia da instantaneidade

A ânsia de notícias é um instinto básico do ser humano; é o que designamos por “instinto do conhecimento”. As pessoas precisam de saber o que se passa para lá da rua, de tomar conhecimento de eventos que se passam para além da sua própria experiência directa. Conhecer o desconhecido transmite-lhes segurança, permite-lhes planear e administrar as suas vidas” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 19).

Atualmente tudo parece mais fácil, a começar pelo contacto que estabelecemos com os outros: enviar uma *sms*, conversar no *chat*, marcar encontros e encontrar antigos amigos através do *Facebook*, marcar reuniões por e-mail, partilhar experiências com fotos publicadas no *Instagram*, ter informação sobre um atentado do outro lado do mundo, começando por um simples *tweet* com 140 caracteres. Encontramo-nos num ambiente digital, necessitamos de estar informados e precisamos de ferramentas para o fazer. Estamos em constante interação e partilha com os outros, constituindo um público ao qual Herlender Elias chamou “gigante fragmentado” (p.2). O fluxo informativo e a velocidade com que este é processado, nunca foi tão grande, como observa Elias (2011).

Cada marca opera no seu nicho, cada pessoa na sua plataforma; sendo um universo de escolhas personalizadas a partir do meio global. Na prática, utilizadores e consumidores procuram veículos de pertença. O público quer “estar afecto” a ideias, tendências, movimentos e objectos de culto; precisa de estar ligado, saber, participar e sentir-se incluído, não marginalizado, rapidamente informado” (Elias, 2011, p.4)

Para saber mais sobre o mundo basta ter um dispositivo com acesso à internet. Este ambiente de fácil mobilidade e de fluxo contínuo da informação na rede foi permitido pelas novas tecnologias, fez crescer aquilo que aqui designamos de “ânsia pela instantaneidade”. Esta ânsia cresceu com o desenvolvimento dos *media* como se pode verificar até aos dias de hoje, desde as máquinas de escrever, o telégrafo, o telefone fixo, a rádio, a televisão posteriormente o computador, o telemóvel e a internet que ultimamente tem consolidado todas as ferramentas que se aglutinam ao processo de informação.

Essa ânsia ganha agora outras proporções, a *web* consolidou a capacidade de informar o público em “tempo real” e em diferentes plataformas. Não esquecendo o desenvolvimento dos dispositivos móveis que ofereceu a possibilidade do imediatismo, tanto no consumo como na disponibilização de conteúdos. Hoje qualquer pessoa pode através de um telemóvel receber informação, contactar com a sua rede de contactos, fazer partilhas (*links*, fotos, vídeos, etc.), fazer *downloads* enfim, o próprio utilizador criou um conceito de ânsia por estar informado, estar dentro dos assuntos fazer parte, no fundo estar interligado. Como defendeu Jenkins (2006), tudo isto, é fruto de estarmos a viver dentro de uma cultura de convergência numa “era onde os média estarão em todos os lugares” (p. 16). Como observou o autor a convergência ocorre dentro dos aparelhos e dentro do cérebro dos consumidores (Jenkins, 2006, p.16).

A informação passou a ter um valor bastante significativo. Em tempos de velocidade, urgência e ansiedade da informação, é preciso registrar, reportar, ensinar, compartilhar e, principalmente, saber lidar com a informação que surge ou se modifica a cada segundo (Brose, 2010, p.136).

Perante isto, Silva (2008) considera que a busca pelo imediatismo é uma relação entre jornalismo e mobilidade que remonta aos inícios da tarefa de informar. Contudo, como se tem vindo a falar ao longo desta dissertação, e como observa o autor, há algo novo que se tem instaurado pela tecnologia que permite a ligação sem fios e pelas características dos dispositivos móveis, nomeadamente a sua utilização no campo do jornalismo. Mas se por um lado a mobilidade, a ubiquidade, as atualizações em tempo real e o número de intervenientes, no processo, contribuem para a abundância informativa, por outro lado, há exigências que se fazem em dois sentidos: não só os profissionais têm de saber lidar de modo polivalente com todas as ferramentas que estão disponíveis, como devem com elas minorizar casos de histórias falsas, sem as devidas apurações.

Neste campo de fácil mobilidade e ânsia por querer estar sempre à frente, os deslizos podem acontecer na falta de verificação da informação e levar a casos extremamente delicados, como já tem acontecido. Porém, é também neste ambiente multimédia e multiplataforma com profissionais “multifunções” que o papel do jornalismo se torna um campo com todas as ferramentas possíveis para realizar a tarefa de informar o seu público de forma adequada perante as circunstâncias ocorridas. Zamit (2011), considera que o papel da instantaneidade:

assume importância especial na cobertura noticiosa tanto de factos imprevistos (como acidentes, catástrofes naturais ou atentados) como de acontecimentos programados (competições desportivas, conferências de imprensa, sessões de bolsa, congressos ou outro tipo de eventos) (Zamit, 2011, p. 35).

Como observou Silva (2008) a ânsia de dar a notícia de forma imediata dá lugar, muitas vezes, aos erros de apuração da mesma. O autor defende que a instantaneidade deve ser acompanhada “de uma preocupação nata com a notícia, com a qualidade da informação a ser oferecida à audiência” (p. 6). Seguindo o pensamento do autor, a instantaneidade coloca em processo uma ação que alguém coordenou, neste caso referimo-nos aos profissionais de jornalismo. A instantaneidade é uma característica da *web* que serve para dar informação de forma rápida, o que no jornalismo é crucial, mas é fundamental manter o rigor. Como diz Silva (2008), a par de dar uma informação instantânea deve estar também a preocupação em saber se esta é verdadeira. Já Kovach e Rosenstiel (2004) referem que os profissionais devem ter em atenção “uma obrigação social que pode, por vezes, sobrepor-se aos interesses imediatos dos seus empregadores” (p.53).

A internet permite que fontes e meios disponibilizem informação sendo que pela instantaneidade essa tarefa torna-se rápida. Quando há falta de verificação e de matérias contrastadas, até publicações de referência podem difundir falsas informações. A

instantaneidade apresenta assim esta dualidade: como rapidamente se dá uma informação importante, pode também dar-se uma falsa informação, bastando para isso que a verificação dos factos, requisito fundamental da prática jornalística não seja cumprida.

A velocidade com que se processa a informação está vinculada à cultura da convergência, porque a disponibilização e consumo faz-se em vários meios; também a passividade dos cidadãos deu lugar a um ambiente colaborativo e interativo, como se falou no capítulo anterior. Brose (2010) refere que esta prática é de natureza humana, qualquer pessoa se vê na obrigação de contribuir para a cidadania.

A propósito do imediato, do instantâneo, Traquina (1993) lembra que “o factor tempo constitui o eixo do factor jornalístico” (p.174). Também Schlesinger (1993) se debruçou sobre o papel dos jornalistas referindo que “o domínio da pressão temporal é um meio de manifestar o seu profissionalismo” (p.177). Ainda Moretzsohn (2000) aborda o papel da velocidade como fetiche e observa que “a rapidez é a condição da sobrevivência, sem que, entretanto, se saiba em que sentido é preciso ser rápido” (s/p).

As notícias de ontem perdem interesse, sendo que ganham importância as atualizações de última hora e os alertas que chegam pelas várias plataformas móveis. A instantaneidade apresenta-se assim como definidora de um momento marcante para o jornalismo na *web* porque a par do imediatismo existe todo um processo de convergência de meios e potencialidades como a interatividade, a multimedialidade, a ubiquidade, a memória e ao mesmo tempo a ânsia por parte do público que já não fica à espera de ser informado, ele mesmo procura, partilha e comenta. Nickel (2011) salienta que a ansiedade “pode passar dos limites” (p.115), no sentido de um *tweet* se tornar uma dúvida para a reputação de uma entidade jornalística, a autora associa aqui que escrever um *tweet* é mais fácil do que apurar a informação. Ainda assim, a autora refere também o lado positivo do uso do *Twitter* e observa que as mudanças trazem oportunidades, “nesse momento o jornalista parece usar o tempo-real a seu favor” (p.116), como o contacto com os utilizadores e a aglutinação de informações que vão surgindo de forma dispersa num fluxo contínuo.

Neste contexto pretende-se entender o sentido que a instantaneidade dá à informação. Pretende-se assim, associar essa ânsia ao papel que o imediatismo desempenha, como também as ferramentas que, de igual modo, possibilitam que a informação hoje seja consumida e partilhada imediatamente a seguir à ocorrência dos acontecimentos. Referimo-nos aqui às redes sociais que têm desempenhado um grande papel junto da obtenção e consumo de informação jornalística nos últimos anos. Franciscato (2003) salienta que a velocidade no digital abriu ao jornalismo uma possibilidade de relatar a informação em tempo real, com especificidades próprias, e simultaneamente lança novos desafios. O autor lembra o

papel exigente dos jornalistas, porque esta prática requer um jornalismo contextualizado (capacidade de reunir as matérias, de as contrastar, de as hiperligar, etc.).

4.1. A partilha instantânea dos conteúdos na rede

Como já foi falado no primeiro capítulo desta dissertação, um acontecimento é suscetível de ser notícia de acordo com um conjunto de critérios de noticiabilidade a ela associados (Traquina, 2002; Wolf, 2009). Também foi referido que os critérios de noticiabilidade não se modificaram no ambiente da *web*. Contudo, há novas potencialidades a ter em conta, desde logo, a instantaneidade associada à publicação, a interação com os leitores, as características dos dispositivos móveis e também as redes sociais. Um conjunto de novas práticas que se juntou ao processo de expor as matérias informativas e que abriu um campo de complementaridade em relação às práticas até aqui desenvolvidas (Franciscato, 2009).

De acordo com Franciscato (2005), “a temporalidade do presente é um aspeto essencial da atividade jornalística” (p. 2). O autor observa que a atualidade jornalística está vinculada a cinco fenómenos temporais: a instantaneidade, a simultaneidade, a periodicidade, a novidade e a revelação pública.

A temporalidade dá uma forma cultural ao principal produto jornalístico, a notícia, tornando-a reconhecível e estabelecendo os seus limites de sentido, atuação e existência social. A notícia tem um tempo de existência efémero, seja em consequência da velocidade do movimento do mundo que desatualiza o relato jornalístico, seja pelos modos como a organização jornalística aplica a esta volatilidade mecanismos para sua substituição regular ou sua permanência em desdobramentos sucessivos (Franciscato, 2005, p.3)

Na hora de expor os factos ocorridos Dalmonete (2010) salienta que é necessário compreender o discurso jornalístico como articulador de temporalidades, onde se inclui “ontem, hoje e amanhã” para articular aquilo que se designa de acontecimento (p. 330). Dessa forma o discurso jornalístico é sempre no tempo presente, de maneira a reportar o leitor a “viver” o acontecimento. Atualmente a informação chega em tempo real ao consumidor, ou como se viu na abordagem ao papel do jornalismo participativo, é em certas situações o próprio cidadão que presencia e envia essa informação para entidades oficiais ou partilha nas redes sociais.

Contextualizando aqui a instantaneidade da informação na rede, e de certo modo enunciando o papel dos cidadãos, das novas plataformas e das redes sociais, sabe-se que tanto o modo de apresentar como o de consumir informação estão modificados. Hoje em dia são cada vez menos os que ficam à espera do jornal impresso do dia seguinte para estar informados. Também não é necessário estar ao computador, sentado numa secretária, para consultar a informação, é possível estar em movimento e ter acesso à informação pelo telemóvel, e

também não é necessário estar ligado constantemente aos sites noticiosos para saber das últimas novidades, porque se pode estar em ambiente social a percorrer o *feed* do *Facebook* ou do *Twitter* e encontrar aí as atualizações. “Ler ouvir e assistir, passam apenas a ser uma fração do comportamento da audiência, que agora também tem meios para escrever, falar e distribuir o próprio conteúdo” (Nickel, 2011, p.115). Portanto, o modo de expor os acontecimentos está mudado, porque se rege pela atualização ao minuto e pela interação imediata que se estabelece entre o público num consumo de partilhas e comentários, em interações.

A instantaneidade da informação na rede, que por sua vez, modificou de algum modo a forma de apresentar os factos, está vinculada às mudanças evolutivas que se vieram a desenvolver no campo da comunicação em geral, e em particular no jornalismo como já se referiu no ponto anterior deste capítulo, não esquecendo também o papel da sociedade e todas as mudanças tecnológicas associadas que têm sido o grande impulso dessa mudança.

4.2. Os perigos da propagação “relâmpago” na Web: o papel de redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*

O “Gigante Fragmentado”, por assim dizer, deverá ser outra coisa, um público em sintonia consigo mesmo, no qual as pessoas estarão mais próximas umas das outras; em suma, comunicando melhor. Apesar do aspecto corporativo, as Redes Sociais incentivam o sentimento de “partilha”, o “nós”. Por vezes parece que estamos demasiado ligados (Elias, 2011, p.11).

A velocidade com que o fluxo informativo circula na rede não é de toda novidade. Daí se ter adaptado o conceito “relâmpado” para designar a rapidez com que tudo se disponibiliza no ambiente digital. A informação é agora disponibilizada em diversas versões como PDF, APP e HD referiu Canavilhas e Satuf (2013), porque os meios também são outros. Como já se observou o jornalismo tem como princípio base da sua função dar a conhecer a atualidade ao público, e os jornalistas devem neste processo trabalhar sempre por exercê-lo com exatidão e verdade, como salientou Kovach e Rosenstiel (2004): a verdade como primeiro princípio no dever de informar.

Traçando um breve contexto dos dois espaços sociais aqui enunciados o *Facebook* surgiu em 2004 pelas mãos de Mark Zuckerberg. Já o *Twitter* surgiu em 2006 por Jack Dorsey e é uma rede de *microblogging* com a capacidade de 140 caracteres por *tweet*. Ambas as redes permitem “seguir” no caso do *Twitter* “pedir amizade” no caso do *Facebook* abrindo espaço à interação e à partilha entre pessoas (celebridades, instituições, grupos, etc.) ou páginas que se encontrem neste ambiente. Por último, são hoje espaços aos quais também as entidades jornalísticas abriram portas.

Perante isto, interessa abordar como a qualidade do jornalismo é assegurada hoje no novo contexto em que cidadãos participam continuamente no processo noticioso (partilham notícias, comentam, contribuem com informações). Importa também refletir no papel das redes sociais que se apresentam como pontos de encontro entre o público e a informação, na fácil mobilidade permitida pelos dispositivos móveis, que facilitam um contacto ubíquo com o mundo e, por fim, no grande volume de informações que proliferam na rede, bem como na fugacidade como consequência do que atrás se referiu.

Rodrigues (2010) sustenta que relativamente “à valorização crescente da instantaneidade da informação e à pluralidade de opiniões e informações, a mediação, fundamental ao exercício do jornalismo, é colocada em causa” (p. 3). A facilidade de qualquer pessoa hoje poder criar, comentar e publicar conteúdos coloca algumas exigências ao tradicional mediador da informação jornalística que como refere Rodrigues (2010), não é mais “um simples mediador” porque o seu papel passa também por fomentar a participação do público (p.5). Esta ideia relaciona-se com a abertura dos portões que se fez no sentido de tornar o público também participante do processo noticioso, e que Axel Bruns (2011) designa por *gatewatching*, que se sobrepõe à antiga função de *gatekeeping*. O autor refere que esta abertura foi impulsionada pela utilização das plataformas sociais que aceleraram todo o processo noticioso podendo agora responder “quase em tempo real” (p.120).

As redes sociais surgem aqui como plataformas que ajudaram a que os cidadãos e o jornalismo se aproximassem. Estamos diante daquilo que Canavilhas (2010a) chamou de “novo ecossistema mediático” já referenciado nesta dissertação. O autor defende que perante as mudanças tecnológicas “o ecossistema tende a equilibrar-se, o que pressupõe um conjunto de readaptações dos media a uma nova situação” (p.3). No campo das redes sociais e dos *blogs* o autor refere ainda que “estão perfeitamente integradas na atividade profissional jornalística” principalmente na fase de “recolha de informação e na distribuição de notícias” (Canavilhas, 2010b, p.3).

Hoje praticamente todos os sites noticiosos, nomeadamente os de referência, como *The New York Times*, *The Guardian*, *Le Monde*, *El País* e tantos outros têm presença em redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*. Também em Portugal é notória essa presença por parte de jornais nacionais como o *Público*, o *Expresso*, o *Jornal de Notícias*. O mesmo acontece a nível local. Esta realidade justifica-se porque o público também se encontra nestes espaços sociais, de partilha e colaboração. Do ponto de vista de González e Orta (2015), a informação noticiosa encontra neste ambiente social um “status viral” porque as partilhas e os comentários sucedem-se de forma incontrolada, todos fazem parte (González & Orta, 2015, p. 397). Aqui, surge a questão da qualidade do fluxo informativo que aí circula.

Canavilhas (2010b) relembra o papel que as redes sociais têm como fontes junto das entidades jornalísticas. O autor dá como exemplo o momento em que, no *Facebook* e no *Twitter*, Cristiano Ronaldo anunciava que teria sido pai (Canavilhas, 2010b). Este é um exemplo claro de uma fonte informativa que surgiu precisamente na rede social e que se tornou revelante no avanço da informação pelas entidades jornalísticas.

Já no *Twitter* lembre-se o rumor de que Portugal estaria em guerra civil²⁸, que surgiu em 2012 pela mão de utilizadores espanhóis que criaram todo um aparato com *tweets* e ainda envolveram o nome da *Euronews*, *CNN+* e do *El País*. A propósito do assunto, o jornal português *Público* escreveu: “Houve uma guerra civil em Portugal mas só fez vítimas no *Twitter*” (Martins, 2012, *Público*). Podemos aqui ver os dois lados das fontes nas redes sociais, por um lado quando a informação é fidedigna a tarefa de informar torna-se mais fácil, por outro, é claramente visível que o papel da verificação tem de estar sempre em primeiro plano, porque fontes falsas também circulam nas redes sociais com facilidade.

Como se viu, ao passo que fontes informativas surgem no ambiente das redes sociais e se espalham, também informações falsas camufladas, aí circulam. O número de utilizadores e a quantidade de fluxo informativo permite que rapidamente um acontecimento se torne “viral” independentemente do seu cariz, seja uma curiosidade, seja um acidente. Contudo, no jornalismo essa circulação torna-se um campo apetecível e ao mesmo tempo um campo de busca constante pelo contraste dos conteúdos que fluem. Na observação de González e Orta (2015), a velocidade e a amplitude universal da rede ajudam a que o rumor seja coberto pelo anonimato e pelas fontes ocultas que conseguem apagar o seu rasto (p.399).

Dadas as circunstâncias, as redes sociais convertem-se num sítio onde a informação é muitas vezes divulgada de forma errónea e onde os rumores se alastram como se de uma epidemia se tratasse, no entanto as razões contraditórias e as correções que são apresentadas com base em evidências verdadeiras nem sempre conseguem acabar com esta epidemia de falsas notícias (González & Orta, 2015, p.397).

Cabe ao jornalismo saber ocupar o lugar de vigia, ainda que tenha aberto as fronteiras ao público, na hora de disponibilizar informação deve ter certeza do que informa. Rodrigues (2010), refere que a utilização que os *media* fazem do *Facebook* é “um bem adquirido” que funciona como “agregador de notícias” como “plataforma de difusão de informação” e também como “forma de captar leitores” (p.11). A autora considera que existem vantagens para os *media*, mas reconhece também a importância de elementos que regem o jornalismo “a verificação, o rigor, a exatidão, a imparcialidade e a credibilidade” (Rodrigues, 2010, p.11).

²⁸ A notícia foi publicada a 4 de abril de 2012 pelo Jornal Público em <http://www.publico.pt/mundo/jornal/houve-uma-guerra-civil-em-portugal-mas-so-fez-vitimas-no-twitter-24309779>

De modo a combater algumas preocupações, em março de 2015 o jornal *Expresso* escreveu²⁹ que estão a caminho “novas regras para os jornalistas nas redes sociais” numa tentativa de criar um código de conduta “DN, Expresso, SIC e TVI” colocam em cima da mesa a questão sobre atividade dos profissionais aquando do uso das redes sociais (Nobre, 2015, *Expresso* a).

Pode um jornalista que acompanha temas políticos escrever no *Facebook* que o deputado ‘x’ é um imbecil? Ou um repórter que cobre a área desportiva partilhar no *Twitter* a sua euforia por um golo do Benfica? E um editor de um jornal económico pode distribuir likes por empresários ou fontes que estejam na sua lista de amigos? Poder, pode. Acontece frequentemente, ao abrigo da liberdade de expressão. Mas deve fazê-lo? (Nobre, 2015, *Expresso* a)

Rodrigues (2010) defende que a “questão deve ser pensada à luz das normas e regras deontológicas que norteiam a profissão” (p. 2). A título de exemplo pode referir-se a estação pública RTP. Na altura José Alberto Carvalho, Diretor de Informação observou que os profissionais deveriam em ambiente de rede social seguir uma conduta que não colocasse em causa as responsabilidades desempenhadas na profissão, demonstrando ter-se baseado em casos internacionais que estariam a estabelecer regras aos profissionais (Rodrigues, 2014). Há entidades de informação que apresentam já um modelo definido como se pode ver pela Agência *Reuters*³⁰ ou no jornal *The Guardian*³¹, entre outros, onde os profissionais utilizam as redes sociais de acordo com certas regras (Rodrigues, 2010).

Contudo, apesar de haver posições a favor e contra estas regras que têm vindo a ser criadas, a verdade é que o jornalismo usa as redes sociais para divulgar a sua informação, para contactar fontes e para se aproximar do público.

Podemos referir aqui alguns acontecimentos dos últimos anos que ganharam visibilidade nas redes sociais. Refira-se a campanha eleitoral de Barack Obama em 2008 e a sua propagação mundial. A Primavera Árabe em 2010 e catástrofes naturais como o tsunami no Japão em 2011, são outros exemplos que podem ser dados. Contudo, acontecem casos em que não se contrasta a informação seguindo o procedimento de “publicar primeiro e verificar depois”. O jornal *El País*³², em 2013, noticiava que Hugo Chávez, Presidente da Venezuela, teria morrido. A informação era falsa, mas irremediavelmente já havia sido difundida.

Recentemente, em Portugal, um caso exemplifica também a falta de verificação. No *Correio da Manhã*³³ uma notícia relatava a ocorrência de um tornado na região do Montijo, mas depois veio a confirmar-se que se tratava de uma fotomontagem feita e publicada nas redes sociais por um morador da cidade. Mais tarde o jornal escreveu em jeito de minorizar a situação

²⁹ A notícia foi publicada pelo Jornal *Expresso* a 28 de março de 2015 em <http://expresso.sapo.pt/economia/vem-ai-regras-para-os-jornalistas-nas-redes-sociais=f917303>

³⁰ http://handbook.reuters.com/index.php?title=Specialised_Guidance

³¹ <http://www.theguardian.com/info/2010/oct/19/journalist-blogging-commenting-guidelines>

³² <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Acao/noticia/2013/01/el-pais-publica-foto-falsa-de-chavez-entubado-retirada-de-video.html>

³³ http://www.cmjornal.xl.pt/nacional/sociedade/detalhe/20150610_1832_imagem_de_tornado_e_foto_montagem.html

“Mão à palmatória” e dirigindo-se aos leitores “o CM apresenta um pedido de desculpas pelo lamentável erro” e na legenda da imagem aparecia “esta imagem é falsa” (*Correio da Manhã*, 2015). A nível local também têm surgido exemplos de como informações erradas se difundem de forma viral. A 22 de Abril, o *Jornal do Fundão* avançava que uma loja IKEA ia instalar-se em Castelo Branco, uma notícia rapidamente partilhada por utilizadores do *Facebook*, mas também noticiada por outros órgãos de comunicação, como foi o caso do *Diário Digital* de Castelo Branco. Na verdade, não se tratava da marca IKEA, mas sim AKI. Depois do erro o *Diário Digital*³⁴ de Castelo Branco avançou que “AKI e não IKEA chega a Castelo Branco antes do Natal” (*Diário Digital*, 22 de abril de 2015).

Diante destes exemplos pode-se verificar que de facto são alguns os casos em que a força do instante e o querer noticiar à frente dos outros concorrentes pode levar as entidades jornalísticas a graves falhas. Haverá ainda territórios por explorar no que toca ao mundo das redes sociais e à sua relação com o jornalismo e os cidadãos. Como se pode ver o recente projeto avançado pelo *Facebook* com a distribuição direta de notícias de meios de comunicação de referência como *The New York Times*, *The Guardian*, etc. Estas novas formas de jornalismo vêm potencializar a experiência dos leitores com a informação que se apresenta como original e imediata no *Facebook*. Um projeto de se apresenta prometedora na relação imediata da informação com os leitores no ambiente de uma rede social. (Nobre, 2015, *Expresso* b). Como defendeu Rodrigues (2010), este é um espaço que permite a divulgação da informação, que ajuda a aproximar os leitores e, por isso, é uma rede que de certa forma potencia o jornalismo. Assim, e no contexto da instantaneidade, procuraremos responder à seguinte questão pretende-se responder à pergunta de investigação: **Os conteúdos de última hora publicados no jornal são igualmente partilhados nas redes sociais (*Facebook e Twitter*)?**

O jornalismo online é por natureza um jornalismo que trabalha sobre o instante, as redes sociais como plataformas são um veículo que serve de divulgação da informação e portanto, o papel dos jornalistas em particular e das entidades detentoras do jornalismo em geral é defenderem a tarefa de informar e prezarem os princípios elementares do jornalismo: rigor, verdade e exatidão dos factos.

³⁴ <http://www.diariodigitalcastelobranco.pt/detalhe.php?id=33194>

Parte II. Investigação Empírica

Capítulo 5. Estudo Empírico

As características da *web* potencializaram de certa forma a função de informar que o jornalismo representa junto do público. Com isto, queremos fazer referência ao modo como hoje a informação que chega a uma redação é tratada e imediatamente disponibilizada ao leitor, continuando em atualização permanente. A par disto, e não menos importante, segue-se toda uma azáfama com os comentários e as partilhas dos leitores, as redes sociais e a mobilidade assegurada pelos dispositivos móveis. Estes foram, desde logo, os principais motivos que conduziram à investigação desenvolvida neste trabalho. A nossa análise recai sobre notícias de última hora procurando compreender a instantaneidade da informação no jornalismo online e tem por base as seguintes questões de investigação:

- Os títulos das webnotícias são rigorosos em relação à informação a que se referem?
- Perante o fator “instantaneidade” como é que os jornalistas processam a verificação do fluxo de informação que chega à redação?
- À medida que a informação sobre determinado tema avança verifica-se o aprofundamento e a contextualização sobre o acontecimento?
- Os conteúdos de última hora publicados no jornal são igualmente partilhados nas redes sociais (*Twitter* e *Facebook*)?
- São feitas correções às notícias publicadas?
- A ânsia da velocidade desvirtua características elementares do jornalismo, como a verificação dos factos?

O tema central desta dissertação é, como está evidenciado no título, “A instantaneidade das notícias online: o caso do *Observador*³⁵”. Este é um jornal nativo digital que surgiu em maio de 2014. Aquando do seu nascimento foi anunciado que pretendia responder às novas formas de acesso e interação da informação como um jornal do tempo da internet (*Observador*, 2014). O presente estudo baseia-se na recolha de três casos de notícias de última hora avançadas pelo *Observador* a partir dos alertas que o jornal disponibiliza para os dispositivos móveis.

A escolha deste meio de comunicação foi feita a pensar na instantaneidade com que a informação online é trabalhada e também no desenvolvimento do jornalismo em ambiente de rede. Perante isto, optou-se pelo jornal *Observador* que nos pareceu um meio adequado ao estudo, nomeadamente em relação à forma como disponibiliza a informação de última hora. “Um jornal que está permanentemente a ser atualizado, onde o único limite é a nossa capacidade de selecionar, verificar, e investigar as notícias, não a próxima hora de fecho”,

³⁵ <http://observador.pt/explicadores/tudo-o-que-precisa-de-saber-sobre-o-observador/>

segundo as palavras do *publisher* José Manuel Fernandes (*Observador*, 2014). A forma de trabalho, a disponibilização da informação de forma rápida e concisa adaptada aos novos dispositivos móveis, às redes sociais e à interatividade do público pode ser ilustrada com espaços do jornal como o Explicador; o ADN, o Explica.me, Num minuto, etc. Considerando as características do *Observador*, pretendemos analisar a forma de tratamento da informação, o aprofundamento através do recurso à memória, a interação com os leitores, a importância dos dispositivos móveis, que no âmbito das notícias de última hora enfatizam a importância do sistema de alerta, e ainda a presença em redes sociais como o *Twitter* e o *Facebook*.

Considerando a atualização permanente da informação foram analisadas as notícias referentes aos seguintes temas acompanhados pelo jornal *Observador*:

- Queda do avião Airbus 320 da *Germanwings*, a 24 de Março de 2015, nos Alpes franceses, que vitimou 150 pessoas quando fazia a ligação de Barcelona para Dusseldorf, na Alemanha;
- Privatização da TAP, mais concretamente o anúncio de venda da empresa por 488 milhões de euros, que ocorreu a 11 de junho de 2015;
- Crise na Grécia quando durante o mês de junho Atenas anunciava não pagar aos credores. No dia 18 do mesmo mês, a União Europeia ameaçava com a saída da Grécia da zona Euro caso esta não apresentasse propostas credíveis ao eurogrupo;

5.1. Metodologia e desenho da investigação

A parte empírica recai sobre a análise de conteúdo onde se utiliza o SPSS³⁶ e será complementada com entrevistas.

A análise de conteúdo é uma prática através da qual é possível analisar as mensagens de forma a conseguir obter respostas às questões que norteiam uma determinada investigação, desde logo, ao observar a existência, ou não, de determinados elementos, estabelecidos de acordo com os objetivos da investigação. Parte de uma perspetiva quantitativa, uma vez que procura medir as variáveis estabelecidas, sendo que os procedimentos teóricos que definem essas variáveis lhe conferem também uma dimensão qualitativa.

³⁶ SPSS (Statistical Package for Social Sciences): “é um software de análise estatística e tratamento de dados, vocacionado para as ciências sociais” (Martinez & Ferreira, 2007, p. 26) onde através da criação de variáveis é possível analisar dados quantitativos e qualitativos.

Já as entrevistas são uma técnica através da qual é possível obter informação por parte do entrevistado sobre as principais temáticas em questão e que, neste caso concreto, permitirá complementar a análise de conteúdo realizada.

Ribeiro (2008) observa que a abordagem qualitativa é um “estudo de campo” e serve para que o pesquisador compreenda os fenómenos internos do objeto estudado de forma a compreender detalhadamente os significados e as características da investigação desenvolvida.

O estudo qualitativo desenvolve-se numa situação natural, é rico em dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto, preocupa-se em retratar a perspectiva dos participantes, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada (Ribeiro, 2008, p.133).

Contudo, é de mencionar que o nosso trabalho aborda duas formas de análise: a quantitativa e a qualitativa. Ribeiro (2008), defende que a pesquisa quantitativa se processa de forma a mostrar uma análise de dados observáveis já, a pesquisa qualitativa serve para que o pesquisador possa compreender um conjunto de elementos retirados do objeto estudado.

Relativamente à análise de conteúdo Laurance Bardin (1997), observa que é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 1997, p.42).

O pesquisador é comparado a um arqueólogo que efetua duas coisas: “compreende o sentido da comunicação” e mantém também um olhar “para uma outra mensagem através ou ao lado da mensagem primeira” (p.41). Deste modo o pesquisador cria um conjunto de operações de análise adaptadas à natureza do seu estudo, com vista a responder às suas perguntas de partida (Bardin, 1997, p. 42).

No tratamento da análise de conteúdo dos três casos com notícias de última hora recorreu-se à tabela proposta por Costa e Quadros (2014), uma proposta de ferramenta de análise da instantaneidade no ciberjornalismo no sentido de verificar a frequência de certos elementos observados na análise. É importante salientar que as tabelas usadas foram alteradas de acordo com os objetivos pretendidos para o nosso trabalho (**Anexo 1 e 2**).

De forma a complementar a análise de conteúdo pensou-se que seria proveitoso juntar entrevistas ao nosso trabalho de campo para que, de uma forma mais equilibrada, se complemente o lado da interpretação do objeto de estudo com a visão prática dos jornalistas do *Observador*.

A entrevista é, no entender de Ribeiro (2008), “muito complexa”, depende sempre “do conhecimento e da abordagem do pesquisador, da sua relação com o entrevistado bem como de um roteiro estruturado de perguntas” (p. 144).

A entrevista é a técnica mais pertinente quando o pesquisador quer obter informações a respeito do seu objeto, que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores subjacentes ao comportamento, o que significa que se pode ir além das descrições das ações, incorporando novas fontes para a interpretação dos resultados pelos próprios entrevistadores (Ribeiro, 2008, p.141).

A natureza das entrevistas pode ser de quatro tipos: estruturadas, não estruturadas, semiestruturadas e de grupo (May, 2004). De acordo com o presente trabalho o tipo de entrevista utilizada foi a semiestruturada que permite ao entrevistador um campo de abordagem mais livre podendo além de interpretar as respostas do entrevistado manter também um diálogo e esclarecer determinados pontos. Contudo, como explica o autor, é essencial que o entrevistador não deixe que se perca o foco do tema central. As entrevistas realizadas no âmbito desta investigação aparecem transcritas em anexo (**Anexo 3, 4 e 5**).

5.1.1. Universo estudado:

O estudo empírico desta dissertação como já foi referido baseia-se na análise de notícias sobre três temas acompanhados pelo *Observador*. A recolha de informação foi realizada a partir do alerta e nos primeiros dias do acontecimento. Deste modo, a nossa amostra recai sobre um período de oito dias com a recolha total das notícias a partir do alerta até um período de quatro dias, uma vez que nos pareceu importante recolher toda a primeira informação. Nos restantes quatro dias recolheram-se apenas duas notícias diárias em cada caso, exceto na situação da privatização da TAP, onde se verificou um declive de informação ao final de uma semana, como explicamos a seguir. Contudo, é de frisar que em todos os casos a informação que foi saindo se prolongou durante semanas. A nossa amostra resume-se a um total de 82 notícias analisadas nos três casos.

- **A320:** A 24 de março de 2015 um avião Airbus 320 da *Germanwings* da companhia *Lufthansa* despenhou-se nos Alpes franceses com 150 pessoas a bordo. Foi registada a hora do alerta e seguidamente fez-se um acompanhamento de recolha da informação de oito dias (24 a 31 de março de 2015), sendo que nos primeiros quatro dias todas as notícias de última hora referentes ao caso foram recolhidas exceto artigos de opinião e o explicador (notícia em formato de dez perguntas sobre um determinado tema). Já nos últimos quatro dias o número de notícias recolhidas foi reduzido para duas notícias diárias o que nos pareceu satisfatório para perceber o grau de aprofundamento da informação. Dando um total de 35 notícias analisadas;
- **TAP:** No caso da Privatização da TAP recolheu-se igualmente a informação a partir do alerta de última hora e, posteriormente, fez-se uma recolha diária entre os dias 11 e 18 de junho de 2015. Também foi recolhida toda a informação dos primeiros quatro dias. Contudo, nos dias seguintes, a informação foi mais escassa o que obrigou à

recolha de apenas uma notícia diária nos últimos três dias, obtendo-se um total de 24 notícias.

- **Grécia:** No caso da crise na Grécia recolheram-se as notícias entre os dias 18 e 25 de junho de 2015, fez-se igualmente a recolha a partir do registo do alerta de última hora lançado para as aplicações de dispositivos móveis (*app*) e uma recolha diária de todas as notícias sobre o caso nos primeiros quatro dias, e nos restantes quatro recolheram-se apenas duas notícias diárias sobre o caso, resultando num total 23 notícias analisadas.

Como já foi referido, para além da análise de conteúdo, foram realizadas três entrevistas (em anexo) a profissionais do jornal *Observador*: Diogo Queiroz de Andrade, diretor criativo; Filomena Martins, editora executiva; e Edgar Caetano, jornalista da área de economia. As entrevistas foram realizadas de forma presencial, nos dias 14 e 15 de julho de 2015. O objetivo passou por compreender os desafios profissionais colocados pela instantaneidade informativa às práticas jornalísticas.

Antes de mais, é importante salientar que relativamente aos alertas de última hora como não é possível salvá-los, precisamente depois de os abrir e entrar na notícia através de um dispositivo móvel, os alertas dos três casos foram recuperados com a ajuda dos técnicos do *Observador*. Este ponto de partida é fundamental, no âmbito do que foi dito no primeiro capítulo deste trabalho, quando se abordou a característica da instantaneidade aplicada ao modelo apresentado em 2007 por Paul Bradshaw no modelo *News Diamond*: a informação é dada como alerta e posteriormente é atualizada e contextualizada. Seguem os alertas discriminados por caso, data e informação avançada:

- **A320 a 24 de Março de 2015:** “Avião Airbus A320 despenha-se nos Alpes”
- **TAP a 11 de junho de 2015:** “Neeleman ganha e oferece até 488 milhões pela TAP”
- **Grécia a 18 de junho de 2015:** “Eurogrupo acabou: Não há acordo com a Grécia, diz vice-presidente da Comissão”

5.1.2. Aplicação das metodologias escolhidas ao estudo

De acordo com a nossa amostra tivemos necessidade de a partir do alerta de última hora lançado para dispositivos móveis fazer a recolha da informação todos os dias à medida que as notícias iam sendo atualizadas.

Para efetuar a análise de conteúdo, foram definidos os seguintes elementos, com base na tabela de análise da qualidade da instantaneidade proposta por Costa e Quadros (2014):

Tabela 1.

- **Média de atualizações de cada caso num período de oito horas:** de forma a entender a velocidade com que a informação é tratada em ambiente online e como é acompanhada ao minuto (**Anexo 1**).

Tabela 2.

- **1. Fonte da notícia:** se o texto da notícia é de autoria do “Próprio jornal”; “Agência de notícias”; “Outros meios de comunicação ou de “Outras fontes externas”;
- **2. Horário da publicação (Sim/Não):** Uma vez que se fala em instantaneidade perceber se o horário de publicação é sempre evidenciado na notícia;
- **4. Utilização de hipertexto (Sim/Não):** existência, ou não, de recurso à memória
- **5. Elementos multimédia/hipermédia:** *links*, fotos, vídeos, áudios, infografias, gráficos etc;
- **6. Espaço para comentários dos leitores (Sim/Não):** características da interação entre leitores e jornalistas num ambiente de atualização permanente da informação;
- **7. Partilha de notícias (Sim/Não|Quantidade):** nível de partilhas após o alerta e à medida que a informação vai sendo aprofundada;
- **8. Relação entre fluxo de informação e aprofundamento do tema (Sim/Não):** observar se a informação à medida que é atualizada vai sendo aprofundada;
- **9. Redes Sociais:** Disponibilização da notícia no *Facebook* e no *Twitter*; (**Anexo 2**).

Capítulo 6. Resultados e Discussão

Neste capítulo serão apresentados os resultados da análise realizada discutindo os dados obtidos de forma a entender as várias componentes que caracterizam a atualização permanente e instantânea de uma notícia de última hora. Assim, apresenta-se a interpretação dos dados, complementada com as informações obtidas através das entrevistas realizadas.

Procura-se esclarecer o modo como a instantaneidade da informação online funciona, e toda a contextualização que se gera em torno da mesma, ou seja, a velocidade do alerta pela ubiquidade dos dispositivos móveis, o recurso à memória pelo hipertexto, os comentários e as partilhas dos leitores pela interatividade, as redes sociais pela multimedialidade. Pretende-se explicar os resultados considerando os elementos atrás referidos, bem como a contribuição dos jornalistas entrevistados. A apresentação de resultados procura fazer a ligação à parte teórica que orientou este trabalho e dar uma resposta às perguntas de investigação que estruturaram esta pesquisa.

6.1. Interpretação e discussão dos dados

Num total de 82 notícias de última hora analisadas, 35 pertencem ao caso da “Queda do Avião A320 da *Germanwings*”; 23 à “Futuro da Grécia” e 24 à “Privatização da TAP”.



Figura 3: Alerta lançado para *app* aquando da Queda do A320 da *Germanwings*

Considerando o tema central deste trabalho: a instantaneidade da informação em ambiente online, abordou-se a proposta feita por Paul Bradshaw (2007) quando apresentou o modelo *News Diamond* no qual o alerta é o primeiro procedimento desenvolvido assim que a informação chega. Na presente investigação partimos assim dos primeiros alertas enviados pelo *Observador*, sobre os temas em análise, para os dispositivos móveis através da sua aplicação (exemplo na figura 3). Esta é a primeira associação que se pode fazer à característica da instantaneidade da informação online. É uma maneira de transpor um acontecimento em circulação logo após a sua ocorrência, ou seja “em tempo real”. Num ambiente de atualização ao minuto e durante o acompanhamento dos três casos percebeu-se a importância dos “*push alert*” que são enviados através das *app*. Desde logo, porque o leitor recebe essa informação diretamente para o dispositivo que tem mais próximo de si, e seguidamente porque se desenvolve aqui uma interação permanente entre a informação, a entidade jornalística e o público.

A instantaneidade, em conjunto com a ubiquidade, cria assim um processo ativo de circulação da informação provida de atualizações permanentes. É neste sentido que a nossa análise vai apresentar os dados que foram obtidos. Percebeu-se que o jornalismo online, como defendeu Fernando Zamith (2011), é um jornalismo feito por contextualização, ou seja, à medida que a informação é disponibilizada são também reunidas características que permitem desenvolver o tema, em rede e aumentando a proximidade com os leitores.

Foi assim que a nossa análise procurou entender o papel da informação de última hora. Em relação ao uso dos alertas para dispositivos móveis Diogo Queiroz, diretor criativo do *Observador*, referiu ser uma maneira fundamental de dar a informação ao leitor e salientou ser uma forma de produção da informação que está em vias de novos desenvolvimentos para uma informação cada vez mais geolocalizada. Explicou que esta realidade está ligada à utilização do *smartphone* no consumo da informação e por isso, a “notificação” de última hora lançada para as *app* por qualquer meio de informação é uma forma fundamental de informar o leitor no imediato perante os acontecimentos.

No seguimento da informação lançada através dos alertas sobre os três temas analisados apresenta-se, no gráfico 1, a média de atualização registada nas primeiras oito horas em cada caso.

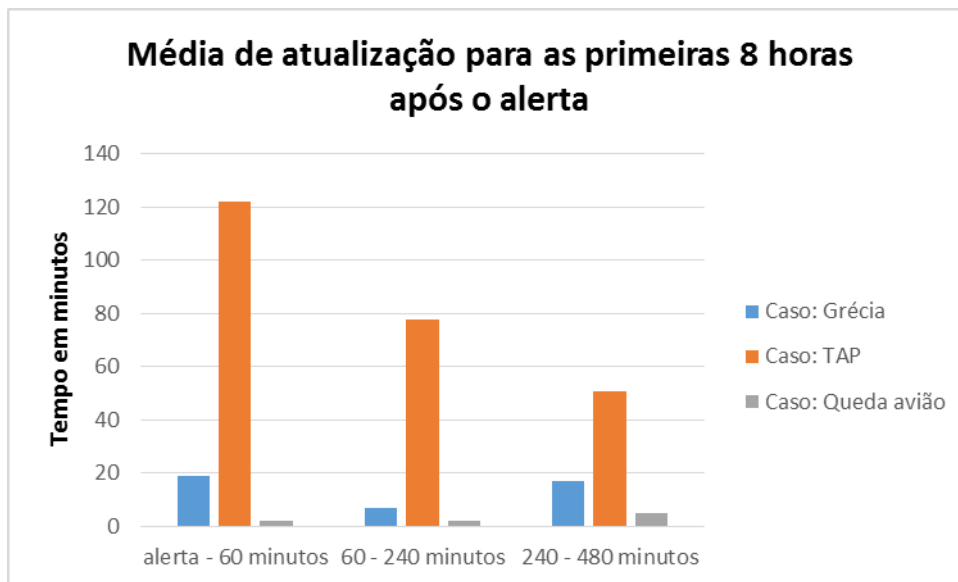


Gráfico 1: Média de atualização da informação das primeiras 8h após o alerta

No caso da Grécia entre o lançamento e a primeira hora a média de atualização do *Observador* foi de (19 minutos); entre a primeira e a quarta hora a média de atualização foi de (sete minutos); já entre a quarta hora e a oitava hora a média de atualização sobre o caso foi de (17 minutos).

No caso da TAP a média de atualização após o alerta e a primeira hora foi de (122 minutos); entre a primeira hora e a quarta hora a média de atualização do caso foi de (78 minutos) já entre a quarta e a oitava hora a média de atualização que o *Observador* fez foi de (51 minutos).

No caso da Queda do avião entre o alerta e a primeira hora registou-se uma média de atualização de (dois minutos); entre a primeira e a quarta hora a média de atualização foi também de (dois minutos); já entre a quarta e a oitava hora a média de atualizações do caso registou (cinco minutos).

Percebe-se claramente que o intervalo entre o alerta e as primeiras quatro horas a média de atualização demonstra um fluxo de informação constante, ou seja é nas primeiras horas que se verifica a importância da instantaneidade principalmente no caso da Grécia e da queda do avião, também porque os estes dois casos foram tratados no *Live Blog* do jornal (ao minuto),

o que não aconteceu com a cobertura noticiosa sobre a privatização da TAP, por isso, se observa que a média de atualização neste caso foi menor. Dependendo do caso, das suas dimensões e consequências, assim se adapta também a forma de tratamento da informação. Estando precisamente a falar dos alertas e do tempo de atualização da informação, é também importante perceber se de facto os títulos das notícias são rigorosos relativamente à informação que é disponibilizada no jornal. **P1: Os títulos das webnotícias são rigorosos em relação à informação a que se referem?** Esta pergunta surge no sentido de avaliar a relação entre os conteúdos e a forma de chamar a atenção do leitor para os mesmos, considerando a velocidade informativa. Como se veio a dizer ao longo da nossa parte teórica um minuto de atraso a dar uma notícia pode fazer a diferença. Assim como, a rapidez sem a devida verificação pode causar erros com consequências ao nível da credibilidade, não só da informação transmitida, mas também do próprio meio de comunicação. Os títulos “anunciam o texto jornalístico que encabeçam” e ao mesmo tempo levantam o “véu” à informação que vai ser avançada por isso, um título “deve ser concreto e estar relacionado com o assunto que fala o texto” (Gradim, 2000, p. 68). Na análise foi observada a forma como o jornal tratava os alertas bem como os títulos dados às notícias. Os alertas do *Observador* são curtos e apelativos. Constatou-se que a informação avançada no título em nenhum dos casos se demonstrou enganosa ou fora do contexto do corpo da notícia. Deve também referir-se que o jornal apresentava pelo menos para cada um dos temas analisados de “última hora”, uma indicação sobre os casos em atualização. De acordo com a forma de fazer títulos e informar de forma a atrair os leitores, Edgar Caetano, jornalista do *Observador*, referiu que o objetivo tanto nas redes sociais como no próprio site do jornal é chamar o leitor, mas respeitando o rigor da informação disponibilizada aos leitores. Como refere Gradim (2000) o título deve ter relação com a informação que titula.

Tendo escolhido para a nossa pesquisa o lançamento das notícias de última hora e considerando que é nos primeiros momentos de um acontecimento que a verificação das fontes de informação é mais difícil de se fazer, recuperamos a ideia de de Kovach e Rosenstiel (2004) que defendem que é também nesse momento que o rigor e a exatidão são mais necessários. Nesta componente é de sublinhar que o *Observador* em todas as notícias que foram analisadas perante os casos recolhidos apresentou sempre a fonte da informação que disponibilizava. Tratando-se o presente trabalho de perceber os desafios que a instantaneidade lança ao tratamento da informação online, verificar o tipo de fontes da informação disponibilizada foi um dos dados observados. De acordo com a Tabela 1, verificou-se que a origem das notícias nos três casos ou remetia para fontes do “próprio jornal”, ou seja, jornalistas, correspondentes, arquivos; “Agência de notícias”, “Outros meios de comunicação” ou “Outras fontes externas” como entidades oficiais do governo; forças policiais (Gradim, 2000).

Tabela 1. Fontes das Notícias

			Fonte da notícia				Total
			Próprio jornal	Agência de notícias	Outros meios de comunicação	Outras Fontes externas	
Nome do caso	Grécia	Contagem	2	5	4	12	23
		Percentagem %	8,7%	21,7%	17,4%	52,2%	100,0%
	TAP	Contagem	2	8	3	11	24
		Percentagem %	8,3%	33,3%	12,5%	45,8%	100,0%
	Queda avião	Contagem	2	3	17	13	35
		Percentagem %	5,7%	8,6%	48,6%	37,1%	100,0%
Total		Contagem	6	16	24	36	82
		Percentagem %	7,3%	19,5%	29,3%	43,9%	100,0%

Segundo Nuno Crato (1992) uma informação que seja suscetível de ser notícia deve ter por base uma pesquisa considerando as fontes. Como se pode ver na tabela acima as fontes de informação mais usadas foram “Outras fontes externas” que nesta componente se pode verificar que nos três casos, num total de 82 notícias analisadas (43%) remeteram para outras fontes externas (entidades oficiais do governo, polícias, sindicatos). Nesta componente este dado foi acentuado devido à natureza dos acontecimentos. Repare-se que no caso da TAP, 11 notícias tiveram fontes de entidades de transportes aéreos; dos sindicatos de aviação, portavozes. No caso da Grécia verificou-se que em 12 notícias nesta temática as fontes eram principalmente do governo grego, entidades e membros do Eurogrupo. Já o caso da queda do avião verificou-se principalmente o recurso a fontes oficiais da polícia francesa; entidades dos governos dos países afetados pelo acidente (Espanha e Alemanha). A utilização destas fontes, de acordo com os casos em questão, servem para dar um cunho de credibilidade acrescido aos factos que são relatados, bem como junto de quem lê o jornal conferem um maior grau de confiança.

Relativamente às fontes do “próprio jornal” verificou-se que o *Observador* no caso da TAP apresentou duas notícias que remetiam para informação diretamente contactada pelo jornal e também com recurso ao arquivo. Já nos casos da Grécia e da queda do avião isso também se verificou em duas notícias, nos dois casos, sendo que estas informações remetiam também

para informação que o jornal já tinha tratado. Relativamente ao recurso de fontes de “outros meios de comunicação” esta temática foi bastante utilizada pelo jornal no caso da queda do avião, porque como foi dito nas entrevistas realizadas, não foram enviados correspondentes do *Observador* para o local do acidente. Entre estes encontram-se *media* internacionais como: *The New York Times*, *France Press*; *The Independent* etc.

O *Observador* tem uma característica interessante que, de um modo geral, se refere a uma prática pouco frequente nos jornais portugueses, na elaboração das notícias não se inibe de incluir *links* para outras fontes de informação e até para páginas de outros meios de comunicação. Isso verificou-se principalmente nos casos internacionais, o caso da queda do avião em que a notícia remetia para as fontes oficiais através de *links* para infografias, vídeos, comunicados, etc. Ou seja, não só se verifica que usam fontes externas como fazem ligação por meio de hipertexto para a página oficial desses meios. A utilização de outros meios de comunicação como fontes aparecem sempre assinaladas, é uma prática estrutural para o jornal explicou Diogo Queiroz. Num total de 82 notícias verificou-se que a utilização de fontes de outros meios de comunicação representou nos três casos 29%, ou seja, 24 notícias apresentaram o recurso a fontes que o *Observador* referiu e assinalou a partir de outros meios de comunicação. Ainda nesta componente deve ser referido que em algumas notícias principalmente no tratamento no *Live blog*, ao minuto, o *Observador* nos casos da Grécia e queda do avião, procura informação no *Twitter*, esta prática é no entender do jornalista, Edgar Caetano muito importante quando se está acompanhar um caso de última hora ao qual é difícil de se chegar. O jornalista referiu o *Twitter* como um bom sistema para buscar fontes de forma rápida. Contudo, referiu que essas fontes devem ser credíveis salientou, seguir jornalistas internacionais, forças policiais e entidades governamentais.

Aqui, como já foi referido anteriormente, verifica-se o tratamento da informação característico do ambiente *web*. Não só as potencialidades do online são assim evidenciadas como também a produção é feita de forma mais rápida e também o leitor consegue um acompanhamento e aprofundamento da informação mais abrangente que vai ao encontro dos seus interesses em determinada matéria. Deste modo, a notícia abre caminho para outra informação que o ajuda a informar-se mais sobre o tema.

Gradim (2000) no seu *Manual de Jornalismo* defende que “nenhum jornal sobrevive sem fontes” e estas são entidades que contêm informação que é suscetível de produzir uma notícia (p.102). Tendo observado os dados referentes ao uso das fontes por parte do jornal nos casos analisados procuramos agora dar resposta à pergunta: **P:2 Diante do fator “instantaneidade” como é que os jornalistas processam a verificação do fluxo de informação que chega à redação?** Esta é uma pergunta sobre a qual faz sentido ouvir as palavras dos profissionais que trabalham a informação de última hora que chega a um jornal. Perante estas características Filomena Martins, jornalista do *Observador*, salientou que “É

preciso pensar, muito, estar sempre de cabeça fria e não nos deixarmos levar pela loucura nem pelo stress diário que é a informação”. A jornalista defendeu que num mundo movido pela velocidade é preciso ser-se capaz de responder com agilidade e equilíbrio perante o que é realmente verdadeiro e terminou afirmando que muitas das vezes é preferível perder uma possível “boa notícia” a perder-se a credibilidade. Já Diogo Queiroz referiu que quando se trabalha em cima da atualidade corre-se o risco de falhar relativamente à verificação. Contudo, as formas de verificação do jornal são dar a informação e alertar o leitor da fonte da mesma e quando a informação é ainda muito recente referir que a informação ainda não está confirmada, mas foi avançada pela seguinte fonte. E isto porque as fontes utilizadas são sempre fontes credíveis referiu Diogo Queiroz. Um dado que se observou durante a nossa análise foi que todas as notícias apresentaram a fonte sempre devidamente referenciada. O diretor criativo, Diogo Queiroz, reconhece que já aconteceu deixar passar informação que não era credível. Mas defende que o objetivo é não deixar que estes deslizos aconteçam e refere que o jornalismo e os jornalistas têm vindo a evoluir no que toca às novas ferramentas de *software* e técnicas de pesquisa e peritagem da verificação da informação. De acordo com as declarações dos profissionais entrevistados e das notícias analisadas percebe-se que de facto a verificação num ambiente regido pelo imediatismo é a tarefa primeira que um jornalista deve por em prática. Das 82 notícias analisadas o tratamento de verificação relativamente à informação disponibilizada foi sempre apontado pelos jornalistas. Edgar Caetano, por sua vez, salientou que a primeira coisa que se deve fazer, é definir as fontes e seguidamente saber como se lhes chega. Para além da verificação do fluxo contínuo da informação o jornalista referiu que é preciso também ter noção do tipo de público que está a acompanhar as atualizações do jornal. Porque há público que segue a informação ao minuto e há público que começa umas horas depois do alerta. E, neste contexto é preciso que o jornalista faça um acompanhamento equilibrado e sistematizado para passar informação fidedigna. No que toca às formas de trabalho desenvolvidas pelos jornalistas do *Observador*, Diogo Queiroz salientou que a equipa de profissionais trabalha de forma convergente com meios e ferramentas capazes de responder às exigências do online e disse também que o objetivo é, cada vez mais, aprofundar trabalhos nesse sentido.

Durante a análise observou-se que em todas as notícias o horário da disponibilização da informação é indicado logo em baixo do título da notícia. Todas as notícias dos três casos apresentaram o horário de publicação. Um ponto que se considerou pertinente na abordagem ao horário de publicação da informação, foi o momento de atualizações que se pode ver quando se consulta uma notícia que é tratada no *Live Blog* porque a informação que o *Observador* trata ao minuto, apresenta um “histórico de atualizações” onde aparecem os momentos da atualização da informação mais pertinentes feitos à notícia. Esta foi também uma das abordagens que Diogo Queiroz fez questão de referir que o grande objetivo de uma cronologia de tempo é exatamente “guiar o leitor” na informação que lhe interessa, servindo esses momentos temporais como a porta de entrada para uma consulta mais direta àquilo que

o leitor pretende que lhe seja dado, uma vez que uma notícia em atualização se torna um fluxo contínuo e bastante condensado ainda que dada em pequenos blocos. No caso da queda do avião a informação tratada no *Live Blog* ultrapassava as cem atualizações diárias, nas primeiras horas do acontecimento a média de atualizações foi de dois minutos.

A velocidade da informação e o seu tratamento ao minuto é compensado graças ao recurso do hipertexto que permite tanto o recurso à memória, como o recurso para informação de outras páginas, como se verificou durante a análise. Deste modo analisou-se a utilização do hipertexto no tratamento de última hora efetuado pelo jornal.

De forma a perceber a utilização do hipertexto nas notícias acompanhadas pelo jornal apresenta-se na tabela seguinte as notícias que fizeram recurso ao hipertexto e posteriormente apresentam-se os restantes dados relativos ao uso do hipertexto com recurso à memória para o próprio jornal e também ao uso de hipertexto para outras páginas.

2. Tabela: A notícia tem recurso ao hipertexto?

Nome do caso			Não	Sim	Total
	Grécia	Contagem	0	23	23
		Percentagem %	0,0%	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	2	22	24
		Percentagem %	8,3%	91,7%	100,0%
	Queda avião	Contagem	2	33	35
		Percentagem %	5,7%	94,3%	100,0%
Total		Contagem	4	78	82
		Percentagem %	4,9%	95,1%	100,0%

No total das 82 notícias analisadas apenas quatro não tinham recurso ao hipertexto remetendo o uso de hipertexto para informação do próprio jornal como recurso à memória através de “itens relacionados” e também com uso de *links* para outras páginas visando aprofundar a informação.

De acordo com estudo do hipertexto refira-se Canavilhas (2014) que defende que as notícias em ambiente *web* devem responder a uma arquitetura que se apresente aberta e com grau de interatividade para que os leitores assim, se informem de acordo com as suas preferências. Já

relativamente à memória, como foi abordado na parte teórica, Palacios (2014) sublinha a importância de recuperar a memória dos acontecimentos no jornalismo em ambiente *web* onde se apresenta uma informação contínua pelo fluxo em tempo real.

No *Observador* esta estrutura interativa e aberta pela utilização de hipertexto é bastante utilizada, como comprovam os dados obtidos. Em alguns casos no corpo da notícia fazem igualmente recurso à informação do próprio jornal que não esteja relacionada diretamente com o acontecimento mas que ajuda a contextualizar a informação que no momento esteja a ser avançada. Refira-se o caso da queda do avião da *Germanwings*, foram disponibilizadas pelo jornal duas notícias que estavam relacionadas com o tema: “Acidentes de avião”³⁷. Ainda sobre o recurso a memória seja para conteúdos do próprio jornal ou de outros sites de informação, Diogo Queiroz explicou que o uso de hipertexto para outras páginas é estrutural para o jornal.

“Quando começámos a preparar o *Observador* percebemos que é algo que os jornais portugueses têm pouca tendência a fazer e achamos isso eticamente errado. Nós não só, não temos medo de dizer onde fomos buscar a informação original como queremos que o leitor tenha acesso a ela, caso ele queira aprofundar aquilo que nós estamos a passar e temos orgulho em dizer que fomos buscar informação seja à nossa concorrência, seja a um meio internacional, seja outro qualquer meio de comunicação” (Diogo Queiroz, diretor criativo do *Observador*).

O responsável mostrou que esta forma de trabalho permite que o leitor aumente o seu conhecimento e se isso implicar que o leitor entre noutras páginas através do jornal, é um ponto favorável para todos.

Apresentam-se agora os dados relativos ao recurso à memória através de hipertexto nas notícias analisadas. Neste sentido, analisou-se a utilização de *links* que remetiam para “artigos relacionados” do próprio jornal. No caso da Grécia um total de 23 notícias 87% remeteu para artigos relacionados, apenas três notícias não usaram esse recurso. No caso da TAP, das 24 notícias analisadas verificou-se o recurso à memória de 79% e apenas cinco notícias não apresentaram esse recurso. No caso do avião, das 35 notícias analisadas 68% remeteu para informação relativa a “Itens relacionados” do próprio jornal onde apenas 11 notícias não fizeram esse recurso (**Anexo 7**).

Relativamente ao uso do hipertexto para outras páginas no caso da Grécia registou-se esse recurso em sete notícias 30%; no caso da TAP apenas três fizeram recurso ao hipertexto para outras páginas 12%; já o caso do avião em 23 notícias 65% verificou-se o recurso ao hipertexto para outras páginas (**Anexo 8**). O recurso ao hipertexto para “outras páginas” neste caso foi bastante acentuado tendo-se verificado um aprofundamento e complemento à informação avançada. Estes dados devem-se às características do acontecimento onde a utilização de

³⁷ <http://observador.pt/2014/12/12/fobia-de-andar-de-aviao-afeta-um-em-cada-tres-portugueses-estudo/>
<http://observador.pt/2014/07/18/morrer-num-aviao-e-tao-improvavel-como-ganhar-o-euromilhoes/>

infografias, gráficos, fotos foi o maior recurso ao hipertexto que o *Observador* fez para outros meios de comunicação.

Também é de salientar que ao longo da análise verificou-se se a utilização do recurso ao hipertexto aparecia incorporado nas notícias ou se aparecia noutros espaços como “itens relacionados”. Em todos os casos foram registadas notícias que faziam uso de *links* incorporados no texto da notícia, ou que apareciam noutros espaços com a designação de “itens relacionados”. Observou-se que no total de 82 notícias em 38 os *links* apareceram incorporados na notícia apresentando este recurso na maioria das vezes a remissão para informação exterior ao jornal, ou seja, para outras páginas de meios de comunicação. Já relativamente ao uso de *links* noutros espaços nas 82 notícias verificou-se esse recurso em 58 notícias, que remetiam para o recurso à memória do próprio jornal (**Anexos 9 e 10**).

Na análise foi também observado se em cada notícia se utilizavam recursos multimédia/hipermédia incorporados no texto: *links*, fotos, áudio, vídeos, infografias e gráficos. Desde logo, é preciso referir que todas as notícias apresentaram foto. No caso da Grécia todas as notícias tinham incorporados elementos multimédia. No caso da TAP apenas não se verificou recurso multimédia em duas notícias; já na queda do avião também só duas notícias não apresentaram recurso multimédia (**Anexo 11**).

De acordo com o uso de elementos multimédia/hipermédia num total de 82 notícias 95% apresentou o recurso a elementos multimédia. No caso da Grécia todas as notícias tinham elementos multimédia, no caso da TAP num total de 24 notícias apenas duas não tinham. Quanto à queda do avião em 35 notícias analisadas apenas em duas isso não foi verificado. Pode-se afirmar que o jornal utiliza frequentemente recursos multimédia. Este dado verificou-se principalmente no tratamento dos casos internacionais, onde o jornal em muitas das notícias apresentava elementos multimédia que eram avançados por outros meios de comunicação internacionais. De maneira a perceber o uso do tipo de elementos que o jornal fez nos três casos observou-se a quantidade do tipo de elementos usados.

Relativamente ao uso de *links* no caso da Grécia das 23 notícias todas apresentaram o uso de *links*; no caso da TAP no total de 24 notícias apenas duas não fizeram uso de *links*; já no caso do avião com 35 notícias analisadas apenas três notícias não usaram *links* (**Anexo 13**). Já o uso de fotos, no caso da Grécia em 23 notícias analisadas apenas uma notícia apresentou fotos; no caso da TAP em 24 notícias analisadas nenhuma apresentou fotos; já a queda do Avião foi o caso com 35 notícias analisadas apresentou seis notícias com recurso a fotos (**Anexo 14**). Neste último caso pode-se referir que esse dado foi mais verificado no tratamento das notícias no *Live Blog*. O uso de Vídeos no caso da Grécia verificou-se que em nenhuma notícia este elemento multimédia foi utilizado; no caso da TAP apenas uma notícia apresentou vídeo; no caso da queda do avião das 35 notícias seis notícias apresentaram este elemento multimédia, sendo interessante também referir que uma das notícias apresentou o

uso de cinco vídeos, neste caso nota-se que este recurso foi mais usado uma vez que a natureza do acontecimento assim o permitiu (**Anexo 15**).

O recurso a áudio apenas foi verificado numa notícia do caso da queda do Avião (**Anexo 16**); já a utilização de infografias também se verificou apenas no caso da Grécia com uma notícia apresentou uma infografia e no caso da queda do Avião apresentou cinco notícias com uma infografia e uma notícia apresentou três infografias (**Anexo 17**). O mesmo se verificou no uso de Gráficos apenas o caso da Grécia com um notícia a fazer uso de um gráfico e no caso da queda do Avião quatros notícias apresentaram uso de gráficos tendo uma delas apresentado nove gráficos, uma vez que o seu tratamento foi no *Live Blog* (**Anexo 18**).

Durante a recolha e análise das notícias de cada caso reparou-se que o uso de elementos multimédia/hipermédia incorporados ao longo do texto foi bastante usado em todos os temas. Relativamente a elementos como *links*, vídeos, infografias e gráficos foram mais registados no caso da queda do avião, devido às características do acontecimento e também ao desenvolvimento que este foi tendo ao longo de uma semana. Contudo é de referir que elementos multimédia como gráficos e infografias tinham por base o trabalho e as informações de outros meios de comunicação internacionais. Um aspeto interessante na análise realizada observou-se no caso da queda do Avião com as fotografias das notícias disponibilizadas ao longo das atualizações a serem, de um modo geral, bastante repetidas, aqui talvez se possa dizer que este facto se deveu à inexistência de jornalistas do *Observador* no terreno.

Na análise foi também verificado se as notícias apresentavam espaço para o comentário dos leitores; se os leitores ao longo das intervenções que fazem acrescentavam alguma informação sobre o assunto em causa; se em algum momento os leitores fazem referência a algum erro na notícia seja ele de cariz ortográfico ou outro; se os jornalistas do *Observador* corrigem a referência notada pelos leitores e, por fim se há interação entre profissionais e leitores nestes espaços. É de referir que todas as notícias do jornal apresentaram espaço para os comentários dos leitores, à exceção dos textos publicados no *Live Blog*.

Assim, observou-se que no caso da Grécia em 20 das 23 notícias observadas são permitidos comentários dos leitores; no caso da TAP registou-se em todas as notícias o espaço para os comentários. Já no caso da Queda do avião no total de 35 notícias 31 apresentou espaço para os leitores poderem comentar (**Anexo 19**). Relativamente ao acréscimo de informação nos comentários pelos leitores observou-se que em nenhum comentário houve um acréscimo de informação ao tema a ser tratado (**Anexo 20**). Sobre esta componente, relativa ao contributo dos leitores me relação ao tema tratado, o jornalista Edgar Caetano referiu que não é apenas nos comentários que os leitores, em algumas situações, acrescentam dados ou alertam para algum erro na notícia, também entram em contato com o jornalista via e-mail. Pode surgir

assim outra visão dos factos ou até mesmo uma nova ideia para tratar a informação e isso é interessante para o jornal. Edgar Caetano assume ler todos os comentários das notícias que produz.

No que se refere às intervenções dos leitores que alertam os jornalistas para um erro nas notícias e consequente correção, Edgar Caetano referiu que, quando isso acontece, a informação é corrigida, devidamente assinalada e é feito um agradecimento ao leitor (conforme a figura 4). Nesta componente foi apenas verificada uma intervenção no caso da queda do avião por parte de um leitor com a indicação de um erro de sintaxe na notícia e, seguidamente, o jornalista corrigiu e agradeceu o alerta, como se pode ver na imagem seguinte:



Figura 4: Intervenção do jornalista a um erro identificado pelo leitor na notícia

Já relativamente à interação dos leitores com os jornalistas esta prática não foi verificada em nenhuma notícia analisada, apenas houve interação no caso da queda do avião quando o jornalista agradeceu o alerta do leitor e referiu a alteração à notícia, como se pôde ver na figura anterior. Mas, pode-se referir que durante a análise se notou que os leitores entram eles mesmos em conversação ou porque divergem de opinião ou porque o assunto permite que se entre em discussão de ideias. No âmbito das entrevistas realizadas para esta pesquisa, os jornalistas acrescentaram que a importância da interação através das mensagens trocadas por e-mail.

“Uma das características que definem o jornalismo online é a interação, é a possibilidade de contactar diariamente com o leitor. Eu recebo dez e-mails por dia, em média, de leitores. Queremos incentivar esse contacto com leitores que constitui uma mudança de paradigma tremenda face ao que habitualmente se passa no jornalismo tradicional, no jornalismo em papel ou mesmo televisivo” (Diogo Queiroz, diretor criativo do *Observador*).

Considerando as características do jornalismo na *web* e os desafios apresentados pelas redes sociais, foi também observado na nossa análise o número de partilhas que as notícias apresentavam. Desde logo é de referir que o *Observador* apresenta no final de cada texto noticioso a possibilidade de partilhar a informação através do *Facebook*, do *Twitter*, do *LinkedIn*, do *Google+* ou através de e-mail. Relativamente às partilhas, Diogo Queiroz explicou que a quantidade de partilhas varia de acordo com vários parâmetros, mas assuntos relacionados com a atualidade são sempre bastante partilhados.

Na análise das notícias foi observado se estas apresentavam indicação de partilhas e a quantidade das mesmas. No caso da Grécia num total de 23 notícias foram registadas apenas 11 com partilhas, apresentando no intervalo entre 101 e 500 partilhas registou nove; e, em mais de 500 observaram-se duas notícias e 12 notícias não apresentaram partilhas. No caso da TAP com 24 notícias analisadas 13 apresentaram partilhas, sendo que no intervalo entre 101 e 500 partilhas registaram-se sete notícias, com mais de 500 partilhas registaram-se seis notícias e em 11 notícias não foram verificadas partilhas. No caso da Queda do avião num total de 35 notícias apenas 19 registaram partilhas. No intervalo entre 101 e 500 partilhas verificaram-se 15 notícias, em mais de 500 registaram-se quatro, e em 16 notícias não foram feitas partilhas pelos leitores (**Anexo 25**).

Relativamente ao número mais alto de partilhas em cada caso: a Grécia apresentou 1.557 partilhas na notícia “*Austeridade à moda grega. Compare com as medidas aplicadas em Portugal*”; a TAP apresentou 3.106 partilhas na notícia “*PS suspende privatização se vencer eleições*” e a Queda do avião registou 1.298 partilhas na notícia “*Time-lapse mostra todos os voos a sobrevoar a Europa em 38 horas*”. Dados que mostram que a informação é bastante partilhada nas diversas redes sociais. Relativamente a isto, Diogo Queiroz salientou que o *Facebook* é a rede social onde se verifica um maior número de partilhas por parte dos leitores.

Estes dados demonstram a interação que o leitor cria com a informação disponibilizada de acordo com as suas preferências tendo a oportunidade de a fazer circular. De acordo com a ideia apresentada por Rost (2014) os leitores usufruem de um certo poder de navegação bem como de comunicação com outros utilizadores, sendo que as partilhas de informação seguem esse mesmo caminho são partilhadas através das várias opções que o jornal dispões para um ambiente de rede social.

Tendo este trabalho como foco a instantaneidade e sendo a informação de última hora uma componente que se considerou pertinente abordar e analisar diante dos casos recolhidos, pretende-se ver se de facto a atualização permanente da informação busca aprofundar o acontecimento (**Anexo 26**). Procurando responder a esta temática, analisou-se o aprofundamento do tema em cada notícia tendo em conta o nível de novos dados apresentados e se o recurso ao hipertexto, de alguma forma, também ajudava a esse aprofundamento da informação.

Ao longo da análise de todas as notícias de cada caso percebeu-se que à medida que saíam novas atualizações o acontecimento em causa era mais aprofundado.

No caso da Grécia a situação foi de avanços e recuos relativamente ao impasse do governo grego junto dos credores e do FMI, tendo a atualização da informação em grande parte dos

dias pelo menos uma notícia a ser atualizada ao minuto no *Live Blog* do jornal, com todos os desenvolvimentos das reuniões do Eurogrupo seguidas de conferências de imprensa e da situação do país a nível social (manifestações nas ruas), e a nível económico (bancos fechados). Verificando-se em todas as notícias um aprofundamento da informação relativamente ao caso.

Em relação à TAP o governo português anunciou, a 11 de junho, ter escolhido, para vender a transportadora aérea, o consórcio de David Neelman e Humberto Pedrosa. A informação que foi sendo avançada procurou aprofundar o caso com informação referente ao comprador e às posições dos partidos da oposição, apresentando toda a informação sempre com dados novos e relevantes sobre o tema.

No caso da queda do avião a atualização da informação teve um nível de desenvolvimento bastante rápido devido ao tipo de acontecimento e também às apurações que foram sendo feitas nos primeiros dias do acidente. Neste sentido a investigação de Zamith (2011), refere que o papel da instantaneidade é responder a acontecimentos deste cariz com uma atualização contínua da informação. As primeiras informações começaram desde logo por referir o número de passageiros que seguiam no voo, sendo que nos primeiros dados que foram saindo se verificou que à medida que havia nova informação havia também mais confirmações e dados mais concretos com o objetivo de contextualizar e aprofundar a informação. Para isso, o *Observador* procurou incluir *links* para outras páginas bem como diferentes elementos multimédia, nomeadamente, fotos e vídeos do sucedido.

Observou-se que o aprofundamento da informação com recurso ao hipertexto apenas não se verificou em duas notícias, no caso da TAP, e em três notícias, no caso da queda do avião (**Anexo 28**). Estes dados referem-se ao recurso ao hipertexto tanto para o recurso à memória do próprio jornal como hipertexto para outras páginas. Neste ponto percebeu-se ao longo da análise que o jornal em todos temas procurou aprofundar a informação com recurso à memória do jornal para contextualizar informação com outras notícias já publicadas. Já no recurso ao hipertexto para outras páginas procurou aprofundar a informação através de elementos multimédia como vídeos, gráficos e infografias etc. Este tratamento visava aprofundar a informação relativa a cada caso. Contudo, essas notícias apresentavam sempre dados novos em relação à informação que já havia sido publicada sobre o tema.

Um dado importante a salientar nesta parte de aprofundamento e contextualização da informação são as notícias designadas “Explicador” que o *Observador* disponibiliza quando há um caso em atualização que apresenta um fluxo contínuo de informação que mereça um aprofundamento. No caso da nossa pesquisa esta secção não foi analisada, porque não era esse o objetivo do estudo. Ainda assim, é de referir que os três casos apresentaram um “Explicador”. Relativamente ao processo deste tipo de tratamento Edgar Caetano, jornalista

do *Observador* referiu que é uma forma de a informação não se ficar apenas pelo imediatismo, é um tipo de informação que merece um aprofundamento estruturado devido à quantidade de dados existente, procurando por meio de dez perguntas responder ao assunto em questão e aprofundar a informação. Recordem-se aqui as palavras de Pavlik (2001) e também Zamith (2011) sobre a importância de utilizar ferramentas características do meio para a produção do jornalismo online.

A contextualização da informação surge num ambiente de convergência das potencialidades da *web*. Veja-se a instantaneidade como fluxo de informação que se apresenta sempre como algo novo (Bradshaw, 2014); o recurso ao hipertexto e aos vários elementos multimédia (Canavilhas, 2014; Salaverria, 2014); a personalização da informação (Lorenz, 2014); a interação impulsionada pelos comentários e partilhas que os leitores efetuam (Rost, 2014); a ubiquidade pela possibilidade de ligação independentemente da localização geográfica (Pavlik, 2014); e a memória que busca manter e recuperar informações em rede (Palacios, 2014) não esquecendo a importância das plataformas sociais e dos novos dispositivos móveis. Portanto, o jornalismo online é um jornalismo de rede que têm todas as potencialidades para desenvolver uma informação mais interativa e em rede junto da audiência. Neste contexto procura-se então responder à pergunta de investigação: **P:3 À medida que a informação sobre determinado tema é avançada de modo instantâneo verifica-se um equilíbrio com o aprofundamento e a contextualização sobre o acontecimento?** Como anteriormente se explicou em todos os casos analisados a informação foi sendo de aprofundamento e contextualização. Ou seja, à medida que as atualizações eram feitas percebia-se um aprofundamento sobre o tema a ser tratado. Desde logo, pelo acompanhamento que o *Observador* fez dos casos, nomeadamente em relação ao uso de fontes internacionais sobretudo nos casos da Grécia e da queda do avião. O “sistema *push alert*” dá conta de uma situação de última hora e depois permite também, à medida que há atualizações importantes, alertar o leitor dessa informação através da *app*. Nota-se o recurso ao hipertexto e à inclusão de elementos multimédia, como tivemos a oportunidade de verificar. Os comentários dos leitores, seja nas notícias ou a propósito das partilhas das mesmas nas redes sociais, podem também contribuir para o surgimento de novos dados, como reconhecem os profissionais entrevistados, ainda que isso não se tenha verificado de forma significativa nos casos observados.

Herlander Elias (2011) no seu estudo sobre o público fragmentado acrescentou que as redes sociais promovem a partilha por parte da audiência. Aqui o papel da interação dos leitores, seja nos comentários dentro da própria notícia, seja através das partilhas ou via e-mail para os jornalistas, como já foi referido, pode acrescentar à informação pontos de vistas, dados a ser tratados pelos jornalistas, e até correções de sintaxe ou ortografia. Neste contexto é importante que, ao ser atualizada, a informação seja aprofundada recorrendo às ferramentas disponibilizadas online, sendo que estas podem contribuir para tornar a informação relevante,

interativa e personalizada. Percebe-se assim, que as notícias de última hora não se ficam apenas pelo imediatismo, mas que ao longo do desenvolvimento dos casos a informação revela novos dados dos acontecimentos e aprofunda o tema a par de uma contextualização equilibrada pela interatividade, hipertextualidade, memória, personalização e ubiquidade. Como defendeu Diogo Queiroz o jornalismo online permite que se dê a informação por camadas e de forma imediata.

“Nós tentamos fazer o aprofundamento da informação da forma mais completa possível, ou seja, damos realmente um *push alert* e damos o *Live blog* do que está acontecer, mas ao mesmo tempo tentamos ter informação complementar (como por exemplo, o “explicador”). Portanto, tentamos aprofundar a informação porque é uma obrigação do jornalista explicar as coisas” (Diogo Queiroz, *Observador*).

Na resposta sobre se a instantaneidade procura ao mesmo tempo aprofundar a informação, Filomena Martins refere que sim, é possível. Segundo a jornalista as pessoas não querem apenas que lhes forneçam informação rápida, esperam também que a informação seja trabalhada (Filomena Martins usa mesmo o termo “mastigada”). Este tratamento é condicionado pelo acompanhamento profissional que é feito a cada caso. No caso da queda do avião, por exemplo, Diogo Queiroz diz terem chegado a ser seis jornalistas a acompanhar o tema. Portanto, a informação de última hora joga com a instantaneidade e com o fator tempo, mas precisa de um tratamento continuado e de uma explicação mais abrangente sobre os acontecimentos. Nos casos analisados no *Observador* verificou-se que, à medida que a informação de última hora vai evoluindo, o destaque principal vai sendo relacionado com vários conteúdos sobre o caso, o que constitui uma forma de fazer a contextualização e fornecer ao público uma informação mais completa. Quando a informação está em atualização permanente repara-se também que os títulos das notícias vão mudando, principalmente no acompanhamento feito no *Live blog*.

Tendo já salientado o papel das redes sociais, seguidamente apresentam-se os dados obtidos no uso das plataformas sociais *Facebook* e *Twitter* numa forma de perceber se o *Observador* acompanha as potencialidades destas plataformas enquanto meios que permitem a disponibilização e partilha da informação.

Como foi referido ainda na parte teórica deste trabalho, o aproveitamento das redes sociais na difusão da informação apresenta um grau de importância cada vez maior. As experiências começam a surgir na forma como alguns meios de comunicação de referência se propõem a disponibilizar informação diretamente para as redes sociais, como o *Facebook*, o que constitui uma mudança de paradigma. Hoje são poucos os meios de comunicação que não têm presença nas redes sociais, mas a disponibilizar informação de forma direta é um dado que demonstra que as redes sociais são uma plataforma cada vez mais “explorada” pelas entidades da informação. Este é um desafio com o qual meios de referência como *The New York Times* e *The Guardian* se comprometeram. Focando a nossa análise no *Observador* à medida que lança

uma informação no site por norma é também disponibilizada para as redes sociais. Na tabela seguinte podemos ver os dados obtidos relativamente a cada caso.

3. Tabela: A notícia foi também disponibilizada pelo jornal nas redes sociais?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	0	23	23
		Percentagem %	0,0%	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	7	17	24
		Percentagem %	29,2%	70,8%	100,0%
	Queda avião	Contagem	6	29	35
		Percentagem %	17,1%	82,9%	100,0%
Total		Contagem	13	69	82
		Percentagem %	15,9%	84,1%	100,0%

Neste âmbito relativamente às 82 notícias analisadas verificou-se que à medida que eram lançadas no site eram ao mesmo tempo disponibilizadas nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*. No caso da Grécia verificou-se que todas as notícias foram disponibilizadas tanto no *Facebook* como no *Twitter*. No caso da TAP observou-se que no total de 24 notícias analisadas sobre o caso, 17 foram disponibilizadas nas redes sociais. Já no caso da queda do avião observou-se que em 35 notícias analisadas 29 foram disponibilizadas nas redes sociais e apenas seis não foram. Verifica-se assim uma difusão nas plataformas sociais bastante visível. E, deste modo respondemos à pergunta de investigação colocada: **P:4 Os conteúdos de última hora publicados no jornal são igualmente partilhados nas redes sociais (*Facebook* e *Twitter*)?** Como se acabou de referir, os conteúdos de última hora são por norma tanto disponibilizados no site do jornal como para as redes sociais e também para as *app*, como salientou Diogo Queiroz. Ainda assim, podemos dizer que houve em dois dos casos analisados (TAP e Queda de avião) um total de 13 notícias que não foram difundidas nas redes sociais, como consta na tabela acima. De referir ainda que, muitas vezes, nas notícias analisadas foram encontradas referências a informação divulgada no *Twitter* (figura 5) e que o jornal incluiu junto da informação que disponibilizava. Trata-se de uma forma de utilizar as redes sociais para divulgar informação (e chegar junto dos leitores), mas também de um meio para chegar às fontes, que por sua vez utilizam também estas ferramentas para contactar com o público,

sem qualquer tipo de mediação jornalística. Esta foi uma prática verificada tanto no caso da queda do avião, como no caso da Grécia.



Figura 5: Tweet do Primeiro-Ministro Espanhol, Mariano Rajoy sobre a queda do A320 da *Germanwings* que partiu de Barcelona com Destino a Dusseldorf, Alemanha

Filomena Martins (jornalista do *Observador*) defendeu que as redes sociais no que toca à difusão de informação de última hora funcionam como uma “montra de bolos” sempre bastante convidativa. Já o diretor criativo do jornal, Diogo Queiroz referiu a importância de estar nas redes sociais pelo facto de encontrar lá os leitores, mas também porque são plataformas que funcionam como bons motores de disseminação da informação. Para além disso, importa lembrar a ideia de Jane Singer (2014) quando explica que os *media* sociais são potenciais fontes de informação, algo que constatámos nas notícias analisadas.

Estando a falar da instantaneidade e relativamente à forma rápida com que se processa a informação online, durante a análise foi observado se em alguma das notícias houve uma correção no sentido da informação que o jornal disponibilizou, respondendo à pergunta: **P:5 São feitas correções às notícias publicadas?** De acordo com as 82 notícias analisadas em nenhum caso se verificou uma correção de conteúdo, ou seja, a informação foi apresentando um nível de conteúdos de forma contextualizada, fluída e verificada. Aqui pode-se referir uma vez mais o tratamento da informação no *Live Blog* do jornal que foi dando a informação de forma rápida e por camadas. Talvez seja interessante referir que no caso da queda do avião nas primeiras horas do acontecimento a atualização relativamente ao número de vítimas foi sendo realizada no *Live Blog*. Pode-se referir que de facto o tratamento da informação ao minuto permite que a informação seja dada de forma rápida porque não se apresenta um texto condensado onde a informação é dada por camadas e, no caso de ser necessário fazer alguma correção torna-se assim um processo mais facilitado. Nos três casos analisados não foi detetada nenhuma correção relativamente às notícias disponibilizadas. Ainda assim, como referiu Diogo Queiroz quando se trabalha em cima da atualidade o risco de errar está presente.

Agora apresenta-se a resposta à pergunta de investigação que pretende contextualizar o papel da instantaneidade com um trabalho que visa assegurar a credibilidade da informação

de última hora em ambiente *web*. Ao longo deste capítulo tem-se vindo a falar da velocidade com que uma informação de última hora chega à redação e dos restantes elementos que ajudam a que essa informação seja verificada e posteriormente siga um processo de contextualização e aprofundamento como já foi referido. **P:6 A ânsia da velocidade desvirtua características elementares do jornalismo como, a verificação dos factos?** De acordo com o tema deste trabalho e com o meio de comunicação escolhido para nosso objeto de estudo procurámos ao longo da nossa investigação, da análise e também das entrevistas realizadas perceber se de facto a ânsia da informação e o papel da instantaneidade desvirtuam o primeiro elemento fundamental do jornalismo, o rigor e a verdade da informação. Kovach e Rosenstiel (2004) na sua obra “*Os elementos do jornalismo*” apresentam como primeiro dever do jornalismo a obrigação para com a verdade. A procura da verdade no jornalismo segundo os dois autores está relacionada com a confirmação dos factos, por parte dos jornalistas, e só depois a informação toma o percurso normal e é disponibilizada. Se pensarmos assim, até parece fácil receber, construir e difundir uma notícia. A verdade é que não é de toda tarefa fácil e se pensarmos nos meios online em que a transmissão de informação se caracteriza pela velocidade em tempo real, a tarefa da verificação torna-se bastante mais complicada. Porque há medida que se passa de forma rápida uma primeira informação, se esta não estiver correta, é também de forma rápida que se difunde o erro. Voltando à reflexão de Kovach e Rosenstiel (2004) o fluxo contínuo da informação ganha junto do público uma necessidade cada vez maior de apresentar uma estrutura informativa baseada no rigor, na exatidão e na verdade dos factos. Tendo anteriormente estado a falar do papel das fontes e da origem da informação, este é o primeiro passo a considerar. Quem é o autor de certo dado, como o conseguiu, qual a sua veracidade? No ambiente online esta tarefa é mais frágil porque é necessário ser rápido. As formas de verificação estão também modificadas. A obra *Verification Handbook* para a cobertura de informação de última hora demonstra que a facilidade dos deslizes por parte dos profissionais é maior, mas a possibilidade de verificação da informação está também mais fortificada. Silverman e Tsubaki (2014) enumeram uma lista de pontos que são cruciais na hora de verificar a informação: procurar fontes credíveis e entrar em contato com elas; ser cético perante a informação recebida; procurar métodos de pesquisa e ferramentas capazes de verificar a informação e trabalhar em cooperação com outros profissionais. Os autores referem que não só a fonte do conteúdo deve ser verificada, mas também a veracidade do conteúdo. O *Observador* relativamente à informação que disponibilizou nos três casos recolhidos e analisados fez sempre referência às suas fontes de informação, sendo que em nenhum dos casos se observou uma correção posterior em termos de conteúdo. Percebeu-se a ânsia de informar, desde logo, pela atualização constante que o jornal fez dos casos, acompanhada de uma contextualização com recurso a diferentes ferramentas e práticas, conforme o desenrolar dos acontecimentos. Voltando à questão da pressão da instantaneidade, esta deve ser relacionada com uma preocupação constante com a credibilidade. Os profissionais do *Observador* explicam que “é preciso ter olho, instinto e ter

discernimento” e agir diante da velocidade e da verificação de forma rápida (Edgar Caetano). A editora executiva do jornal explicou que “é preciso estar lá com dez olhos e perceber que a informação é mesmo fidedigna”, portanto, o ambiente online e a instantaneidade com que a informação chega e obriga a que seja trabalhada exige que os profissionais estejam capacitados para assegurar aos leitores que a informação que estão a passar é avançada por uma determinada fonte, sendo necessário afirmar com clareza que aquela informação é verdadeira. Este modo de trabalho perante a verificação dos conteúdos é o que se consegue fazer quando se está sobre o instante da atualidade da informação online, remata o diretor criativo, Diogo Queiroz.

Tomando a instantaneidade como centro desta pesquisa, e com base nos vários elementos que atrás se referiram verifica-se que a velocidade não desvirtua as características elementares do jornalismo, concretamente a verificação. Mas repare-se também que para que tal aconteça seja necessário traçar procedimentos de verificação e contraste das fontes. Acompanhando todas as ferramentas disponíveis, para que de algum modo a informação chegue aos leitores de forma enriquecida e não apenas instantânea, desenvolvendo um acompanhamento personalizado e interativo junto do público, aos mais variados níveis.

Conclusão

Chegados a este ponto do trabalho constatamos que o jornalismo na *web* continua a deparar-se com vários desafios. A mutação constante tem sido acompanhada pela evolução tecnológica. O consumo desenfreado de informação mudou conceitos e práticas no jornalismo a começar pela relação que o leitor criou com os conteúdos; nos últimos anos a expansão dos *media* sociais como o *Facebook* e o *Twitter* proporcionaram espaços de circulação de partilha e discussão da informação. A velocidade a que se regista um acontecimento e este é trabalhado e transmitido pelos órgãos de comunicação é semelhante à que se regista na sua receção e no seu consumo pelo público.

Ao longo deste trabalho um dos objetivos passou por analisar o papel da informação no contexto de última hora, sendo o nosso objeto de estudo o jornal *Observador*. Desde logo o delineamento do nosso índice mostrou que nesta abordagem não podíamos deixar de parte as várias componentes do jornalismo online: as novas linguagens em consonância com um jornalismo em rede; o papel dos profissionais do webjornalismo e a redefinição das fronteiras entre jornalistas e cidadãos; os perigos da não verificação; o papel do leitor online; a ânsia da instantaneidade e os perigos da informação viral nas redes sociais. De acordo com esta abordagem teórica procurou-se dar resposta às perguntas de investigação que guiaram este trabalho. A análise de conteúdos e os dados obtidos em conjunto com as entrevistas realizadas contribuíram para a reflexão sobre a velocidade informativa e a forma como se desenrola a verificação dos conteúdos no imediato.

Relativamente ao rápido tratamento que caracteriza a instantaneidade, podemos verificar que após os alertas lançados pelo jornal o tratamento da informação se realizou de forma contínua e em contextualização com as várias ferramentas disponibilizadas pelo meio online. A começar pela verificação da informação, as fontes utilizadas foram sempre referenciadas e antes da divulgação de quaisquer novos elementos, estes foram verificados, quer ao nível das suas fontes, quer ao nível dos seus conteúdos. Nas entrevistas realizadas aos responsáveis da publicação frisam isso mesmo e o cuidado em adotar essas metodologias de trabalho. A par de tudo isto, é importante considerar a importância do espaço para comentários dos leitores, a disponibilização da informação nas redes sociais e o papel dos dispositivos móveis. Percebe-se o uso das várias características da *web* em conformidade com uma informação mais interativa e em rede junto dos leitores, de acordo com a ideia de um jornalismo contextualizado (Pavlik, 2001; Zamith, 2011).

Ao nível das práticas profissionais observa-se a necessidade de os jornalistas terem de estar capacitados para trabalhar em diversas áreas, tendo em vista a produção e difusão de

conteúdos online. A este propósito, importa aprofundar a informação, por forma a que esta não se fique pela instantaneidade. No que diz respeito à verificação da informação em ambiente de atualização permanente, verifica-se uma preocupação, por parte dos profissionais em definir fontes e segui-las, sendo que quando há uma informação que suscite dúvidas primeiro confirma-se se esta é fidedigna e só depois se difunde a informação. No contexto de última hora quando a informação apresenta um fluxo intenso, por norma fica mais que um jornalista acompanhar esses casos.

Ao nível da rapidez do tratamento da informação ao longo da análise percebeu-se que as atualizações que o jornal faz são significativas e com intervalos curtos apresentando um uso de fontes externas acentuado, o que de certa forma demonstra uma agilidade na forma de trabalhar a informação sobre a pressão do fator tempo, quando nos referimos ao tratamento de notícias de última hora.

Relativamente às várias temáticas que ajudam a complementar a informação online o hipertexto como recurso à memória foi um elemento bastante usado pelo jornal tanto para “itens relacionados” da própria publicação, como para páginas de outros meios de comunicação. A interação com os leitores é promovida tanto nas notícias, através dos comentários, como também via e-mail, para os próprios jornalistas. Já os dispositivos móveis e as redes sociais surgem aqui como formas de disseminar a informação, e no caso das redes sociais de aproximar a relação com os leitores, bem como procurar seguir fontes informativas, mais precisamente no caso do *Twitter*.

A informação de última hora apresenta um tratamento rápido a par de um acentuado fluxo de conteúdos. Por isso, o fator instantâneo apresenta um grau de importância relevante no acompanhamento desenvolvido pelo jornal nas primeiras horas de um acontecimento principalmente quando feito no *Live Blog*, ao minuto. Desde logo, por em nenhum dos casos analisados se ter observado a falta de verificação das fontes; bem como erros apontados pelos leitores relativos aos conteúdos disponibilizados. Ainda que se verifique interação nos espaços de comentários, percebeu-se que na maioria, são observações gerais sobre os factos ocorridos e em nenhum caso de acréscimo de informação ao tema tratado.

Percebeu-se ao longo da análise que o jornalismo online e, em particular, a informação de última hora, ainda que à primeira vista apresentem um carácter rápido e instantâneo na forma de disponibilizarem conteúdos, apresentam posteriormente um tratamento que é acompanhado pelas várias componentes que caracterizam este tipo de jornalismo. Ou seja, quando uma informação de última hora que apresente um fluxo de conteúdos intenso, como foram os três casos analisados, é disponibilizada e atualizada de forma instantânea merece depois, por parte dos profissionais, um tratamento mais aprofundado e contextualizado, para

que também o leitor não se fique apenas pela intensidade dos acontecimentos em si, mas vá depois perceber mais sobre o assunto.

A finalizar as conclusões que se retiram desta investigação, considerando o jornal analisado, percebe-se que há caminhos interessantes a ser trilhados. Certamente muito ainda estará para acontecer, principalmente no que toca às novas ferramentas móveis e interativas, às plataformas sociais e à relação dos leitores com a informação.

Terminamos este trabalho com uma reflexão no que toca ao jornalismo online em geral e ao papel da instantaneidade das notícias em particular. Os desenvolvimentos como vimos até aqui tem sido bastantes, tanto tecnológicos como profissionais, empresariais e sociais. Este foi um contributo que visou pensar as potencialidades da *web* ligadas ao mundo da informação, ficando a ideia de que muito trabalho e, acima de tudo muitas transformações se podem perspetivar para as próximas décadas.

“Agora, na era do “tempo real”, essas contradições tendem a se agravar, e se “resolver” pela eliminação de um dos termos do problema - a necessidade de veicular informações corretas e contextualizadas, pois “qualquer explicação serve” para sustentar a notícia transmitida instantaneamente” (Moretzhon, 2000, s/p).

Bibliografia

Aguado, J & Martínez, I. (2008). La comunicación móvil en el ecosistema informativo: de las alertas SMS al Mobile 2.0. *Trípodos*, nº23, Barcelona, pp.107-118.

Aguado, J, & Castellet, A. (2013). Contenidos digitais en el entorno móvil: Mapa de situación para marcas informativas y usuarios. In Barbosa, S & Mielniczuk, L. (Org.), *Jornalismo e Tecnologias móveis*, pp. 25-50. Acedido a 24 de maio de 2015, http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130522201302_susana_luciana_jornalismotechmoveis.pdf

Aguiar, L. (2009). A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. In Rodrigues, C. (Org.), *JORNALISMO ON-LINE: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, pp. 163-182.

Alonso, M. (2014). Acessibilidade y Usabilidad a la información: Aspectos importantes em la convergência digital. In *VI Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. 2014. (eds.), Ayerdi, K. M; Dasilva, J; Fernández, S. Universidad del País Vasco, 17-18 de Novembro de 2014. Acedido em 16 de março de 2015, em <https://ciberpebi.files.wordpress.com/2013/11/vicongreso-ciberperiodismo.pdf>

Amadori, R & Marques, M. (2011). *Os critérios de noticiabilidade no jornalismo on line*. In 3º seminário de Ciberjornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Acedido a 9 de novembro de 2014, em <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor3/2011/08/17/os-criterios-de-noticiabilidade-no-jornalismo-on-line/>

Aroso, I. (2003). A internet e o novo papel do jornalista. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 7 de novembro de 2014, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/arosos-ines-internet-jornalista.pdf>

Barbosa, S *et al.*, (2013). Atuação jornalística em plataformas móveis: estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalista. *Brazilian Journalism Research*, Vol. 9, nº 2. Acedido a 24 de maio de 2015, em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/549/489>

Barbosa, S & Seixas, L. (2013). Jornalismo e dispositivos móveis. Precepções, usos e tendências. In Barbosa, S & Mielniczuk, L. (Org.), *Jornalismo e Tecnologias móveis*, Covilhã: Livros LabCom, pp. 51-73. Acedido a 24 de maio de 2015, http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130522-201302_susana_luciana_jornalismotechmoveis.pdf

Barbosa, E. (2001). Interatividade: A grande promessa do Jornalismo Online. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. pp. 1-10. Acedido a 10 de maio de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>

Barbosa, S. (2014). Agentes de inovação, renovação e de reconfiguração para o jornalismo em tempos de convergência. In *Cibercomunicación*, nº1, pp.1-8. Acedido a 14 de abril de 2015, em <http://revistadecibercomunicacion.com/index.php/cibercomunicacion/article/view/5/16>

Bardoel, J & Deuze, M. (2001). Network Journalism: Converging competences of old and New Media Professionals. Acedido a 13 de março de 2015, em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.8231&rep=rep1&type=pdf>

Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Bastos, H. (2000). *Jornalismo Eletrónico: Internet e Reconfiguração de práticas nas redações*. Coimbra: Editora Minerva.

Bastos, H. (2013). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Biblioteca Online de Ciências da Comunidade. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf> Acesso em 04 de novembro de 2014, em

Bauman, Z. (2007). *Liquid Life*. USA: Polity Press.

Bauman, Z. (2012). Da la impresión de que todo anda fuera de control. Entrevista dada ao *El País*. Acesso em 9 de maio de 2015, em http://cultura.elpais.com/cultura/2012/08/19/actualidad/1345406113_154130.html

Bianco, N. (2008). A internet como fator de mudança no Jornalismo. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acesso em 9 de fevereiro de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>

Buttry, S. (2014). Verification Fundamentals: Rules to live by. In Silverman, C. (Ed.), *Verification Handbook: An ultimate guideline on Digital age sourcing for emergency coverage*. European Journalism Center. Netherlands: Copy Editors Society (ACES), pp. 15-18.

Brose, N. (2010). Locast Civic Media: Jornalismo Colaborativo como prática da cidadania e impulso para a ubiquidade da informação. In Pellanda, E, C. (Org.), *Locast Civic Media: Internet móvel, cidadania e informação hiperlocal*. Porto Alegre: ediPURCS, pp. 136- 143.

Bowman, S & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. California: The Media Center At The American Press Institute. Acesso em 29 de maio de 2015, em http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

Bretas, B. (2004). Interações híbridas. In Brasil, A *et al.*, (Org.), *Cultura em Fluxo, Novas medições em rede*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, pp. 212-232.

Beiguelman, G. (2004). Admirável mundo híbrido. In Brasil, A *et al.*, (Org.), *Cultura em Fluxo, Novas medições em rede*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, pp. 264-281.

Buns, A. (2003). Gatewatching Not Gatekeeping: Collaborative Online News. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, 107, pp.31-44. Acesso em 17 de março de 2015, em <http://eprints.qut.edu.au/189/>

Bruns, A. (2011). Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, Vol.7, nº 11, pp. 119-140. Acesso em 4 de março de 2015, em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/0>

Barbosa, S. (2009a). Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In Vivar, J & Ramirez, F, (Eds.), *Periodismo Web 2.0*. Madrid: Editorial Fragua, pp. 271-284.

Barbosa, S. (2009b). Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In Rodrigues, C. (Org.), *Jornalismo On-Line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, pp. 35-55.

Bradshaw, P. (2014). Instantaneidade: Efeito de rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In Canavilhas, J. (Org.), *Webjornalismo 7 características que marcam a diferenças*, pp. 111-136. Covilhã: LabCom. Acesso em 12 de fevereiro de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf

Bradshaw, P. (2007). A model for the 21st century newsroom: pt1 - the news diamond. *Online Journalism Blog*. Acesso em 17 de abril de 2015, em

<http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/>

Calif, J. (2015). *CISCO*. Acedido a 28 de maio de 2015, em http://newsroom.cisco.com/release/1578507/Cisco-Visual-Networking-Index-VNI-Mobile-Forecast-Projects-Nearly-10-fold-Global-Mobile-Data-Traffic-Growth-Over-Next-Five-Years?utm_medium=rss

Camus, J. (2011). El modelo de los capas para redacciones periodísticas: aplicación práctica. In Irigaray, F; Ceballos, D & Manna, M. (Org.), *Periodismo Digital: Convergencia, redes y móviles*, pp. 49-61. Acedido a 13 de abril de 2015, em <http://es.calameo.com/read/00042286074b870dd0b2a>

Canavilhas, J (2004). A internet como memória. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 27 de Janeiro de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>

Canavilhas, J. (2005). Os jornalistas online em Portugal. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido em 08 de fevereiro de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>

Canavilhas, J. (2007a). *Webnoticia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW*. Covilhã: Livros LabCom.

Canavilhas, J. (2007b). Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In Barbosa, S. (Org.), *Jornalismo de Terceira Geração*. Covilhã: Livros LabCom. pp. 25-40.

Canavilhas, J. (2010a). O novo ecossistema mediático. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 22 de novembro de 2014, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>

Canavilhas, J. (2010b). Do Gatekeeper ao Gatewatching: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In *II Congreso Internacional Comunicación*, Universidad de Salamanca, 4 e 5 de outubro de 2010, pp.1-12. Acedido a 16 de abril de 2015, em <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>

Canavilhas, J. (2011a). Ensino do Jornalismo: o digital como oportunidade. In Quadros, C; Caetano, K & Laranjeira, A. (Org.), *Jornalismo e Convergência: ensino e práticas profissionais*. Covilhã: LabCom, pp. 13-20. Acedido em 1 de abril de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110315-claudia_quadros_jornalismo_e_convergencia.pdf

Canavilhas, J. (2011b). El Nuevo ecossistema mediático. In *index Comunicación*, Vol. 1, nº1, pp.13-24. Acedido a 10 de maio de 2015, em <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/4/16>

Canavilhas, J. (2012). From Remediation to Convergence: looking at the portuguese media. *Brazilian Journalism Research*, Vol. 8, nº1, pp. 7-21. Acedido a 3 de Março de 2015, em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/406/339>

Canavilhas, J. (2014). Hipertextualidade: Novas Arquiteturas noticiosas. In Canavilhas, J. (Org.), *Webjornalismo 7 características que marcam a diferenças*, pp. 3-24. Covilhã: Livros LabCom. Acedido a 3 de fevereiro de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf

Canavilhas, J & Satuf, I. (2013). Jornalismo em Transição: Do papel para o Tablet... Ao final da tarde. In Fidalgo, A & Canavilhas, J. (Org.), *Comunicação Digital: 10 anos de investigação*. Coimbra: Edições Minerva, pp. 35-60.

Canavilhas *et al.*, (2014). Jornalistas e Tecnoatores: Dois mundos, duas culturas, um objetivo. In *Esferas*, nº5, pp.85-96.

Carvalho, J. R; Prior, H & Morais, R. (2013). Público, Privado e Representação Online: O caso do Facebook. In Fidalgo, A & Canavilhas, J. (Org.), *Comunicação Digital: 10 anos de Investigação*. Coimbra: Edições Minerva, pp. 101-119.

Castells, M. (2005). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. A Sociedade em Rede*. Volume I, 2ª Edição, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castilho, C. (2005). Webjornalismo: o que é notícia no mundo online. In Rodrigues, E. (Org.), *No próximo bloco... O Jornalismo Brasileiro na Tv e na internet*, pp. 231-256. Acedido a 11 de abril de 2015, em http://www.editora.vrc.puc-rio.br/docs/ebook_no_proximo_bloco.pdf

Castilho, C & Fialho, F. (2009). O jornalismo ingressa na era da produção colaborativa de notícias. In Rodrigues, C. (Org.), *Jornalismo On-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, pp. 119-146.

Correia, C. (2005). *Sociedade e Comunicação: Estudos sobre jornalismo e Identidades*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Correia, J. (2011). *O admirável mundo das Notícias: Teorias e Métodos*. Covilhã: Livros LabCom.

Correia, J. (2013). Encontramo-nos no Facebook: Para uma abordagem da vida quotidiana online. In Fidalgo, A & Canavilhas, J. (Org.), *Comunicação Digital: 10 anos de Investigação*. Coimbra: Edições Minerva, pp. 121-133.

Corrêa, E. (2005). Linguagens da informação digital: reflexões conceituais e uma proposta de sistematização. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, pp. 309-319. Acedido a 4 de fevereiro de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correa-elizabeth-saad-linguagens-informacao-digital-reflexoes-conceituais-proposta-sistematizacao.pdf>

Correio da Manhã. (2015, junho, 9). Imagem de “tornado” é fotomontagem. *Correio da Manhã*. Acedido a 9 de junho de 2015, em http://www.cmjornal.xl.pt/nacional/sociedade/detalhe/20150610_1832_imagem_de_tornado_e_fotomontagem.html

Costa, F, E & Quadros, C, I. (2014). Instantaneidade no ciberjornalismo: uma proposta de ferramenta e análise. In *XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*. Vila Velha de 22 a 24 de maio de 2014. *Intercom*. Acedido a 17 de junho de 2015, em <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-1533-1.pdf>

Crato, N. (1992). *Comunicação Social - A Imprensa*. 4ª Edição, Lisboa: Editorial Presença.

Cunha, M. (2014). Cidade e memória nas redes sociais na internet. In *II Confibercom : Os desafios da Investigação*. Centro de Estudos de comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, pp. 1255-1264. Acedido em 08 de fevereiro de 2015, em http://www.lasics.uminho.pt/confibercom2014/wp-content/uploads/6_Comunicacao_Multimedia.pdf

Dalmonte, E. (2007). O webjornalismo enquanto bem de experiência: do receptor ao leitor participante. In *IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, Salvador*. *Intercom*. Acedido a 6 de novembro de 2014, em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2007/resumos/R0304-1.pdf>

Dalmonte, E. (2010). Presente: O tempo do jornalismo e os seus desdobramentos, pp. 328-344. Acedido a 9 de junho de 2015, em <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/12437/1/Edson%20Fernando%20Dalmonte.pdf>

Damásio, M. (2003). Convergência e tecnologias em comunicação. In Fidalgo, A & Serra, P. (Org.), *Jornalismo Online*. Vol. I, pp. 135-148. Acedido a 19 de maio de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf

Dancosky, A & Renó, D. (2014). Hipermídia como potencialidade para o webjornalismo. In 5º *SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO: Big Data, Interfaces e Sociedade digital*. UFMS, 27 a 29 de agosto de 2014. Acedido em 12 de fevereiro de 2015, em <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor5/files/2014/07/AndressaKikuti-DenisReno-5Ciberjor-CampoGrande.pdf>

Deuze, M. (2006). O jornalismo e os novos meios de comunicação social. In *Comunicação e Sociedade*, Vol. 9 nº 10, pp. 15-37. Acedido em 23 de fevereiro de 2015, em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1152/1095> pp. 15-37

Diário Digital. (2015, abril, 22). AKI e não IKEA chega a Castelo Branco antes do Natal. *Diário Digital*. Acedido a 9 de abril de 2015, em <http://www.diariodigitalcastelobranco.pt/detalhe.php?id=33194>

Edo, C. (2003). El periodismo profesional y el desafio de los *blogs*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, pp. 1-7. Acedido a 09 de abril de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/edo-concha-periodismo-blogs.pdf>

Edo, C. (2007). El lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa digital. In Barbosa, S. (Org.), *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Livros Labcom, pp.7-23.

Elias, H. (2011).O gigante fragmentado: Públicos e figuras do digital. In *VII Congresso SOPCOM*, 15 a 17 de dezembro de 2011, pp. 1-16. Acedido a 08 de junho de 2015, em http://www.academia.edu/4965549/O_Gigante_Fragmentado_-_P%C3%BAblicos_e_Figuras_do_Digital

ERC. (1993). Código Deontológico do jornalista. Acedido a 21 de abril de 2015, em <http://www.erc.pt/documentos/legislacaosite/CodigoDeontologicodoJornalista.pdf>

Ferreira, G & Dalmonte, E. (2008) Webjornalismo, critérios de noticiabilidade e efeitos de sentido. *Comunicação: Veredas*, nº7, pp. 117- 135. Acedido a 22 de novembro de 2014, em <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/1803/1/Webjornalismo,%20crit%C3%A9rios%20de%20noticiabilidade%20e%20efeitos%20de%20sentido.pdf>

Ferreira, B. (2004). Novos media, experiências e identidade. In Santos, J & Correia, J. (Org.), *Teorias da Comunicação*, pp.211- 251. Covilhã: Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior.

Fidalgo, A. (2004). Sintaxe e Semânticas das notícias online: Para um jornalismo assente em Bases de dados, pp. 1-9. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 13 de abril de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-jornalismo-base-dados.pdf>

Fidalgo, A. (2007). A resolução semântica no jornalismo online. In Barbosa, S. (Org.), *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: LabCom, pp. 101-110.

Fidalgo, J. (2005). Novos Desafios a um velho ofício ou... um novo ofício? A redefinição da profissão de jornalista. Repositório da Universidade do Minho, pp. 1-16. Acedido a 23 de fevereiro de 2015, em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7448/1/Fidalgo%2c%20J.%282005%29-Desafios%20jornalismo.pdf>

Fidalgo, J. (2008). *O Jornalista em Construção*. Porto: Porto Editora.

Fidalgo, A & Canavilhas, J. (2009). Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In Rodrigues, C. (Org.), *Jornalismo ON-LINE: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Editora PUC- Rio, pp.99-117.

Foletto, L & Deack, A. (2014). Aproximação da cultura hacker ao jornalismo: práticas e produtos jornalísticos disruptivos brasileiros. In *VI Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. (2014). (eds.), Ayerdi, M; Dasilva, J; Fernández, S. Universidad del País Vasco, 17-18 de Novembro de 2014. Acedido a 27 de janeiro de 2015, em <https://ciberpebi.files.wordpress.com/2013/11/vicongreso-ciberperiodismo.pdf>

Franciscato, C, E. (2003). *A atualidade no Jornalismo: Bases para a sua delimitação teórica*. Tese de Doutorado. Salvador: Universidade Federal da Bahia. Acedido a 08 de junho de 2015, em <http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/bitstream/ri/6056/1/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>

Franciscato, C, E. (2005). O jornalismo e a reformulação da experiência do tempo nas sociedades ocidentais. In *XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Uerj de 5 a 9 de Setembro de 2005. Acedido a 9 de Junho de 2015, em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/147309229542103229423892634820623515117.pdf>

Franciscato, C, E. (2009). A Temporalidade Múltipla no Webjornalismo. In *XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Curitiba de 4 a 7 de Setembro. *Intercom*. Acedido a 29 de maio de 2015, em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3693-1.pdf>

Galtung, J & Ruge, H. (1993). A estrutura do noticiário: A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In Traquina, N. (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja, pp. 61-73.

González, M & Orta, M, J. (2015). Notícias falsas em Internet: Difusión Viral a través de las redes sociales. In *IV Congreso Internacional de Ciberjornalismo*, Faculdade de Letras da Universidade do Porto de 4 a 5 de Dezembro de 2014, pp. 394-405. Acedido a 7 de junho de 2015, em <https://cobciber4.files.wordpress.com/2015/04/cobciber4atas.pdf>

Gutiérrez, H & Rodrigues, L. (2013). Estrutura e características que compõem o cenário webjornalístico. In *XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte*, Manaus, de 1 a 3 de maio de 2013. *Intercom*. Acedido a 17 de maio de 2015, em <http://portalintercom.org.br/anais/norte2013/resumos/R34-0166-1.pdf>

Gradim, A. (2000). *Manual de Jornalismo*. Covilhã: Universidade da Bera Interior.

Gradim, A. (2011). Os Géneros e a Convergência: O jornalista multimédia do século XXI. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 18 de abril de 2015, em <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>

Grassler, M. (2014). El periodista de datos: reflexión teórica sobre una profesión en expansión. In *VI Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. (2014). (eds.), Ayerdi, K. M; Dasilva, J; Fernández, S. Universidad del País Vasco, pp. 17-18 de novembro de 2014. Acedido a 27 de janeiro de 2015, em <https://ciberpebi.files.wordpress.com/2013/11/vicongreso-ciberperiodismo.pdf>

Hermida, A. (2011). Mechanisms of participation: How audience options shape the conversation, In Singer *et al.* (Org.), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Chichester: Wiley-Blackwell, pp.13-33.

Hermida, A. (2012). Tweets And Truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. pp. 1-10. Acedido a 18 de abril de 2015, em http://www.academia.edu/1521862/Tweets_and_Truth_Journalism_as_a_discipline_of_collaborative_verification

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and New Media collide*. New York: University Press. Acedido a 22 de março de 2015, em http://www.ricardollano.com/wp-content/uploads/2012/01/Convergence_culture_Jenkins.pdf

Jorge, T; Pereira, F & Adghirni, Z. (2009). Jornalismo na Internet: desafios e prespectivas no trinômio formação/universidade/mercado. In Rodrigues, C. (Org.), *Jornalismo On-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Editora PUC - Rio, pp. 75-96.

Kerckhove, D. (1997). *A Pele Da Cultura*. Lisboa: Relógio D'Água Editores

Kischinhevsky, M. (2009). Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário mediático sobre o fazer jornalístico. In Rodrigues, C. (Org.), *Jornalismo On-Line: modos de fazer*. Editora PUC-Rio: Rio de Janeiro, pp.57-74.

Kovach, B & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do Jornalismo*. Porto: Porto Editora.

Lafuente, G. (2012). Periodismo com futuro. Rigor, imaginación, conversación, compromiso, tecnología, experimentación, humildad... palabras para salvar nuestro oficio. In Irigaray, F; Ceballos, D & Manna, M. (Org.), *Webperiodismo en un ecosistema liquido*, pp. 25-30. Acedido a 12 de abril de 2015, em <http://es.calameo.com/read/000422860a24df20a1f7e>

Lévy, P. (1998). A Revolução Contemporânea em matéria de comunicação. (Trad. Juremir da Silva). *Famecos*, nº9, Porto Alegre, pp.37-49. Acedido a 15 de maio de 2015, em <http://www.ricardoalmeida.adm.br/levy.pdf>

Lévy, P. (2000). *Cibercultura*. Lisboa: Stória Editores, Lda.

Lima, R. (2010). A Qualidade da informação do Jornalismo Online. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 17 de novembro de 2014, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-lima-webornalismo.pdf>

Lorenz. M. (2014). Personalização: Análise aos 6 graus. In Canavilhas, J. (Org.), *Webjornalismo 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, pp. 137-158. Acedido a 12 de fevereiro de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf

Machado, E. (2007). A Base de Dados como espaço de composição multimídia. In Barbosa, S. (Org.), *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: LabCom, pp. 111-126.

Machado, E. (2010). Cinco teses equivocadas sobre o ensino em tempos de convergência. In Machado, E & Teixeira T. (Org.), *Ensino de Jornalismo em tempos de convergência*. Rio de Janeiro: Editora E-papers, pp.13-29.

May, Tim. (2004). *Pesquisa Social: Questões métodos e processos*. 3ª Edição. Porto Alegre: Artmed. Acedido a 18 de julho de 2015, em <http://pt.scribd.com/doc/156983184/91390611-Tim-May-Pesquisa-Social>

Martins, A. (2012, abril, 4). Houve uma guerra civil em Portugal mas só vez vítimas no Twitter. *Público*. Acedido a 9 de junho de 2015, em <http://www.publico.pt/mundo/jornal/houve-uma-guerra-civil-em-portugal-mas-so-fez-vitimas-no-twitter-24309779>

Martinez, L & Ferreira, A. (2007). *Análise de dados com SPSS: Primeiros Passos*. Lisboa: Escolar Editora.

Matthews, J. (2013). Journalists and their sources: The twin challenges of diversity and verification. In Fowler-Watt, K & Allan, S. (Eds.), *Journalism: New Challenges*, pp. 242-258. Centre for Journalism & Communication research: Bournemouth University

Mauad, S. (2009). Os Segredos de um bom Assessor de Imprensa. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 3 de fevereiro de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-muad-os-segredos.pdf>

Micó, J; Masip, P & Barboza, S. (2009). Models Of Business Convergence In The Information Industry: A mapping of cases in Brazil and Spain. *Brazilian Journalism Research*, Vol. 5, nº 1, pp. 123-140. Acedido a 25 de março de 2015, em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/184/183>

Mitchell, A. (2015, abril, 29). Stat of the News Media. *Pew Research Center Journalim & Media*. Acedido a 18 de maio de 2015, em <http://www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015/>

Moretzsohn, S. (2000). A velocidade como fetiche - o discurso jornalístico na era do “tempo real”. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 18 de janeiro de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylviavelocidade-jornalismo-3.html>

Moretzsohn, S. (2006). O mito libertário do “jornalismo cidadão”. *Comunicação e Sociedade*, Vol.9, nº10, pp.63-81.

Nickel, B. (2011). Núcleo Redação:... Tempo-Real no Jornalismo. In Brambilla, A. (Org.), *Para entender as mídias sociais*, pp. 114-116. Acedido a 11 de junho de 2015, em <http://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais>

Nobre, A. (2015, março, 28a). Vêm ai regras para os jornalistas nas redes sociais. *Expresso*. Acedido a 8 de junho de 2015, em <http://expresso.sapo.pt/economia/vem-ai-regras-para-os-jornalistas-nas-redes-sociais=f917303>

Nobre, A. (2015, maio, 13b). Facebook começa a alojar e a distribuir diretamente notícias de sites de informação. *Expresso*. Acedido a 17 de agosto de 2015, em <http://expresso.sapo.pt/economia/2015-05-13-Facebook-comeca-a-alocar-e-a-distribuir-diretamente-noticias-de-sites-de-informacao>

Observador. (2014, maio, 19). Tudo o que precisa de saber sobre o Observador. *Observador*. Acedido a 16 de junho de 2015, em <http://observador.pt/explicadores/tudo-o-que-precisa-de-saber-sobre-o-observador/>

Osório, M. (2014). A curadoria em Jornalismo nas coberturas de Breaking News em Tempo Real na Internet. In *XXIII Encontro Anual da Campós*. Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014, pp. 1-14. Acedido a 7 de março de 2015, em http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT10_ESTUDOS_DE_JORNALISMO/artigo_mor_eno_osorio_compos_2014__2237.pdf

Palacios, M. (2004a). Jornalismo em Ambiente Plural? Notas para discussão da Internet enquanto suporte para a prática jornalística. In Brasil, A *et al.* (Org.), *Cultura em Fluxo: Novas mediações em rede*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, pp. 84-99.

Palacios, M. (2004b). Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. *PJ:BR*, nº4. Acedido a 17 de maio de 2015, em http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm

Palacios, M. (2014). Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In Canavilhas, J. (Org.), *Webjornalismo 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, pp. 89-110. Acedido a 20 de janeiro de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf

Palacios, M & Munhoz, P. (2007). Fotografias, Blogs e Jornalismo na Internet: Oposições, Apropriações e Simbioses. In Barbosa, S. (Org.), *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Livros LabCom, pp. 63-84.

- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press: New York.
- Pavlik, J. (2014). Ubiquidade: o 7.º Princípio do jornalismo na era digital. In Canavilhas, J. (Org.), *Webjornalismo 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, pp. 159-184. Acedido a 1 de fevereiro de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf
- Pinto, R & Sousa, J. (1998). O futuro incerto da Internet. Intercomunicar além do comércio e da publicidade. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. pp. 1-11. Acedido a 15 de abril de 2015, em http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-futuro_net.pdf
- Pisani, F & Piotet, D. (2008). *Comment le web change le monde: L'achimie des multitudes*. Paris: Pearson Education France.
- Porto Editora. (2009). *Dicionário Editora*. Porto: Porto Editora.
- Primo, A & Tränsel, M. (2006). Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias, pp. 1-19. Acedido a 10 de março de 2015, em <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>
- Ramonet, I. (1998). *La Tiranía de la Comunicación*. Madrid: Editorial Debate.
- Ribeiro, E, A. (2008). A perspectiva da entrevista na investigação empírica. *Evidência*, nº4, pp. 129-148. Acedido a 17 de junho de 2015, em <http://www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/viewFile/328/310>
- Rodrigues, C. (2009). Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In Rodrigues, C. (Org.), *Jornalismo On-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, pp. 13-34.
- Rodrigues, C. (2006). *Blogs e a fragmentação do espaço público*. Covilhã: Livros LabCom. Acedido a 19 de maio de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-rodriques_catarina_blogs_fragmentacao_espaco_publico.pdf
- Rodrigues, C. (2008). Novas Fronteiras do Jornalismo: comunicação individual na era global. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acedido a 19 de maio de 2015, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/atarina-rodriques-novas-fronteiras-do-jornalismo.pdf>
- Rodrigues, C. (2010). Redes sociais: Novas regras para a prática jornalística? *Prisma.Com*, nº12, pp.1-13. Acedido a 9 de junho de 2015, em <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/757/684>
- Rodrigues, C. (2014). *Jornalismo Participativo: Tecnologia, Comunicação e o papel do jornalista*. Tese de Doutoramento. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Rost, A. (2010). La participación en el periodismo digital: muchas preguntas y algunas respuestas. In Irigaray, F; Ceballos, D & Manna, M. (Eds.), *2º Foro de periodismo Digital de Rosario. Periodismo Digital en un paradigma de transición*, pp. 96-109. Acedido a 29 de maio de 2015, em http://www.academia.edu/1535049/_La_participaci%C3%B3n_en_el_periodismo_digital_muchas_preguntas_y_algunas_respuestas_
- Rost, A. (2012). Narrativas periodísticas en la Web: Ejemplos y herramientas. In Irigaray, F; Ceballos, D & Manna, M. (Eds.), *Webperiodismo en un ecosistema liquido*, 5º foro Internacional, pp. 47-56. Acedido a 12 de abril de 2015, em <http://es.calameo.com/read/000422860a24df20a1f7e>
- Rost, A. (2014). Interatividade: Definições, estudos e tendências. In canavilhas, J. (Org.), *Webjornalismo 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros Labcom, pp. 53-88.

Acedido a 12 de fevereiro de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf

Salaverría, R. (2010). Estructura de la Convergencia, pp. 27-40. Acedido a 6 de maio de 2015, em http://www.academia.edu/673075/Estructura_de_la_convergencia

Salaverría, R. (2011). Online Journalism meets the university: Ideas for teaching and research. *Brazilian Journalism Research*, Vol. 7, nº 2, pp. 137-152. Acedido em 20 de março de 2015, em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/356/332>

Salaverría, R. (2014), Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In Canavilhas, J. (Org.), *Webjornalismo 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, pp. 25-52. Acedido a 12 de fevereiro de 2015, em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf

Salaverría, R; Avilés, J; Masip, P. (2010). Concepto de Convergencia Periodística, pp. 41-64. Acedido a 6 de maio de 2015, em http://www.academia.edu/5451700/Salaverr%C3%ADa_R._Garc%C3%ADa_Avil%C3%A9s_J._A._y_Masip_P._2010._Concepto_de_convergencia_period%C3%ADstica._En_X._L%C3%B3pez_Garc%C3%ADa_y_X._Pereira_Ed._Convergencia_Digital._Reconfiguraci%C3%B3n_de_los_medios_de_comunicaci%C3%B3n_en_Espa%C3%B1a._Santiago_Universidad_de_Santiago_Servicio_de_Publicaciones_pp._41-64

Sarkissian, J. (2011). Irrupción de las TIC sen las relaciones laborales dentro de los medios de comunicación. In Irigaray, F; Ceballos, D & Manna, M. (Eds.), *Periodismo Digital: Convergencia, redes y móviles*, 4º Foro Internacional, pp.41-48. Acedido a 13 de abril de 2015, em <http://es.calameo.com/read/00042286074b870dd0b2a>

Serra, P. (2004). Proximidade e Comunicação. In Santos, J & Correia, J. (Org.), *Teorias da Comunicação*. Covilhã: Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior, pp.163- 179.

Silva, A. (2006). *Os Diários Generalistas Portugueses em papel e Online*. Lisboa: Livros Horizonte.

Silva, F. (2008). Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. In *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Natal, de 2 a 6 de setembro. *Intercom*. Acedido a 31 de maio de 2015, em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0652-1.pdf>

Silvia & Martinez. (2013). Audiencias e Twitter: análisis de los cibermedios e informadores á seguidos de España. In VI Congreso Internacional de Cibepperiodismo y Web 2.0. Universidad del País Vasco, 17- 18 de novembro. Acedido a 18 de maio de 2015, em <https://ciberpebi.files.wordpress.com/2013/11/vicongreso-ciberperiodismo.pdf>

Silverman, C & Tsubaki, R. (2014).When Emergency News Breaks. In Silverman, C. (Ed.), *Verification Handbook: An ultimate guideline on Digital age sourcing for emergency coverage*. European Journalism Center. Netherlands: Copy Editors Society (ACES), pp. 7-12.

Soloski, J. (1993). O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In Traquina, N. (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja, pp. 91-100.

Sousa, J. (2000). *As Notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Editora MinervaCoimbra.

Sousa, M. (2013). A notícia convergente: uma reconfiguração de linguagens. In *XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul*, St. Cruz do sul de 30 de maio a 1 de junho de 2013. *Intercom*, pp.1-16. Acedido a 15 de novembro de 2014, em <http://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-1462-1.pdf>

Singer, J. B *et al.*, (2011). *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Chichester: Wiley-Blackwell.

- Singer, J. B. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society* 0(0), pp. 1-19.
- Singer, J. B. (2014). Sem Medo Do Futuro: Ética do Jornalismo, Inovação e um apelo à Flexibilidade. *Comunicação e Sociedade*, Vol. 25, pp. 49-66.
- Sharma, A & Hatt, T. (2014). GSMA. Acedido a 28 de maio de 2015, em <https://gsmaintelligence.com/research/2014/12/smartphones-in-emerging-markets/450/>
- Schlesinger, P. (1993). Os jornalistas e a sua máquina do tempo. (Org.). In Traquina, N. (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, pp.142-159.
- Shoemaker, et al., (2010). Os leitores como Gatekeepers das Notícias ON-line: Brasil, China e Estados Unidos. *Brazilian Journalism Research*, Vol. 6, nº1, pp. 58-83. Acedido a 15 de abril de 2015, em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/247/245>
- Traquina, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Veja.
- Traquina, N (2002). *Jornalismo: o que é?* Editorial Quimera.
- Traquina, N. (2004). *A Tribo jornalística*. 1º Edição. Lisboa: Editorial Notícias.
- Tränssel, M. (2008). Jornalismo Participativo Online: intervenção do público no Wikinews e no Kuro5hin, pp. 77-99. Acedido a 28 de maio de 2015, em <http://pt.scribd.com/doc/18760448/Jornalismo-participativo-online-intervencao-do-publico-no-Wikinews-e-no-Kuro5hin>
- Tränssel, M. (2014). Aprendendo a se deixar guiar por dados: a formação dos jornalistas da equipe Estadão Dados. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, pp. 85-99. Acedido a 14 de abril de 2015 em <http://www.fnnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/345/222>
- Toffler, A. (1984). *A Terceira Vaga*. Lisboa: Edição Livros do Brasil.
- Torres, V. (2014). Personalizando a circulação de informações jornalísticas nas redes digitais. In *VI Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. (2014). (eds.), Ayerdi, K. M; Dasilva, J; Fernández, S. Universidad del País Vasco, 17-18 de novembro de 2014. Acedido a 27 de janeiro de 2015, em <https://ciberpebi.files.wordpress.com/2013/11/vicongreso-ciberperiodismo.pdf>
- Weber, C. (2010). Gatekeeper e Gatewatching - repensando a função de selecionador no webjornalismo. In *XI Congresso de Ciências da Comunicação na região Sul, de 17 a 19 de maio de 2010*. Intercom, pp. 1-15. Acedido a 7 de março de 2015, em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0493-1.pdf>
- White, D. M. (1993). O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias. In Traquina, N. (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, pp. 142-159.
- Wolf, M. (2009). *Teorias da Comunicação*. 10 edição. Lisboa: Editorial Presença.
- Zamith, F. (2011). *A Contextualização no Ciberjornalismo*. Tese de Doutoramento. Universidade do Porto, Portugal. Acedido a 7 de novembro de 2014, em <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf>
- Zamora, L. (2001). Los Periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores. *Sala de Prensa*, Vol. 2. Acedido a 10 de abril de 2015, em <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>

Anexos

Anexo 1. Tabela: Análise da instantaneidade - relativa às primeiras oito horas após o alerta.

Ficha de Análise 1 A instantaneidade das notícias no online: o caso do <i>Observador</i>			
Casos: <ul style="list-style-type: none">• A queda do avião Airbus 320: é referente à primeira notícia após o alerta - atualização ao minuto, no <i>Live blog</i>;• O Futuro da Grécia: é referente à primeira notícia após o alerta - atualização ao minuto, no <i>Live blog</i>;• A Privatização da TAP: é referente às primeiras oito notícias após o alerta - atualização em direto;			
1. Qual a média de atualização (em minutos) relativa às primeiras 8 horas do acontecimento após o alerta, dado nos três casos:			
1.1.: Após o alerta qual média do tempo de atualização da informação na primeira hora do acontecimento?	Grécia	TAP	Avião
1.2. Entre os 60 e os 240 minutos qual média do tempo de atualização da informação do acontecimento?	Grécia	TAP	Avião
1.3. Entre os 240 e os 480 minutos qual a média do tempo de atualização da informação do acontecimento?	Grécia	TAP	Avião

Anexo 2. Tabela: Análise da qualidade da instantaneidade de acordo com os objetivos do trabalho

Ficha de análise 2		
A instantaneidade das notícias online: o caso do <i>Observador</i>		
URL:		
Data/hora:		
Chamada:		
Título:		
1. Fonte da notícia	Marque X	
1.1. Próprio jornal?		
1.2. Agência de notícias?		
1.3. Outros meios de comunicação?		
1.4. Outras Fontes externas?		
2. Na notícia é indicado o horário da publicação?	Sim	Não
3. Utilização de Hipertexto?	Sim	Não
4.1. Links com recurso a memória, através de ligações que remetem para “artigos relacionados” ou outra informação do próprio jornal?	Sim	Não
4.2. Links para outras páginas?	Sim	Não
4.3. Em caso de resposta afirmativa à pergunta nº 4:		
4.4. Esses links aparecem incorporados na notícia?	Sim	Não
4.5. Esses links aparecem num outro espaço?	Sim	Não
5. Existem elementos multimédia (fotos, vídeos, áudio, infografias, etc.)?	Sim	Não
5.1. Em caso de resposta afirmativa na pergunta anterior, quantos links, fotos, vídeos, áudios e infografias foram utilizados, para recorrer à memória?	Quantidade	
5.2. Links		
5.3. Fotos		
5.4. Vídeos		

5.5.Áudio		
5.6.Infografias		
5.7.Gráficos		
	Sim	Não
6. Espaço para comentários dos leitores na notícia?		
6.1. Em caso de resposta afirmativa anteriormente:		
	Sim	Não
6.2. Os leitores acrescentam alguma informação sobre o caso nos comentários?		
	Sim	Não
6.3. Os leitores fazem alguma referência a possíveis erros na notícia?		
	Sim	Não
6.3.1. Se sim, na resposta anterior os jornalistas corrigem e assinalam posteriormente a informação?		
	Sim	Não
6.4. Existe interação entre jornalistas e leitores no espaço para comentários da notícia?		
	Sim	Não
7. A notícia é partilhada?		
7.1. Número total de partilhas?		
7.2. Partilhas da notícia:	Marque X	
7.3. Entre 0 e 100		
7.4. Entre 101 e 500		
7.5. Mais de 500		
	Sim	Não
8. O fluxo de informação (atualização) possibilita um aprofundamento do tema?		
	Sim	Não
8.1. A informação apresenta dados novos sobre o caso a ser tratado?		
	Sim	Não
8.2. Em caso da notícia apresentar hipertexto, este enriquece a informação?		
	Sim	Não
9. Redes Sociais: a notícia foi disponibilizada nas plataformas sociais?		
	Sim	Não
9.1. Facebook?		
	Sim	Não
9.2. Twitter?		

Anexo 3. Perguntas realizadas a Diogo Queiroz de Andrade, Diretor Criativo do *Observador*

Enquanto Diretor Criativo de um jornal nativo digital como vê o papel da instantaneidade no jornalismo, nomeadamente em relação à rapidez, verificação e aprofundamento da informação?

R: A instantaneidade é uma das características definidoras do jornalismo online, e esta é essencial para nós. A hipótese de podermos entrar em contacto direto, de forma imediata e instantânea no meio que a pessoa tem mais personalizado é extremamente importante para nós. A utilização de tecnologias como o *smatphone* mas também qualquer tipo de *werbel*, como *apple watch*, ou qualquer outro *smart watch*, é uma característica fundamental que nos permite dar a informação em cima a hora, no momento certo e de forma mais direta à pessoa. Para nós, enquanto jornalistas de um jornal digital, é essencial o uso das tecnológicas mencionadas anteriormente, porque queremos transmitir a informação mais relevante, mas também obviamente queremos chegar antes da concorrência. Nós quando fazemos um *push alert* enviamos uma informação que está agregada a uma notícia, o que nós dizemos quando enviamos não é só isto aconteceu, é isto aconteceu e você tem aqui a informação que precisa. Isso é fundamental, é o estabelecer uma relação direta com o leitor. Um dos problemas que levantou é a questão verificação e esse é um risco tremendo. Nós quando trabalhamos em cima da hora por exemplo, no *Live blog*, em cima da atualidade corremos o risco da instantaneidade e corremos o risco de falhar, porque há muita informação conflituante e há informação que dificilmente pode ser verificada e é preciso fornecê-la. Nós assumimos o risco dessa partilha informativa, mas quando não temos a certeza da qualidade da informação fazemos essa referência, porque quando trabalhamos num *Live blog* assumimos que não temos a mesma certeza de quando estamos a trabalhar num artigo, mas assumimos também, que não há sempre tempo para fazer a verificação normal do jornalismo que é de duas fontes diferentes especialmente quando estamos a trabalhar com coisas que estão distantes de nós. De modo a não conduzir o leitor ao erro, o que nós fazemos é sempre alertar o leitor em cada *post* do *Live blog* de que “esta informação ainda não está confirmada mas foi editada por esta fonte credível que” ou seja, vamos buscar fontes que nos parecem credíveis. Portanto, isso protege-nos, dizemos ao leitor fala-se disto mas, pode não ser verdade. Quando há o problema da instantaneidade é isto que se consegue fazer e não mais. O aprofundamento da notícia, quando nós estamos a trabalhar em instantaneidade o objetivo não é propriamente o aprofundamento, o que nós tentamos fazer é o aprofundamento da informação da forma mais completa possível, ou seja, damos realmente um *push alert* e damos o *Live blog* o que está acontecer, mas ao mesmo tempo tentamos ter informação complementar. Para além destes meios, também podemos ter um explicador onde toda a informação de fundo se relaciona com os temas e fará com que a pessoa passe para lá da instantaneidade e vá perceber, ok o que isto tem a ver comigo? Portanto, tentamos aprofundar a informação mesmo sendo ela imediatista, ou seja, é uma obrigação do jornalista

explicar as coisas. Tentamos sempre explicar, é óbvio que as coisas mudam com muita rapidez, mas por isso mesmo tentamos fazer isso em função dos dados que temos e o online permite fazê-lo. Tentamos dar a informação por camadas o leitor, este por sua vez consulta as que quer, em função da sua necessidade e vontade de se manter atualizado e informado sobre os assuntos.

Quais os critérios usados para a verificação da informação de última hora?

R: A verificação é uma das minhas preocupações fundamentais aqui. Quando nós trabalhamos na internet, é muito fácil aparecerem informações falsas, que não são verificáveis, e nós temos muito cuidado com isso. Nós banimos informação que começamos a trabalhar e percebemos que é falsa pelo menos uma vez por dia. Já se passaram coisas que não eram verdadeiras, pelo menos que me lembre foram apenas duas das quais pedimos desculpas ao leitor, porque realmente induzimos o leitor em erro mas, tentamos sempre manter muito cuidado. Há muitos mecanismos de verificação, nessa área, o jornalista, tem vindo a evoluir e, também o jornalismo enquanto entidade tem vindo a evoluir. Existem mais mecanismos de verificação, há mais *software* à nossa disposição, há mais técnicas de peritagem e de análise de verificação da qualidade do conteúdo que é produzido e da fonte desse mesmo conteúdo. É algo em que nós estamos a trabalhar é algo que nos preocupa diariamente. Nós, não podemos perder o rigor, não podemos passar informação falsa.

No caso da queda do avião da *Germanwings* e da crise na Grécia houve jornalistas do *Observador* destacados para o terreno?

R: Para o terreno, no caso da *Germanwings* não por duas razões, porque em termos práticos não era uma mais-valia e não vai nenhum jornalista recolher destroços, quer dizer, para já não era possível lá chegar a tempo, e isso não era uma mais-valia em termos informativos, não era por fotografar corpos que o leitor iria ficar mais bem servido. Toda a informação que nós podíamos recolher fariamos melhor e, fizemo-la melhor estando aqui. Possivelmente se houvessem portugueses envolvidos, aí sim, teria feito sentido enviar alguém, porque havia o lado humano das pessoas vivas que teriam de ser acompanhadas e faria sentido nós, enquanto *media* português, enviar alguém para acompanhar as famílias, não havendo não havia uma clara mais-valia. No caso da Grécia, enviamos um jornalista que esteve lá uma semana, não esteve mais porque obviamente temos limitações de meios, mas já é a terceira vez desde que o *Observador* nasceu que enviamos um correspondente à Grécia. Portanto, isso também quer dizer alguma coisa.

Nas notícias em atualização ao minuto, no *Live blog* há mais que um jornalista acompanhar o caso?

R: Depende dos casos. No caso do acidente da *Germanwings* tivemos três e chegamos a ser seis, varia consoante os temas. No caso da Grécia, quando há cimeiras e no referendo tivemos

três pessoas. Ao fim do dia, temos apenas uma pessoa que está sempre acompanhar, tudo varia da intensidade da informação não só daquilo que está acontecer, como daquilo que é espectável que venha acontecer, à noite há sempre um menor fluxo informativo.

Nas notícias de última hora que são atualizadas em direto no *Live blog* existe uma barra cronológica de momentos chave/histórico de atualizações. Qual é o objetivo? (Instantaneidade em tempo real ou guiar o leitor?)

R: É guiar o leitor e dar-lhe acesso à informação mais importante sumariada, ou seja, ele se só quiser saber o que aconteceu mais importante, sabe que está ali a coisa mais importante que aconteceu nos últimos tempos dependendo do tempo que deixou de acompanhar o *Live blog* ou se ele chegou de repente e está acontecer uma coisa há cinco horas, ele sabe que aqueles são os pontos mais importantes são os pontos mais relevantes. Portanto, é uma maneira de mais uma vez, guiar o leitor para o que é mais importante para ele, de se poder manter informado se ele quiser apenas um pequeno sumário, aquele é o pequeno sumário. São os pontos-chave, são os pontos fundamentais.

A aplicação do jornal para dispositivos móveis tem uma ferramenta de alerta das notícias de última hora, qual é a vantagem?

R: A relação direta com o leitor é um ponto absolutamente fundamental. É algo em que todos os *media* estão a trabalhar, estão a desenvolver para serem capazes de estarem mais próximos e serem mais relevantes. Nós também estamos a trabalhar nisso, quando fizermos a melhoria da nossa *app* vamos trabalhar para melhorar a nossa capacidade. Fala-se muito de muitas coisas que se podem vir a fazer de sermos capazes, agora estou a falar dos *media* genericamente, dar informação geolocalizada. Repara, há um acidente importante em Lisboa que bloqueia todo o trânsito, um leitor do Porto não terá interesse nisto, mas os leitores de Lisboa à partida terão portanto, nós damos a informação apenas aos leitores de Lisboa informações relacionadas com o tempo e com o desporto que possam ser geridas pelo leitor em função daquilo que lhe interessa receber estamos a trabalhar nisso, todos os *media* estão a trabalhar nisso é algo que vai intensificar-se. Nós hoje recebemos uma ou duas notificações por dia do *Observador*, é previsível que no futuro qualquer *media* dê muito mais. Nós queremos ir ao encontro do leitor, cada vez mais nós temos mais consumo de informação a partir do *smartphone* que é um instrumento absolutamente fundamental no dia-a-dia e fundamental para consultar notícias, por isso, nós queremos estar lá de maneira mais relevante para o leitor, não queremos ser chatos, não queremos ser impositivos mas queremos dar informação, queremos que a pessoa saiba que o *Observador* é uma boa fonte informativa de referência e rápida.

Relativamente à participação dos leitores, como é promovida a interação?

R: No *Observador* nós tentamos promover a interação de todas as formas possíveis, para nós é absolutamente fundamental receber informação dos leitores. Eu diria que essa é um das características que definem o jornalismo online é a interação, é a possibilidade de contactar diariamente com o leitor. Eu recebo dez e-mails por dia em média de leitores, essa possibilidade esse contacto direto com o leitor, é uma mudança de paradigma tremenda face ao que habitualmente se passa no jornalismo tradicional, no jornalismo em papel ou mesmo televisivo. Para nós, é essencial receber o *feedback* do leitor receber a crítica, receber a correção, existe uma caixa no final de cada notícia, temos e-mails, temos o *Facebook* estamos atentos a todos os canais de comunicação que os leitores escolham para comunicar connosco. Queremos e precisamos de críticas sejam elas boas ou más, especialmente as más são elas que nos ajudam a melhorar.

A presença nas redes sociais representa mais proximidade e interatividade com os leitores? Tem dados sobre o número de leitores que chegam ao jornal através das redes sociais?

R: Sim, claro que sim as pessoas estão presentes nas redes sociais. Aliás, ainda hoje saiu um novo estudo da *View Research* no caso Americano que diz que metade dos americanos recebe notícias através do *Facebook* e do *Twitter*. Portanto, se nós não tivermos nas redes sociais estamos a perder uma faixa importante de leitores, não é o mesmo caso dos EUA, mas não é muito diferente. Nós queremos lá estar não só, porque os leitores lá estão, mas porque as redes sociais são uma boa maneira de disseminar informação. Temos todos os dados, em termos genéricos anda à volta de 45% tendência mensal. Estamos a falar de 95% de tráfego do *Facebook* isto números redondos 3% *Twitter* e 2% o resto.

Quais os temas mais partilhados? Sendo essas partilhas concretizada nas várias redes sociais consegue indicar em qual se regista o maior número?

R: É o *Facebook*. Varia muito, a atualidade determina muita coisa nós quando temos uma boa notícia seja ela de política, de economia, seja uma notícia internacional tudo o que seja atualidade é muito partilhado. Depois há notícias potencialmente virais que são digamos laterais à atualidade, uma notícia que tivemos recentemente que foi muito partilhada foi um trabalho que nós fizemos a partir de uma *hashtag* que se tornou moda nas redes sociais por causa da frase do primeiro-ministro quando saiu da cimeira sobre a Grécia que disse “por acaso foi ideia minha” surgiu um *hashtag* e foi uma notícia que fizemos pegando em alguns *tweets* relacionados com isso, é uma notícia lateral. E, depois há fenómenos locais, momentâneos como por exemplo a questão do Uber fizemos um artigo que também foi muito partilhado, varia muito em função da atualidade.

A informação de última hora é por norma disponibilizada nas redes sociais. Como vê a importância da relação entre essas plataformas e a instantaneidade?

R: Sim, o mais depressa possível. É essencial, a última hora quando sai um *push* sai também um *tweet* e sai também um *post* para o *Facebook*. São mais formas de consumir o mesmo quer dizer, é essencial que toda a informação viaje para todos os nossos canais de distribuição o mais depressa possível. Para o site, para a *app*, para as redes sociais em todos os sítios nós temos que estar presentes temos de enviar informação.

Ao recolher as notícias em análise constatou-se que o *Observador* refere, em determinados casos, outros meios de comunicação, em certas situações remete para esses jornais através de *links*. Qual o significado dessa prática para o jornal? Um complemento à instantaneidade?

R: O mais possível, é uma prática estrutural para nós. Quando começamos a preparar o *Observador*, percebemos que é algo que os jornais portugueses têm pouca tendência a fazer e achamos isso é eticamente errado. Nós não só não temos medo de dizer onde fomos buscar a informação original, como queremos que o leitor tenha acesso a ela, caso ele queira aprofundar aquilo que nós estamos a passar e não temos problema em dizer que fomos buscar informação seja à nossa concorrência, seja a um meio internacional, seja outro qualquer meio de comunicação. Não temos qualquer problema em levantar o véu ao modo como trabalhamos e achamos que jornais que fazem questão de ser pouco transparentes com o leitor, estão de certo modo a querer dissimular a forma como trabalham. Isso, parece-nos completamente errado, nós queremos dar ao leitor as ferramentas para ele aumentar o seu grau de literacia se isso implicar ele ir ao *The Guardian* ou à *Business Insider* ou à *BBC* melhor para todos nós.

Sendo um jornal recente e dadas as características do *Observador*, o que tem a dizer sobre o jornalismo em ambiente de rede?

R: Eu não conseguiria voltar a trabalhar daquela forma unívoca como trabalham os jornais que montam uma informação e, ser apenas um canal de comunicação da mesma forma para todos. O jornalismo em rede é a partilha de informação é o relacionamento, é nós termos noção que o nosso consumidor de informação também é um produtor de informação e que nos pode ser útil. E, se por acaso um dos nossos leitores estiver ali a passar na rua e houver um acidente, ele pega no telemóvel fotografa e pode enviar-nos essa informação, como já aconteceu. Portanto, o leitor é também produtor de informação e não só consumidor, isto é, o trabalho em rede é a noção que todos nós somos produtores de informação e todos nós somos consumidores. Eu enquanto produtor de informação o meu trabalho é não só, recolher as melhores informações como também saber analisar o modo como os leitores consomem informação para poder melhorar a informação que produzo para os servir melhor. O nosso objetivo é servir os leitores, quanto melhor nós formos capazes de os servir, ganhamos todos

e as métricas e informações que eles nos dão da forma como nos consultam é essencial, e isto só acontece porque existe uma rede. Só assim, é que nós podemos trabalhar, eu não consigo trabalhar de outra forma. Estamos a aumentar cada vez mais a comunicação com os leitores e os leitores estão a aumentar a comunicação connosco, tudo isto, são elementos fundamentais do jornalismo hoje. O online neste momento não é só um caminho inexorável, é o melhor caminho, a tecnologia é excelente para nós dá-nos ferramentas magníficas só temos de as aproveitar para fazer um trabalho melhor.

E, quais os balanços que faz relativamente à velocidade, verificação, interação e convergência profissional do jornal?

R: Em relação à velocidade temos estado bastante bem cada vez mais rápidos e temos conseguido fazer um equilíbrio bastante interessante entre velocidade e a profundidade. Portanto, em termos de velocidade estamos bastante satisfeitos. Em termos de verificação não estamos satisfeitos nem nunca estaremos basta ter havido meio erro para nos deixar insatisfeitos. Não estamos satisfeitos queremos sempre dar o máximo de informação credível vão sempre acontecer erros infelizmente, temos noção disso. Tentaremos sempre ser o mais rigorosos possível, mas satisfeitos nunca estaremos. Temos um excelente ambiente profissional estamos cada vez mais convergentes em termos de meios o fato de cada jornalista ter chegado à redação quando nós abrimos ter um *smatphone*, um computador portátil para trabalhar diz muito já das características que nós temos. E depois ter formação específica para produzir conteúdos e serem capazes de trabalhar gráficos, vídeos, fotografias, infografias etc. Tudo isso, e que nós temos integrado na redação não há melhor testemunho das notícias de convergência do que as notícias que produzimos e o modo como as fazemos. Estamos satisfeitos e queremos aprofundar ainda mais porque cada vez há mais ferramentas para nós trabalharmos queremos estar mais convergentes não só em termos de ferramentas, mas também na forma de chegar à informação. Os *webels* são claramente uma tendência que nós estamos acompanhar com atenção pois somos o primeiro meio de comunicação em Portugal a ter uma aplicação dedicada para *apple watch*. Vamos estar certamente atentos às novas tendências.

Anexo 4. Questões realizadas aos jornalistas da redação do *Observador*: Edgar Caetano, jornalista da área da economia

Perante informação tratada ao minuto como classifica a instantaneidade e o consecutivo aprofundamento da informação?

R: Acho que os leitores precisam de estar muito atualizados e o mais rapidamente possível, precisam do reverso da medalha dessa atualização que é, ter também momentos em que se pára e se explica às pessoas o que está acontecer, isto porque cada vez há mais jornais inclusive jornais online. É muito importante mas não pode ser a única coisa que existe. Um jornal que apenas dá atualizações imediatas por muito importantes que elas sejam é preciso depois complementar isso com momentos de reflexão sobre o que se está a passar, porque é isso que as pessoas precisam. A instantaneidade e o imediatismo são muito importantes e há hoje em dia ferramentas como nunca houve para conseguir fazer isso. Portanto, é muito importante mas é preciso que seja acompanhado pelo resto.

Como é acompanhar uma notícia de última hora cuja necessidade da atualização se prolonga durante dias?

R: Bem, tem que se perceber que quando está acontecer alguma coisa que está a ter desenvolvimentos muito rápidos e sucessivos precisa-se em primeiro lugar ver quais são as fontes da notícia. É muito importante perceber quais as fontes que se tem e como é que se lhes chega. Tem que se usar sistemas que existem hoje em dia como o *Twitter* que é muito importante, tem que se estar preparado para seguir todas as fontes que interessam. É muito importante definir desde logo as fontes, por outro lado, isto leva-nos a outro risco, ou seja, definir fontes acompanhá-las e conhece-las de forma profunda, essa é a primeira coisa. A segunda coisa, é ter em conta dois tipos de público. Há um público que está sempre a olhar para o *Live blog* e, tem que se perceber que também há público que está num comboio a ler, ou que esteve até agora numa consulta e quer perceber o que se passou. É preciso ter sempre noção do público. Quando é um acompanhamento ao minuto é importante perceber que há pessoas que estiveram a manhã toda a ler e vão estar pessoas a ler que ainda não sabem o que se passou porque até aterraram agora de avião. Diria que o mais importante é perceber que as pessoas estão a ler e precisam de contexto para a informação que se está a dar, e nem sempre é fácil. É preciso fazer-se um resumo, um ponto situação daquilo que se está a passar. Porque lá está, tem-se pessoas que estão a ler desde o início da manhã e tem-se pessoas que só começaram a ler agora e, tem que se satisfazer as duas.

Nesse tratamento em direto, quais os critérios usados na verificação da informação?

R: Já se falou um bocadinho. Tem que se ter olho, instinto perceber e ter discernimento. Quando aconteceu o ataque ao *Charli Hebdo*, eu não sigo pessoa no *Twitter* da polícia francesa, secalhar sigo todas as fontes de mercado há dez anos e mesmo de outras áreas e, a nossa fonte não é só o *Twitter* naturalmente. É muito importante conseguir rapidamente definir o que são fontes reais e quando se mete economia que é a minha área, é muito perigoso. Porque um rumor no *Twitter* pode fazer muita gente perder ou ganhar dinheiro.

Como vê o papel do profissional num ambiente dominado pela instantaneidade e também pela interatividade?

R: Em relação à instantaneidade é muito importante complementar a informação o mais rápido possível com textos que ajudem as pessoas a perceber o que está por trás das coisas, isso é o que distingue na verdade, porque deste a notícia primeiro. Mas o que distingue também, é fazer muita pesquisa ter alguém que veja se aquilo que se diz foi verdade se foi pouco verdade se foi muito verdade. É importante que depois se vá por trás das notícias fazer a verificação. Quanto à interatividade, isso tem a ver com as novas formas que existem de contar histórias às pessoas que também diferencia muito. Quem acha que já passou o tempo dos jornais em papel, como eu acho que já passou, o que conta não é o meio é a mensagem, mas nos dias de hoje quem não quer mentir a si próprio tem que perceber que as pessoas querem que lhes contem as histórias de uma forma diferente e, que aproveite todas as potencialidades da tecnologia.

Considera que os comentários dos leitores acrescentam novos dados às notícias?

R: Não só os comentários como os e-mails que enviam todos os dias. Os comentários menos, porque as pessoas percebem que vão escrever e que depois aquilo vai ser lido e, é muito importante para um jornal sobretudo online ter uma boa comunidade de opinião dos leitores. O *Observador* tem muita sorte nesse aspeto, porque temos um conjunto de pessoas que está ali e consegue discutir e isso acrescenta não só para nós jornalistas como acrescenta para os outros leitores que também ajuda a formarem a sua opinião a partir destes comentários. O que eu acrescentaria, é que também é muito útil é a interatividade entre leitor e jornalista que acontece todos os dias, eu faço uma peça e alguém me alerta, às vezes não interessa, mas outras vezes é um alerta muito válido e dá uma ideia para fazer uma peça diferente que para uma outra abordagem, isso acontece todos os dias.

Quando são feitas correções através dos comentários, qual o procedimento do jornal?

R: Se a notícia está errada corrige-se logo, diz-se que se corrigiu e agradece-se ao leitor. Eu dou uma gralha num texto, alguém me manda um e-mail, a primeira coisa que eu faço é dizer logo: “muito obrigado pela leitura atenta, o lapso foi corrigido”. Nós não somos perfeitos, ninguém é. Quanto à ideia de trabalhos isso faz parte da nossa reflexão pessoal e qualquer coisa que nos ajude nisso nós refletimos todos os dias. Eu leio os comentários todos das minhas notícias, ontem fiz uma notícia que teve 92 comentários e li-os todos portanto, se houvesse alguma coisa que me suscitasse curiosidade certamente eu iria ver na minha reflexão ter ideias para outros trabalhos e, outras abordagens pelo menos.

Como vê o papel das redes sociais na disponibilização da informação de última hora? Quais as vantagens subjacentes a essas plataformas?

R: Portanto, nós temos que conseguir descobrir maneiras de perceber como é que podemos tirar partido deles, aproveitar o que eles nos podem dar. Em concreto o que é que isso nos ajuda? Obviamente que temos a noção que o tráfego que chega através das redes sociais é muito assinalável para nós. Temos que ter dois cuidados: primeiro temos que imaginar como é que a nossa notícia vai ficar quando for partilhada no *Facebook* e vai-se querer que o texto chegue a muitas pessoas e as pessoas vão ter que ter vontade de sair do *Facebook* e entre no nosso site. Mais importante que os cliques é o tempo, ou seja, quanto tempo é que as pessoas estão realmente dentro do site, é igualmente muito importante que se faça um título que chame as pessoas. E a forma como se fazem os títulos está a mudar, tem que se fazer títulos com algum pormenor, tendo em conta não só nas redes sociais até mesmo dentro do próprio site no fundo é a mesma coisa, as pessoas tem de querer entrar mas, claro não se pode abusar.

O “explicador” é uma forma de abordagem ampla sobre um determinado tema. Como classifica esse tratamento?

R: É uma forma diferente de cumprir aquela necessidade que nós temos de não ficarmos apenas pelo imediatismo. Tem que se perceber que quando se está interessado em ter um jornal online neste caso, que é para ser lido pelas pessoas tem que se encontrar formas de explicar o que é que está em causa e às vezes são perguntas básicas. Eu já fiz um explicador sobre as regras do futebol americano; ou o que é que acontece quando a Grécia não paga a dívida ao FMI, o que é que acontece? As pessoas ficam com uma pequena ideia do que se passa. As pessoas tem que ser curiosas e se querem perceber melhor o que é que se passa, o explicador é uma forma ótima de lhes dar informação porque é esquematizado. Portanto, o explicador é uma forma inovadora, diferente, mais leve porque é em formato de perguntas não é um texto de 1500 caracteres e em muitas situações até é mais giro para as pessoas até

porque o nome convida. Onde alguém vais explicar com perguntas por pontos quais são as abordagens daquilo. Ou seja, temos que perceber que sem mais, as pessoas não vão querer perceber daquilo. Temos que convidar as pessoas a estudar e a ser uma sociedade mais informada, democrática e curiosa.

Anexo 5. Questões realizadas aos jornalistas da redação do *Observador*: Filomena Martins, Editora executiva da *home page* do jornal

Perante informação tratada ao minuto como classifica a instantaneidade e o consecutivo aprofundamento da informação?

R: Eu acho que é possível combinar as duas coisas. Em relação à instantaneidade houve um momento de viragem nos *media* tradicionais em que as notícias sobretudo, graças à internet e depois às redes sociais, em que a instantaneidade da informação passou a ser a única forma de chegar às pessoas. Ou seja, se eu der uma informação às pessoas imediatamente essa é a informação que elas consomem. A partir de um determinado momento isso tornou-se complicado e foi difícil de gerir para os gestores dos *media* a forma como se dava essa informação e essa informação depois não era confirmada nem sujeita a todas as regras do jornalismo, ou seja, era uma informação instantânea de consumo rápido que a maior parte das pessoas não entendia ou que usava como se fosse uma informação real. No entanto, isso obrigou os *media* a reagir, nem sempre da melhor forma no início, depois ajustando as coisas como elas aconteceram chegamos ao ponto de ter jornais como o *Observador* ou como outros da concorrência. E é aí em que as pessoas passaram a receber milhares de informações ao minuto na internet, as próprias pessoas e a inteligência dos leitores é muito importante sublinhar estes casos passou a fazer a sua seleção das notícias mais importantes. E aí, chegamos ao aprofundamento, ou seja, as pessoas hoje em dia já não querem apenas que lhes deem informação rápida, porque essa passou a ser um dado da vida normal. Agora, essa informação chega-nos de 30 em 30 segundos e chega por todas as formas e feitios. Aparece-nos a apitar no telemóvel, está a passar nos rodapés da televisão, passou na rádio do carro está nas corporate Tv dos centros de saúde, dos bancos em todo o lado. A partir dessa informação que toda a gente tem, as pessoas começaram a procurar informação mais trabalhada, mais pensada mais “mastigada”. Eu não me interessa explicar apenas que a Grécia chegou a um acordo com a União Europeia para um novo resgate, eu preciso de explicar às pessoas como é que se chegou a esse acordo, o que é que esse acordo implica; o que é que ele tem de mau e de bom para a Grécia e para a Europa; quem foram as pessoas que intervieram para que o acordo chegasse; o que foi possível e quanto tempo passou para isso; quias são as condições de resgate; e que marcas vão ficar na Europa. Ou seja, não posso dizer só às pessoas houve um acordo, mas preciso dizer que acordo é este, essa é a informação acrescida que se pode dar às pessoas. É isso que se chama aprofundar as notícias e, é isso que as pessoas estão neste momento à procura para terem todos os dados que lhes permita formar opinião, algumas para terem já opinião formada com a qual possam concordar ou discordar, ou seja, alguma coisa que as ajude a pensar.

Portanto, hoje os leitores já são mais exigentes, ou seja, tem de haver um complemento tanto da parte dos meios de comunicação como da parte dos leitores?

R: É preciso cada vez mais responder a essa exigência dos leitores. Porquê? Porque como a informação é global chega a toda a gente. Eu vou-lhe dar um caso pessoal, que é o meu próprio. Sempre consumi muita informação e continuo a consumir, significa que eu num dia normal de trabalho, quando chego ao *Observador*, de manhã quando me levantei liguei a televisão e vi algumas notícias, provavelmente passei pelo telemóvel e abri alguns sites de informação, logo abri as redes sociais portanto, já cheguei a mais informação; vim no carro para o trabalho e provavelmente já ouvi os noticiários da manhã; na pior das hipóteses até parei num café qualquer e li um jornal em papel. Ou seja, a informação é de tal ordem, que o jornal que eu vier a ler mais tarde, não quero que me digam apenas aquilo que eu já sei. Ou seja, a exigência de um leitor como eu por exemplo, é óbvio que não é em toda a população, mas a maior parte é. Até porque a maior parte das pessoas tem interesses específicos. Portanto, sim a exigência dos leitores é cada vez mais porque a informação é cada vez mais e, mais global e obriga a que os meios atuais e instantâneos, como é o caso do *Observador*, tenham de pensar muito bem que não interessa dar apenas informação por informação. A informação tem de ser trabalhada, tem de ser pensada e mais tem de acrescentar alguma coisa.

Como é acompanhar uma notícia de última hora cuja necessidade da informação se prolonga durante dias?

R: Há muitas formas de acompanhar uma notícia, depende da importância dela depende da decisão e nem todas as decisões são boas. Neste caso concreto, muitas vezes quando olhamos para trás pensamos no que fizemos sobre uma determinada notícia, dizemos olha se tivéssemos feito assim, teria sido muito melhor. No momento é preciso agir e às vezes, é preciso agir rapidamente, depende. Vou ao desporto: o Jesus vai para o Sporting é uma notícia que interessa muito em Portugal, o futebol move muitos ânimos e muitas paixões é uma notícia que é preciso dar e agir sobre ela. A nossa lógica no *Observador* é, dá-se a notícia e deixa-se a notícia em atualização, ou seja, a notícia está ali pode haver um *push* se a informação for considerada relevante é enviada imediatamente em *push* em informação de última hora e a partir dali começa-se a trabalhar sobre aquela informação.

Como vê o papel do profissional num ambiente dominado pela instantaneidade e também pela interatividade?

R: É preciso pensar muito, estar sempre de cabeça fria e não nos deixarmos levar pela loucura, nem pelo *stress* diário que é a informação. Muitas vezes é preciso alguém começar a gritar “olha o Jesus vai assinar pelo Sporting, olha os Gregos já chegaram a acordo” é preciso estar lá com dez olhos e perceber que a informação é mesmo fidedigna. É preciso ter cabeça

fria e uma agilidade metal tremenda, porque as coisas exigem muita rapidez estamos num mundo em que a velocidade é tudo. Mas, também dar três notícias erradas consecutivas perdeu-se a credibilidade. Portanto, é preciso jogar um equilíbrio difícil nos tempos que correm entre o que é realente verdadeiro. As vezes, vale mais perder uma boa notícia do que perder a credibilidade.

Considera que os comentários dos leitores acrescentam novos dados às notícias?

R: Vivemos numa sociedade democrática portanto, nunca me passaria pela cabeça censurar leitores. Já tive esta discussão com muita gente, a maior parte deles são jornalistas defendem muito que podem escrever aquilo que entendem nas redes sociais e nas notícias mas, depois não aceitam que os leitores os critiquem ou que tenham a sua opinião. Os leitores têm opinião, tem direito a ela, vivemos numa sociedade democrática é óbvio que não podem ofender e isso tem de ser muito bem verificado. Infelizmente, muitos leitores partem para a ofensa pura, sem nenhuma lógica. Em relação à opinião, faz parte da informação muitos leitores do *Observador* ajudam-nos a corrigir para melhor as peças e chamam-nos à atenção para pontos de vista que nós às vezes, não estávamos tão despertos.

Quando são feitas correções através dos comentários, qual o procedimento do jornal?

R: A nossa filosofia com os leitores que nos corrigem ou que nos chamam à atenção é responder pessoalmente, ou seja, todos os jornalistas no *Observador* tem um e-mail e quem escrever uma notícia fica a partir dali a receber todos os comentários no seu e-mail, ou seja, todos os comentários que eu escreva sobre a notícia X veem parar ao meu e-mail. E a ordem chamemos-lhe assim, é que para todos os comentários que exijam uma resposta ou uma interação o jornalista interage diretamente com o leitor. Ou seja, o jornalista diz muito obrigada a informação vai ser corrigida, muito obrigada vamos procurar investigar o que nos está a dizer, ou agradecemos o seu contributo mas olhe que não tem razão, tudo isto é feito. E, quando não é feito pelo próprio jornalista a equipa que temos a trabalhar nas redes sociais também gere dessa mesma forma os comentários dos leitores nas redes sociais.

Como vê o papel das redes sociais na disponibilização da informação de última hora? Quais as vantagens subjacentes a estas plataformas?

R: Na divulgação da informação de última hora são como a “montra dos bolos”. É isso, as pessoas tem sempre na montra os melhores produtos e normalmente são sempre os mais bonitinhos que lá estão. E estão trabalhados de uma forma a dizer “entrem por favor, venham consumir aqui”, é assim que se faz nas redes sociais, tenta-se promover o produto que está lá dentro. E o promover, é óbvio que se pusermos lá um assassinio em massa as pessoas estão sempre muito mais à procura de sangue, mas é sempre possível cativar as pessoas para a

informação mesmo a considerada mais chata que possamos ter, é sempre possível cativar. Portanto, as redes sociais hoje são fundamentais para as pessoas acederem aos sites e depois ficarem como leitores se a informação for boa, eles ficam.

O “Explicador” é uma forma de abordagem ampla sobre um determinado tema. Como classifica esse tratamento?

R: É uma ferramenta que muitos jornais internacionais usam. É informação que é muito difícil de condensar num texto, ou seja, tornar-se-ia um texto denso e aborrecido. Sendo que a maior parte das pessoas tem perguntas sobre um caso. Que acordo é este? Quem concorda com ele quem não concorda? Como é que se chegou até aqui? Explicar num texto podia mas, a informação não era tão fácil. Porque aquilo o explicador oferece em formato de dez perguntas/respostas serve para perceber tudo o que se passou. Portanto, para quê estar a dar informação densa. Assim, a informação mais condensada apresenta-se simples e direta de forma a explicar às pessoas coisas que, às vezes, não são tão diretas nem tão simples.

Anexo 6. Tabela: Na notícia é indicado o horário da publicação?

			Sim	Total
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	23
		Percentagem %	28,0%	28,0%
	TAP	Contagem	24	24
		Percentagem %	29,3%	29,3%
	Queda avião	Contagem	35	35
		Percentagem %	42,7%	42,7%
Total		Contagem	82	82
		Percentagem %	100,0%	100,0%

Anexo 7. Tabela: *Links* com Recurso à memória, através de ligações que remetem para “artigos relacionados” ou outra informação do próprio jornal?

			Não	Sim	Total
Nome do caso	Grécia	Contagem	3	20	23
		Percentagem%	13,0%	87,0%	100,0%
	TAP	Contagem	5	19	24
		Percentagem%	20,8%	79,2%	100,0%
	Queda avião	Contagem	11	24	35
		Percentagem%	31,4%	68,6%	100,0%
Total		Contagem	19	63	82
		Percentagem%	23,2%	76,8%	100,0%

Anexo 8. Tabela: Recurso ao hipertexto através de *links* para outras páginas

			Links para outras páginas?		Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	16	7	23
		Percentagem %	69,6%	30,4%	100,0%
	TAP	Contagem	21	3	24
		Percentagem %	87,5%	12,5%	100,0%
	Queda avião	Contagem	12	23	35
		Percentagem %	34,3%	65,7%	100,0%
Total		Contagem	49	33	82
		Percentagem %	59,8%	40,2%	100,0%

Anexo 9. Tabela: Recurso à memória através *links* aparecem incorporados na notícia?

			Links aparecem incorporados na notícia?		Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	15	8	23
		Percentagem %	65,2%	34,8%	100,0%
	TAP	Contagem	18	6	24
		Percentagem %	75,0%	25,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	11	24	35
		Percentagem %	31,4%	68,6%	100,0%
Total		Contagem	44	38	82
		Percentagem %	53,7%	46,3%	100,0%

Anexo 10. Tabela: Recurso à memória os *links* aparecem noutra espaço?

			Links aparecem noutra espaço?		Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	4	19	23
		Percentagem %	17,4%	82,6%	100,0%
	TAP	Contagem	7	17	24
		Percentagem %	29,2%	70,8%	100,0%
	Queda avião	Contagem	13	22	35
		Percentagem %	37,1%	62,9%	100,0%
Total		Contagem	24	58	82
		Percentagem %	29,3%	70,7%	100,0%

Anexo 11. Tabela: A notícia apresenta elementos multimédia/hipermédia (fotos, vídeos, áudio, infografias, etc)?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	0	23	23
		Percentagem %	0,0%	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	2	22	24
		Percentagem %	8,3%	91,7%	100,0%
	Queda avião	Contagem	2	33	35
		Percentagem %	5,7%	94,3%	100,0%
Total		Contagem	4	78	82
		Percentagem %	4,9%	95,1%	100,0%

Anexo 12. Tabela: Quantidade de elementos: (*links, fotos, vídeos, infografias etc*).

		0	1	2	3	4	5	6	7	9	10	21	45	Total
Nome do caso	Grécia	0	0	4	9	6	2	0	0	1	1	0	0	82
	Contagem	0,0%	0,0%	17,4%	39,1%	26,1%	8,7%	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%	0,0%	0,0%	100,0%
TAP	Contagem	2	4	0	6	10	2	0	0	0	0	0	0	24
	Percentagem %	8,3%	16,7%	0,0%	25,0%	41,7%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Queda avião	Contagem	2	3	7	8	5	1	5	1	1	0	1	1	35
	Percentagem %	5,7%	8,6%	20,0%	22,9%	14,3%	2,9%	14,3%	2,9%	2,9%	0,0%	2,9%	2,9%	100,0%
Total	Contagem	4	7	11	23	21	5	5	1	2	1	1	1	82
	Percentagem %	4,9%	8,5%	13,4%	28,0%	25,6%	6,1%	6,1%	1,2%	2,4%	1,2%	1,2%	1,2%	100,0%

Anexo 13. Tabela - Links.

		Links									Total
		0	1	2	3	4	5	6	9	10	
Nome do caso	Grécia	0 0,0%	0 0,0%	4 17,4%	10 43,5%	6 26,1%	1 4,3%	0 0,0%	2 8,7%	0 0,0%	23 100,0%
	TAP	2 8,3%	4 16,7%	0 0,0%	6 25,0%	11 45,8%	1 4,2%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	24 100,0%
Queda avião	Contagem	3 8,6%	3 8,6%	10 28,6%	12 34,3%	3 8,6%	2 5,7%	1 2,9%	0 0,0%	1 2,9%	35 100,0%
	Percentagem %										
Total	Contagem	5 6,1%	7 8,5%	14 17,1%	28 34,1%	20 24,4%	4 4,9%	1 1,2%	2 2,4%	1 1,2%	82 100,0%
	Percentagem %										

Anexo 14. Tabela: elemento multimédia - Fotos.

		Fotos							Total
		0	1	2	3	4	12	16	
Nome do Grécia caso	Contagem	22	1	0	0	0	0	0	23
	Percentage m %	95,7%	4,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	
TAP	Contagem	24	0	0	0	0	0	0	24
	Percentage m %	100,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	
Queda avião	Contagem	29	0	1	2	1	1	1	35
	Percentage m %	82,9%	0,0 %	2,9 %	5,7 %	2,9 %	2,9 %	2,9 %	
Total	Contagem	75	1	1	2	1	1	1	82
	Percentage m %	91,5%	1,2 %	1,2 %	2,4 %	1,2 %	1,2 %	1,2 %	

Anexo 15. Tabela: Elementos multimédia - Vídeos.

			Vídeos				Total
			0	1	2	5	
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	0	0	0	23
		Percentagem %	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	TAP	Contagem	23	1	0	0	24
		Percentagem %	95,8%	4,2%	0,0%	0,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	29	3	2	1	35
		Percentagem %	82,9%	8,6%	5,7%	2,9%	100,0%
Total		Contagem	75	4	2	1	82
		Percentagem %	91,5%	4,9%	2,4%	1,2%	100,0%

Anexo 16. Tabela número de elementos - Áudio.

		Áudio		Total	
		0	1		
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	0	23
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
TAP		Contagem	24	0	24
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
Queda avião		Contagem	34	1	35
		Percentagem %	97,1%	2,9%	100,0%
Total		Contagem	81	1	82
		Percentagem %	98,8%	1,2%	100,0%

Anexo 17. Tabela: Elementos multimédia - Infografias.

		Infografias			Total	
		0	1	3		
Nome do caso	Grécia	Contagem	22	1	0	23
		Percentagem %	95,7%	4,3%	0,0%	100,0%
TAP		Contagem	24	0	0	24
		Percentagem %	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Queda avião		Contagem	29	5	1	35
		Percentagem %	82,9%	14,3%	2,9%	100,0%
Total		Contagem	75	6	1	82
		Percentagem %	91,5%	7,3%	1,2%	100,0%

Anexo 18. Tabela: Elementos multimédia - Gráficos.

			Gráficos				Total
			0	1	2	9	
Nome do caso	Grécia	Contagem	22	1	0	0	23
		Percentagem %	95,7%	4,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	TAP	Contagem	24	0	0	0	24
		Percentagem %	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	31	2	1	1	35
		Percentagem %	88,6%	5,7%	2,9%	2,9%	100,0%
Total		Contagem	77	3	1	1	82
		Percentagem %	93,9%	3,7%	1,2%	1,2%	100,0%

Anexo 19. Tabela: Existe espaço para comentários dos leitores na notícia?

			Espaço para comentários dos leitores da notícia?		Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	3	20	23
		Percentagem %	13,0%	87,0%	100,0%
	TAP	Contagem	0	24	24
		Percentagem %	0,0%	100,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	4	31	35
		Percentagem %	11,4%	88,6%	100,0%
Total		Contagem	7	75	82
		Percentagem %	8,5%	91,5%	100,0%

Anexo 20. Tabela: Os leitores acrescentam alguma informação sobre os casos através dos comentários?

			Não	Total
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	23
		Percentagem %	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	24	24
		Percentagem %	100,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	35	35
		Percentagem %	100,0%	100,0%
Total		Contagem	82	82
		Percentagem %	100,0%	100,0%

Anexo 21. Tabela: Os leitores fazem alguma referência a possíveis erros na notícia?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	0	23
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
	TAP	Contagem	24	0	24
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	34	1	35
		Percentagem %	97,1%	2,9%	100,0%
Total		Contagem	81	1	82
		Percentagem %	98,8%	1,2%	100,0%

Anexo 22. Tabela: Se (sim), na resposta anterior, os jornalistas corrigem e assinalam posteriormente a informação?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	0	23
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
	TAP	Contagem	24	0	24
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	34	1	35
		Percentagem %	97,1%	2,9%	100,0%
Total		Contagem	81	1	82
		Percentagem %	98,8%	1,2%	100,0%

Anexo 23. Tabela: Existe interação entre jornalistas e os leitores no espaço para os comentários da notícia?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	0	23
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
	TAP	Contagem	24	0	24
		Percentagem %	100,0%	0,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	34	1	35
		Percentagem %	97,1%	2,9%	100,0%
Total		Contagem	81	1	82
		Percentagem %	98,8%	1,2%	100,0%

Anexo 24. Tabela: A notícia é partilhada pelos leitores?

			Número de respostas		Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	12	11	23
		Percentagem %	52,2%	47,8%	100,0%
	TAP	Contagem	11	13	24
		Percentagem %	45,8%	54,2%	100,0%
	Queda avião	Contagem	16	19	35
		Percentagem %	45,7%	54,3%	100,0%
Total		Contagem	39	43	82
		Percentagem %	47,6%	52,4%	100,0%

Anexo 25. Tabela: Número de partilhas da notícia

			Número de partilhas da notícia pelos leitores?		
			Entre 0 e 100	Entre 101 e 500	Mais de 500
Nome do caso	Grécia	Contagem	12	9	2
		Percentagem %	52,2%	39,1%	8,7%
	TAP	Contagem	11	7	6
		Percentagem %	45,8%	29,2%	25,0%
	Queda avião	Contagem	16	15	4
		Percentagem %	45,7%	42,9%	11,4%
Total		Contagem	39	31	12
		Percentagem %	47,6%	37,8%	14,6%

Anexo 26. Tabela: O fluxo da Informação (atualização) possibilita um aprofundamento do tema?

			Sim	Total
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	23
		Percentagem %	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	24	24
		Percentagem %	100,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	35	35
		Percentagem %	100,0%	100,0%
Total		Contagem	82	82
		Percentagem %	100,0%	100,0%

Anexo 27. Tabela: A informação apresenta dados novos sobre o caso a ser tratado?

			A informação apresenta dados novos sobre o caso a ser tratado?	Total
			Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	23	23
		Percentagem %	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	24	24
		Percentagem %	100,0%	100,0%
	Queda avião	Contagem	35	35
		Percentagem %	100,0%	100,0%
Total		Contagem	82	82
		Percentagem %	100,0%	100,0%

Anexo 28. Tabela: Em caso da notícia apresentar hipertexto, este enriquece a informação?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	0	23	23
		Percentagem %	0,0%	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	2	22	24
		Percentagem %	8,3%	91,7%	100,0%
	Queda avião	Contagem	1	34	35
		Percentagem %	2,9%	97,1%	100,0%
Total		Contagem	3	79	82
		Percentagem %	3,7%	96,3%	100,0%

Anexo 29. Tabela: A notícia foi disponibilizada no *Facebook*?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	0	23	23
		Percentagem %	0,0%	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	7	17	24
		Percentagem %	29,2%	70,8%	100,0%
	Queda avião	Contagem	6	29	35
		Percentagem %	17,1%	82,9%	100,0%
Total		Contagem	13	69	82
		Percentagem %	15,9%	84,1%	100,0%

Anexo 30. Tabela: A notícia foi disponibilizada no *Twitter*?

					Total
			Não	Sim	
Nome do caso	Grécia	Contagem	0	23	23
		Percentagem %	0,0%	100,0%	100,0%
	TAP	Contagem	7	17	24
		Percentagem %	29,2%	70,8%	100,0%
	Queda avião	Contagem	6	29	35
		Percentagem %	17,1%	82,9%	100,0%
Total		Contagem	13	69	82
		Percentagem %	15,9%	84,1%	100,0%