

Jornalismo Multimídia e a Construção da Notícia em Tempo Real: Cobertura Digital do Concurso Rainha das Rainhas¹

Márcia Mendes de SOUSA²
Arcângela SENA³
Faculdade Estácio do Pará (Fap), Belém, PA.

RESUMO

As ferramentas tecnológicas e as mídias digitais modificaram o fazer jornalístico e o modo de produção da notícia. Nesse contexto, este artigo se propõe a discutir a narrativa multimídia a partir da cobertura digital do concurso paraense Rainha das Rainhas (RR) 2016, que existe há 71 anos, sob o comando das Organizações Romulo Maiorana. O RR é um dos mais antigos e tradicionais concursos de fantasia e beleza do Pará e da região Norte, que entrou para a era digital no ano de 2010. Desde então, a cobertura jornalística do concurso se reformulou e passou a ser feita em tempo real (e de forma interativa) através das mídias digitais. A proposta do trabalho é mostrar as mudanças de paradigma da cobertura jornalística a partir do RR e evidenciar as características da narrativa digital, tendo como base autores como Polyana Ferrari, Manuel Castells e J. B Pinho.

PALAVRAS-CHAVE: Multimídia; Conteúdos Digitais; Ciberespaço; Notícias On-lines.

CONCURSO RAINHA DAS RAINHAS

Criado em 1947, o Rainha das Rainhas (RR) é um concurso paraense de beleza e fantasia que ocorre na semana que antecede ao Carnaval e coroa a soberana da festa, que reina durante o ano. Era coordenado pela antiga Folha do Norte, que mais tarde foi adquirida pelo então grupo O Liberal . Considerado o concurso de beleza mais antigo do Brasil, já que o Miss Brasil só foi criado oficialmente em 1954, o RR só foi realizado pelas Organizações Romulo Maiorana (ORM) a partir do ano de 1973, depois que o empresário Romulo Maiorana decidiu fechar a Folha do Norte e passou a realizar o concurso pelo jornal O Liberal. Iniciava uma tradição que completou 71 anos em 2017.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 24 a 26 de maio de 2017.

² Graduada do Curso de Jornalismo da Faculdade Estácio do Pará, e-mail: marciamendesjornalismo@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela UFPA e coordenadora do curso de Comunicação Social da Faculdade Estácio Fap, e-mail: arcangela.sena@estacio.br

O concurso viveu a era da TV e sua cobertura, desde as primeiras décadas, era feita por meio das mídias tradicionais dos veículos de comunicação das ORM. O jornal impresso e a televisão eram as principais mídias durante meio século do Rainha das Rainhas. Só em 2009 a transmissão passou a ser feita pela ORM Cabo e pela internet, exclusivamente pelo Portal ORM News – site de notícias do grupo.

No entanto, com as mídias digitais, a sociedade mudou e a forma de se comunicar também. O concurso de fantasias percebeu essa mudança e entrou na era digital em 2010. Desde então o Rainha das Rainhas conta com cobertura jornalística feita através das principais mídias digitais: Facebook, Instagram e Twitter, além do Portal ORM News. Em meio a uma sociedade conectada, o concurso se reformulou e começou a atuar nas redes sociais. O RR ganhou transmissão em tempo real por diferentes mídias e plataforma, por meio da internet - o que aumentou o alcance do público. Neste artigo vamos nos deter somente à plataforma de Instagram e mostrar como ela esteve relacionada ao evento RR e o engajamento que teve com os internautas.

Cobertura em tempo real junto às mídias digitais

A agência Quarta Tela Ações Interativas, responsável pelo trabalho do concurso nas redes sociais, levou para milhares de internautas os melhores momentos do concurso, através de jornalistas especializados e ainda seis web comentaristas convidados para divulgar informações do dia do evento, desde os bastidores, até as torcidas, jurados e apresentadores. A proposta da cobertura on-line alcançou paraenses e conhecedores do concurso de diversos países, que através da internet, puderam ficar por dentro e acompanhar cada detalhe do desfile e da disputa das rainhas em tempo real. A coordenadora das mídias sociais da Quarta Tela Ações Interativas, Aline Freitas, explica que a cobertura digital foi intensificada em 2011 com a web comentaristas convidados, que aproximam os internautas dos detalhes do concurso e ajudaram a levar o alcance do evento ainda mais longe. "Esses profissionais nos ajudam no desafio que é cobrir um dos mais importantes e antigos concursos de beleza e fantasia do mundo. O objetivo é fazer com que profissionais *'heavy users'* de tecnologia, isto é, que dedicam grande parte do seu tempo diário a longas navegações na web, aproximem o concurso

da geração Y e Z que são pessoas extremamente conectadas à rede e, assim, fazer com que mais pessoas se tornem apaixonadas por esse evento", explica Aline.

No artigo foi utilizada pesquisa bibliográfica e de observação, ao avaliar a cobertura digital do RR no Instagram e buscar autores referências no jornalismo multimídia para embasamento teórico. No primeiro momento falaremos da importância da internet e de suas características e diferenciações das mídias tradicionais. Depois vamos observar a cobertura do concurso feita por meio do aplicativo de fotografias. Por último, com base em autores como Polyana Ferrari, Manuel Castells e J. B Pinho, compreender mais sobre esse novo paradigma do jornalismo e conhecer mais acerca da narrativa digital.

Para começar a discussão sobre o novo paradigma na cobertura jornalística é importante entender as características da internet como mídia, que são abordadas por J. B. Pinho, em seu livro "Jornalismo na Internet" (2003). O autor explica que a rede mundial é um meio de comunicação em constante crescimento, dispendo de canais de notícias e incontáveis blogs e outras páginas de informação, entretenimento, serviços e negócios, tudo disponível no mundo virtual em apenas um clique do internauta. Pinho enfatiza em sua obra que a internet é uma ferramenta de comunicação distinta dos meios de comunicação tradicionais, como a televisão, o rádio e jornal impresso. Entre os aspectos que diferenciam a rede dos demais veículos estão a não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custo de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade e acessibilidade e receptor ativo. Uma característica destacada pelo autor é a não-linearidade do conteúdo digital. Isso quer dizer que através do hipertexto e *hiperlink* o internauta se movimenta mediante as estruturas de informação de determinado site sem seguir, necessariamente, uma sequência pré-determinada.

A principal característica do hipertexto, segundo Pinho (2003), é a sua maneira natural de processar a informação, funcionando de maneira parecida com a mente humana, que trabalha por associações de ideias e não recebe a informação linearmente. O internauta, exemplifica o autor, que navega por páginas das notícias sobre o Rainha das Rainhas, por exemplo, vai acumulando conhecimento segundo o seu interesse e até se satisfazer. A não-linearidade da informação exige que o redator do texto utilize meios de antecipar o motivo pelo qual o usuário está visitando aquele site. Portanto, conclui Pinho, isso implica desde um conteúdo de qualidade até a navegação apropriada.

Entre as características da cobertura jornalística via Instagram do RR 2016 estiveram a fisiologia da notícia e a instantaneidade, dois pontos destacados por Pinho. A fisiologia se refere ao formato do conteúdo da internet. Como a tela do computador afeta a visão humana diferente do suporte papel, o texto para a web sofre modificações. Segundo estudo conduzido em 1997 pela *Sun Microsystems*, citado no livro de Pinho, o internauta lê mais devagar na tela do monitor, e assim, a recomendação é que o texto preparado para a internet seja cerca de 50% mais curto do que o escrito para o papel. Na internet, no entanto, as informações são transmitidas quase que instantaneamente. Pinho diz que o meio digital é rápido e abrangente, e pode transferir a mensagem, com som, cor e movimento, para qualquer parte do mundo.

A internet permite diversas formas de interatividade nas suas aplicações. Os grupos de discussão, por exemplo, já têm embutido em seu propósito a interação entre os participantes de um grupo com interesse focado em um assunto específico de interesse. A interatividade da rede mundial é muito valiosa para os que queiram dirigir mensagens e informações específicas para públicos de interesse. Na internet a organização não está falando para uma pessoa, mas sim conversando com ela. (PINHO, 2003, p.54)

Desse modo, o autor conclui que o receptor sai da condição passiva, em que só recebia informação, para ativo, pois produz conteúdo e opina mediante aos fatos. As mídias tradicionais que transmitiram exclusivamente o concurso Rainha das Rainhas durante mais de 50 anos, informavam em via de mão única, com a cobertura na internet, os telespectadores podem participar/opinar/contribuir com a notícia. Pinho destaca mais um aspecto da internet, o custo de produção e de veiculação. O autor frisa que a internet tem um custo baixo, se comparado com a mídia impressa.

Instagram

A cobertura hipermediática do Rainha das Rainhas 2016 foi feita através de narrativas multimídias, como Twitter, Facebook, Instagram e Portal ORM News, além das mídias tradicionais: TV, jornal impresso e rádio. As mídias estavam sincronizadas e a maioria divulgava todos os detalhes do evento em tempo real. Na página oficial do concurso no Instagram (@rainhasorm), objeto de estudo deste artigo, o concurso possui uma página

que é atualizada durante todo o ano, mas intensifica na época do concurso – ver imagem 1. O perfil do RR possui 3180 seguidores. Na página é possível ver fotografias e vídeos sobre o concurso.



Figura 1 - Perfil oficial do Instagram do concurso Rainhas das Rainhas

Na cobertura digital da 70ª edição feita por meio do Instagram, a equipe postava em primeira mão as novas candidatas apresentadas no concurso. Os seguidores tinham um canal mais informal para se informarem sobre as programações das rainhas, dos bastidores e também saber o que saiu nas demais mídias sobre o concurso. As notícias eram publicadas em tempo real, em textos curtos e informativos. As candidatas eram divulgadas no mesmo instante em que eram apresentadas pelos clubes, o que levou os internautas ficarem sempre atualizados das novidades do concurso, com fotografias e vídeos.



Figura 2 – Postagem no Instagram do RR da candidata de 2016 Pâmela Pinheiro

Todas as candidatas do RR 2016 foram divulgadas no mesmo dia por meio de fotos e vídeos no Instagram. Isso mostra a instantaneidade que a internet possibilita. Se antes os paraenses só tinham conhecimento através da televisão, rádio e jornal, com as redes sociais agora é possível estar conectado com o concurso em qualquer lugar, basto ter um celular em mãos. Isso faz com que o alcance do concurso aumente para um nível global. Abaixo mais um exemplo, na imagem 3.



Figura 3 – Postagem no Instagram do RR da candidata de 2016 Victória Pinto

Os vídeos publicados no Instagram também obtiveram grande repercussão. Observamos que o número de curtidas era bem maior que as fotografias postadas. Na cobertura digital do concurso, as apresentações que eram divulgadas na hora do RR tinham mais de mil visualizações cada um. O vídeo da rainha do carnaval paraense 2016 bateu recorde com mais de duas mil pessoas que assistiram o momento mais importante da noite. Nas imagens 4 e 5 podemos ver duas postagens:



Figura 4 - Vídeo de uma das apresentações de uma candidata ao RR 2016



Figura 5 – Vídeo postado no Instagram do concurso mostrando o momento do anúncio da vencedora do Rainha da Rainhas 2016

Com base nas mudanças do concurso Rainhas das Rainhas, provocadas pelas novas tecnologias da informação, compreende-se que surgiu um novo campo de trabalho para os jornalistas: as mídias digitais. No livro "Jornalismo Digital", a autora Pollyana Ferrari analisa o mercado de comunicação atual após a internet ter se transformado em um meio efervescente de informação. A autora fala das novas habilidades exigidas pelos profissionais da notícia, assim como as infinitas possibilidades de atuação no meio digital. Ferrari afirma que contextualizar a informação e saber criar hierarquias de importância da notícia são as peças fundamentais desse quebra-cabeça digital. Ela acredita que ser rápido no raciocínio e ter o conceito de instantaneidade ajudam na questão do fechamento contínuo – Pollyana ressalta ainda que uma das características do internet é a possibilidade de atualização constante.

Segundo Ferrari (2003), novas habilidades são exigidas para um profissional de comunicação. Por isso é fundamental "ter familiaridade com o computador, com o software de tratamento de imagem, aplicativos e ser usuários assíduos da web". É preciso também, na avaliação da autora, ter uma boa bagagem histórica, pois sem ela não é possível fazer reportagens multimídia. De acordo com Pollyana, um site ou um produto voltado para a internet só será bem-sucedido se levar em consideração características específicas do meio. A autora explica que é preciso preparar informações sob medida para o leitor web.

Não basta ter uma boa reportagem na mão para achar que ela fará sucesso na *home page*, é preciso saber onde publicar e em que horário. Aliás, para descobrir em que área devemos publicar cada tipo de material surgiu a arquitetura da informação. Um sistema de informação consistente e funcional, que permita ao usuário saber onde está, para onde ir, o que fazer e, é claro, se interessar em voltar ao endereço clicado, é um grande quebra cabeça. Nada na internet é aleatório ou desprovido de intenção - ao menos não deveria ser. Precisamos saber exatamente o porquê de determinado canal ou seção estar disposto naquele espaço geográfico da tela. (FERRARI, 2003, p. 75)

Nesse sentido, a autora deixa claro que a experiência do internauta no site ou página virtual deve ser satisfatória e, se possível, surpreendente. Afinal, na web os internautas controlam praticamente tudo. Outro ponto que a Pollyana leva em consideração é na necessidade de criar novas maneiras de contar uma história. Na mídia digital, ela explica que há diversos recursos que podem ajudar a prender a atenção do

usuário. Afinal, a web permite ao usuário decidir em que ordem quer ler ou apenas visitar um site. Sendo Pollyana, isso faz com que os jornalistas busquem outras formas de narrar uma notícia, diferente dos parágrafos de textos. Já no caso de histórias longas, avalia a pesquisadora, o profissional pode optar por um índice. Isso exigiria que o conteúdo fosse escrito como capítulos, com notas curtas e poderia ser separada por boxes. A autora exemplifica que "cada capítulo deveria começar com um gancho e terminar deixando o leitor curioso sobre outros temas de um mesmo assunto".

Jornalismo multimídia

A transformação na forma de noticiar o concurso paraense Rainhas das Rainhas, depois de mais de meio século tendo cobertura jornalística massiva nas mídias tradicionais, mostra que o jornalismo caminha com a sociedade. Portanto, se a maneira de se comunicar muda, o jornalismo também. O jornalismo multimídia, visto sob a ótica do empreendimento empresarial, cuja atividade-fim é a disseminação da informação, é avaliada por Pollyana Ferrari como um tipo de empresa quase que totalmente envolvida com o segmento tecnológico e as novas Tecnologias da Informação (TI). Para a autora, o fazer jornalístico está em transformação devido as novas tecnologias da informação e suas subdivisões com softwares cada vez mais modernos e capazes de automatizar o dia a dia de uma redação digital. Ela indaga as mudanças na rotina do ofício do jornalista, como as reuniões de pautas e as fontes primárias.

Os sites de conteúdos jornalísticos e de entretenimento produzem, trafegam e armazenam informações. O internauta é bombardeado 24 horas por dia, sete dias por semana com informações e dados, que podem ser arquivos de texto, áudio, vídeo ou imagens. Os portais de notícias são exemplos vivos da nova empresa jornalística, transformando e adaptando o seu produto básico aos novos. (FERRARI, 2003, p. 77)

A autora acredita que com o mercado digital em expansão, as mídias tradicionais se reinventam. Ela exemplifica essa realidade com a criação dos portais, que passa a ser um novo produto direcionado ao público leitor da internet. Um exemplo disso é um jornal impresso tradicional, que, com a ascensão das mídias digitais, percebe que não pode ficar "de fora" desse mercado e elabora um projeto voltado para o espaço virtual. Pollyana Ferrari explica que a internet proporcionou um acesso à informação de

maneira única. A abrangência de serviços oferecidos em um portal consegue preencher e resolver grande parte das necessidades do homem moderno. Na transmissão do RR, a modificação ocorrida do tradicional para o digital, pode ser visto como um grande avanço no ponto de vista de Polyanna.

A autora ressalta que o trabalho jornalístico na web é sinérgico, reunindo áreas que à primeira vista são estanques, como exercícios de jornalismo e usabilidade, mas que se encontram, por exemplo, no momento em que o designer senta ao lado do editor, que já desempenha atualmente a função de um gerente de produto, para desenhar um site.

Ferrari pontua que na internet é possível encontrar coberturas jornalísticas irresponsáveis, falta de checagem das informações veiculadas na web e uma infinidade de erros primários cometidos pela imprensa digital. A autora ressalta um dos deveres fundamentais do jornalismo para se evitar erros na mídia digital: "o repórter precisa ir atrás dos dados e confirmá-los antes de apurar na web ou em qualquer veículo jornalístico".

Ferrari afirma que o tempo é determinante para o jornalismo digital. As agências de notícias, portais e demais empresas de comunicação do meio eletrônico são encarregadas de divulgar os fatos noticiosos do momento praticamente no mesmo instante que acontecem. Por isso, no livro "Hipertexto e Hiperímia. As Novas Ferramentas da Comunicação Digital", Pollyana Ferrari analisa como se dá a construção da notícia em tempo real. Segundo a autora, desde o século XIX, quando surgiram as primeiras organizações do tipo na Europa e nos Estados Unidos, as agências estiveram focadas em reportar os fatos de forma instantânea. Portanto, com o surgimento da internet comercial, na década de 90, elas foram as primeiras a alimentar o meio digital.

A forma de produzir a notícia, seja na transmissão do RR ou qualquer veículo de comunicação, foi uma das grandes alterações avaliadas por Pollyana dentro das redações jornalísticas. A autora explica que, com a chegada da informatização, a redação digital parecia ter alterado a forma existente e consolidada de construção e veiculação da notícia escrita, que era recentemente um modo de produção industrial. Nesse mundo, Ferrari explica que as funções eram bem definidas e o papel das agências era fornecer material amplo e vasto dos fatos mundiais para que os editores tomassem a melhor decisão na hora de escolher o que publicar para seus leitores. Eram funções claras, definidas e delimitadas por tarefas divididas entre as partes - texto, foto e arte.

Com a informatização, Ferrari afirma que a estrutura organizacional das redações mudou muito a partir da década de 1980. As constantes reestruturações efetuadas nas empresas ao longo da década de 1990 reduziram muitos cargos. Em pouco tempo de funcionamento da internet, a noção de ordem e de rotina produtiva ditada pelos meios industriais foi subvertida pelo ritmo frenético dos noticiários no ciberespaço, que de acordo com Pollyana Ferrari, passou a buscar a instantaneidade para a mensagem jornalística escrita.

Eis que surgem as figuras do produtor de notícias, gerente de informação e editor multimídia na web: a grande diferença do novo processo digital está no fato de que os meios de produção foram parar totalmente na mão do jornalista - em geral um jornalista jovem, recém-formado, com facilidade para lidar com softwares, mas pouca experiência para tratar da informação. (FERRARI, 2007, pag. 15 e 16)

Nesse sentido, a autora chama atenção para outras alterações nas redações: novos cargos e erros comuns no conteúdo. Com a necessidade de ter domínio com as ferramentas multimídias, os jovens recém-formados são mão de obra certa. No entanto, Ferrari levanta a questão como um problema, já que compromete a credibilidade da notícia. Da mesma forma que o trabalho jornalístico tem suas peculiaridades em diferentes meios, sejam eles televisão, rádio e revista, a internet buscou sua identidade. Pollyana Ferrari pontua que a primeira regra é que a mensagem deve ser curta. Ela exemplifica que a notícia deve começar com um algo um pouco maior que um título, geralmente entre 80 a 100 toques. Segundo a autora, é importante que nela esteja citada a fonte, para que o leitor saiba de onde o jornalista tirou a informação e, preferencialmente, o dado novo em comparação a algum dado anterior, se possível.

Quem tem acesso à informação exclusiva ou de melhor qualidade - bem fundamentada e com contexto histórico - consegue construir opinião. A internet agora é um meio acessível a todos. Trabalhar a qualidade da informação, da checagem e o estilo do texto é fundamental para que o trabalho jornalístico continue sendo prestigiado na formação da opinião pública. (FERRARI, 2007, p. 20)

A autora deixa claro que a internet é um ambiente de fácil acesso e cheio de possibilidade para os jornalistas. No entanto, nos primeiros anos da internet comercial no Brasil, a qualidade das notícias sofreu grande impacto. A informação precisa ser

trabalhada de maneira imparcial e sempre em busca de evidências para legitimar os fatos. Para isso, entra em questão a postura do repórter digital. Ferrari explica que é necessário ter um faro afinado para fazer um julgamento apropriado do que é notícia e tomar a decisão de levar a informação adiante para ser bem-sucedido em veículo voltado para a internet. Pesquisa prévia e planejamento são fundamentais para que as matérias saiam de qualidade.

Durante a pesquisa, percebeu-se que com a cobertura jornalística digital possibilitou não apenas a interação do público, mas revolucionou o alcance do concurso Rainha das Rainhas. O filósofo francês Pierre Lévy (1998) explica justamente isso, que o ciberespaço ampliou noções de espaço e tempo e, conseqüentemente, implodiu os limites que norteavam a produção do texto jornalístico - aquele espaço físico do jornal delimitado pela materialidade do papel e a periodicidade ritmada imposta pelo horário de fechamento. Na web, várias funções e máquinas são condensadas numa só figura: o jornalista digital, que acumula todo o processo com um computador na mão e algumas ideias na cabeça. Se o tempo de produção industrial é o tempo das rotativas, determinado pelas máquinas, o fazer era dividido entre repórteres fotógrafos, artistas gráficos. No entanto, na internet não é a máquina que determina o tempo em que o texto noticioso é publicado.

O tempo de fechamento no meio digital, então, se comprime para o tempo em que ocorre a notícia e os minutos dispensados para sua redação. Quem determina quando ela será visualizada e consumida pela audiência também é o repórter ou produtor de notícia. Ferrari recorre ao autor Castells para analisar o fenômeno da concentração de tarefas na mão de uma só pessoa. Segundo o autor, é fruto da expansão da expansão das tecnologias de telecomunicação a partir dos anos 1970. Para Castells em seu livro "Sociedade em Rede", (1999), a emergência do modo de produção nessa etapa do capitalismo marcaria o surgimento da chamada "sociedade em rede".

Vivemos uma nova era, liderada por uma revolução da informação. Uma era "pós-industrial", na qual os principais ativos de um mercado financeiro que atua em tempo real 24 horas por dia são a informação e a velocidade com que se propaga. Se as duas primeiras revoluções foram baseadas na energia (a do vapor e a eletricidade), a terceira é baseada na informação. Ela passa a ser a mola propulsora da sociedade, a forma de organização e planejamento de toda a atividade produtiva. (FERRARI, 2007, p. 25)

Portanto, com a análise do autor, é possível concluir que as ferramentas de tecnologia e a internet afetaram a vida e o trabalho dos jornalistas e da forma de comunicar-se. E mudou totalmente a cobertura jornalística do RR. Para tratar da questão de falta de definição e especificidade do termo "interatividade" e de outros do universo da internet, que mesmo nos dias de hoje não possui definições precisas, Ferrari (2007) desenvolveu uma taxonomia (ou seja, técnica de classificação) para as narrativas digitais. Essa taxonomia divide atributos específicos da narrativa digital em cinco "elementos": mídia, ação, relacionamento, contexto e comunicação. Segundo a autora, a maior parte desses elementos é herdada de outras mídias, mas uma combinação exclusiva de elementos no ambiente digital permite novas possibilidades narrativas. A taxonomia pretende ser útil na criação e na testagem de combinações de elementos usados na construção de narrativas digitais para determinar seu efeito nos consumidores de notícias on-line.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internet como nova mídia revolucionou o fazer jornalístico na sociedade contemporânea. A geração atual de comunicadores está diante de um novo paradigma da comunicação, ao se depararem com um campo novo a ser explorado: o cibernético. Nesse contexto, esse trabalho se propôs discutir as mudanças ocorridas no jornalismo com as mídias digitais e a narrativa multimídia a partir da cobertura digital do concurso Rainha das Rainhas (RR) 2016, que é realizado em Belém há mais de 70 anos, sob o comando das Organizações Romulo Maiorana (ORM), grupo de comunicação local.

Mostramos como o concurso, após mais de meio século de existência, teve que se reformular e entrar na era digital - no ano de 2010. Desde então, a cobertura do RR passou a ser feita através das mídias digitais, como Facebook, Instagram e Twitter, além do Portal ORM – site de notícias da empresa jornalística. Na pesquisa é possível perceber como a notícia é construída em tempo real, com a atualização imediata e interatividade do público. A pesquisa se deteve à plataforma de Instagram, aplicativo de fotografia, por ser uma rede social considerada emergente entre os internautas. Os novos paradigmas da cobertura jornalística dão conta de um público, cada vez mais, adaptado às novas tecnologias, além do texto, que se modifica em poucas palavras, e na

plástica da fotografia que funciona como a nova manchete no digital. Nesse sentido, o artigo contribui para o debate sobre o jornalismo multimídia e ajuda na compreensão das mudanças decorrentes das novas mídias, fomentando as discussões sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

PINHO, J. B.. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação online**. São Paulo: Summus, 2003.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto Hipermissão: As novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003. Capítulo 4, pág. 73 a 93.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1998.