
A Utilização de Recursos Multimidiáticos no Portal Piauiense O Dia¹

Cinara Taumaturgo de Aguiar²
Cristiane Portela de Carvalho³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Considerando a importância dos recursos multimidiáticos na produção das notícias, este artigo investiga como o portal O Dia faz uso dessas ferramentas. Para tanto, utiliza a Análise de Conteúdo (AC), para analisar quantitativa e qualitativamente os tipos de recursos e a frequência com que aparecem nas matérias do referido veículo. O referencial teórico é constituído por estudiosos do webjornalismo, como Canavilhas (2014) e Mielniczuk (2003), dentre outros. O *corpus* da pesquisa é composto pelas notícias publicadas na *homepage* do portal O Dia, nos meses de outubro e novembro de 2018. Conclui-se, portanto, que a fotografia é o recurso multimidiático mais utilizado pelo portal, porém, os demais recursos ainda são pouco explorados para o complemento das informações e como forma de facilitar o entendimento das notícias, tornando-as mais dinâmicas e atrativas aos leitores.

PALAVRAS-CHAVE: O Dia; Portal de Notícias; Recursos Multimidiáticos; Webjornalismo.

1 Introdução

O webjornalismo já faz parte do cotidiano das pessoas. Por meio das plataformas digitais, seja no computador e/ou no celular, os indivíduos estão a um clique da informação. O fornecimento de notícias por meio da internet é quase infinito, pois a todo instante uma nova informação é propagada na web. Além disso, o público ainda exige instantaneidade, ou seja, a rápida publicação de notícias.

Então, o webjornalismo acaba se diferenciando dos outros meios de comunicação pela praticidade, agilidade e pelo uso de recursos multimidiáticos. Fotos, vídeos, áudios, gráficos e *links* são exemplos desses recursos, usados pelos jornalistas

¹ Trabalho apresentado na IJ 05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do Curso de Comunicação Social – Jornalismo - da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Discente voluntária ICV 2018/2019. E-mail: cinarataumaturgo@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo – da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). Membro do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação – NUJOC/UFPI. E-mail: crisportela14@yahoo.com.

para complementar as informações do texto. Tais recursos tornam a notícia mais dinâmica e atrativa para o leitor, como ressalta Ferrari (2009, p. 39):

os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas [...] Jornalismo multimídia pressupõe domínios de vários apetrechos tecnológicos, olhar de editor de fotografia e uma agilidade impensável nos veículos impressos.

Os jornalistas precisam, então, sempre pensar em elementos que complementem a informação e de que forma eles podem funcionar como atrativos para o leitor, ou seja, devem procurar palavras para certas imagens, recursos de áudio e vídeo para frases, dados que poderão virar recursos para serem utilizados nas matérias (FERRARI, 2009). No entanto, a pressa da rotina de redação pode fazer com que os recursos multimidiáticos não sejam explorados da forma adequada.

Visto que se faz necessário entender como tais recursos podem complementar as informações, tornando as notícias mais dinâmicas e atraindo os leitores, surgiu o questionamento central desta pesquisa: como ocorre a utilização de recursos multimidiáticos no portal de notícias O Dia. Tal portal, foi escolhido como objeto de estudo dessa pesquisa por se tratar de um portal de notícias piauiense que faz parte de um grupo de comunicação local, que abrange jornal impresso, portal e TV.

Tendo em vista o questionamento levantado, o objetivo geral desta pesquisa é analisar o uso de recursos multimidiáticos no portal O Dia. Para atingir tal intento, são traçados os seguintes objetivos específicos: (a) identificar os recursos multimidiáticos utilizados pelo portal; (b) criar categorias para cada multimídia estudada; (c) analisar a relevância dessas imagens para a compreensão do conteúdo jornalístico da matéria.

2 Webjornalismo: principais enfoques

O webjornalismo noticia os acontecimentos por meio da internet. Os portais trazem informações sobre esporte, política, polícia, entretenimento, dentre outras editorias. O consumidor pode acessar tais informações de onde estiver por meio de celulares, *tablets* e computadores.

Uma das formas utilizadas pelos portais para que o leitor acesse as notícias por meio da internet são as redes sociais. Nelas, os internautas têm acesso aos títulos das

principais notícias e ao *link* das mesmas. Assim, as pessoas que não costumam acessar diariamente os portais, mas que utilizam as redes sociais, acabam se sentindo atraídas para visualizar as notícias. Além disso, é possível que os próprios internautas propagem o *link* da notícia por meio das redes sociais e aplicativos de conversa.

Segundo Bradshaw (2014), quando um jornalista publica algo de interesse amplo, seus leitores cuidam de realizar a propagação de maneira mais rápida do que qualquer outro jornalista poderia reproduzir. Por isso, a decisão editorial sobre aquilo “que realmente tem grande apelo” está cada vez mais saindo do controle do editor.

Essa interatividade tem destacado o webjornalismo das demais formas de comunicação. Além de compartilhar *links*, os internautas podem fazer comentários sobre a notícia na página da referida matéria e também nas redes sociais, embora, muitas vezes, esses comentários não sejam respondidos pelos veículos de comunicação, devido à própria rotina jornalística ou para evitar atritos com os leitores.

a interatividade implica uma certa transferência de poder do meio para os seus leitores. Poder, por um lado, quanto aos caminhos de navegação, recuperação e leitura que podem seguir entre os conteúdos que oferece. E, por outro lado, relativamente às opções para se expressar e/ou se comunicar com outros utilizadores/as. (ROST, 2014, p. 55).

Devido às várias informações que recebe diariamente, o leitor tem a falsa impressão de estar sendo superinformado. O público tem acesso a várias notícias, mas dedica pouco tempo a cada uma delas, e, muitas vezes, lê apenas o título ou o *lead*, não buscando um aprofundamento das informações.

Se de um lado há o leitor “bombardeado” de informações, do outro lado há o jornalista que precisa cada vez mais escrever várias notícias em pouco tempo para suprir a demanda, além da concorrência com os outros veículos pelo furo jornalístico. Poucos minutos após acontecer um fato, a notícia já deve estar sendo publicada, pois o jornalista é cobrado pelo imediatismo e está sob pressão para ser o primeiro a publicar. Além do mais, os meios de comunicação também competem pela velocidade.

o desafio fundamental é que agora as notícias estão a ser produzidas sem as limitações do espaço físico que sustentava a organização das redações. A captação de notícias, a produção e distribuição podem, agora, ocorrer simultaneamente – e serem potencializadas. (BRADSHAW, 2014, p. 116).

O jornalista adquire também múltiplas tarefas, pois além de redigir a notícia, passa a ser produtor, fotógrafo, editor, dentre outras funções. Deve, assim, adotar em suas práticas o uso dos recursos multimidiáticos, como forma de agregar mais dinamicidade às notícias, conquistando mais leitores.

Considerando que um dos pontos bem característicos do webjornalismo é a hipertextualidade, onde há uma escrita não linear, o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (*links*), ou seja, num hipertexto (CANAVILHAS, 2014). Então, por meio de *links*, o leitor pode navegar pelas várias teias da notícia.

Por sua vez, Mielniczuk (2003) acrescenta que uma narrativa hipertextual na notícia é composta por unidades de informação que compõem o fato jornalístico. Assim, a autora considera gráficos, animações, vídeos, dentre outros recursos multimidiáticos, como parte da hipertextualidade e parafraseia Lévy (*apud* MIELNICZUK, 2003, p. 98), ao dizer que o hipertexto é:

um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficas ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira.

Para Ferrari (2009), o hipertexto é um bloco de diferentes informações interconectadas, que, ao utilizar nós ou elos associativos (os chamados *links*) consegue moldar a rede hipertextual, permitindo que o leitor decida e avance sua leitura do modo que quiser, sem ser “obrigado” a seguir uma ordem linear.

2.1 Os recursos multimidiáticos na web

O webjornalismo é capaz de transmitir informações de forma diferente dos demais meios de comunicação, pois pode utilizar os recursos multimidiáticos, como vídeos, *links*, áudios e imagens, dentre outros. O uso desses recursos complementa a informação do texto, trazendo dinamicidade. De acordo com Nogueira e Mallmann (2013), graças ao fato da web aceitar conteúdos em diferentes formatos, ela possibilita,

através da digitalização da informação, a circulação desses conteúdos em diferentes plataformas e suportes, agregando e complementando o conteúdo informativo.

Por isso, para que a informação seja atrativa e inteligível ao público é necessário que o texto, o som, as imagens e o vídeo, assim como outros elementos, estejam devidamente interligados e coordenados para que o resultado seja harmonioso (SALAVERRÍA, 2014). No entanto, isso é uma tarefa complicada e o autor pontua que o jornalista deve ter critérios para coordenar os elementos multimídia na composição de uma informação: 1) compatibilidade, 2) complementaridade, 3) ausência de redundância, 4) hierarquização, 5) ponderação e 6) adaptação.

O jornalista dos veículos digitais deve utilizar esses recursos multimidiáticos para deixar a notícia mais dinâmica ao leitor da web, que geralmente tem pressa. No entanto, a rotina apressada do dia-a-dia das redações pode fazer com que esses recursos sejam esquecidos ou pouco explorados.

os novos criadores de conteúdos viram-se, efetivamente, perante o desafio de combinar distintos modos de expressão. Atualmente, quem desejar explorar ao máximo o potencial comunicativo da internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual. (SALAVERRÍA, 2014, p. 33).

O jornalista se vê no impasse entre fazer uma notícia mais trabalhada e o furo jornalístico. A produção dos recursos multimidiáticos requer tempo e isso faz com que, na maioria das vezes, o jornalista abra mão desses elementos.

Ferrari (2009), no entanto, ressalta que considerar como mais importante oferecer as notícias o mais rápido possível é um grande equívoco do meio, pois os leitores raramente percebem quem foi o primeiro a publicar e, na verdade, muitas vezes nem se importam com isso. Uma notícia superficial, incompleta ou descontextualizada causa péssima impressão. Por isso, é sempre melhor colocá-la no ar com qualidade, ainda que depois dos concorrentes.

3 Procedimentos Metodológicos

O *corpus* da pesquisa é constituído por três matérias coletadas diariamente na *homepage* do portal O Dia, durante os meses de outubro e novembro de 2018,

totalizando 61 dias. Ao todo, 183 matérias foram analisadas, sendo contabilizados e categorizados os recursos multimidiáticos presentes nas notícias analisadas (Tabela 1).

Tabela 1 – Recursos Multimidiáticos no Portal O Dia

Categorias	Quantidade		Total
	Outubro	Novembro	
Fotografia	143	124	267
<i>Link</i>	20	50	70
Vídeo	6	14	20
Quadro informativo	3	6	09
Rede social	3	1	4
Gráfico	0	2	2
Ilustração	0	1	1

Fonte: tabela elaborada pela autora.

A técnica utilizada para a análise das notícias que compõem a amostra da pesquisa é a Análise de Conteúdo (AC), feita de maneira quantitativa e qualitativa. A AC é indicada como

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens. (BARDIN, 2016, p. 48).

Na análise quantitativa foram observados quais e com que frequência os recursos multimidiáticos são utilizados nas matérias analisadas. Segundo Goldenberg (1997), na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc.

Na análise qualitativa, além da criação de categorias de acordo com o tipo desses recursos, foi analisada a forma como são utilizados para o complemento das informações e para facilitar o entendimento das notícias. Vale ressaltar que as categorias foram criadas com base nos tipos de recursos multimidiáticos existentes. A partir disso, os recursos multimidiáticos foram contabilizados em suas respectivas categorias e para uma melhor compreensão foi criada a Tabela 1.

4 Portal O Dia: uma Análise dos Recursos Multimidiáticos

Neste artigo, a análise é feita de acordo com as categorias criadas anteriormente, conforme a Tabela 1, como forma de sistematizar o uso dos recursos multimidiáticos pelo portal O Dia.

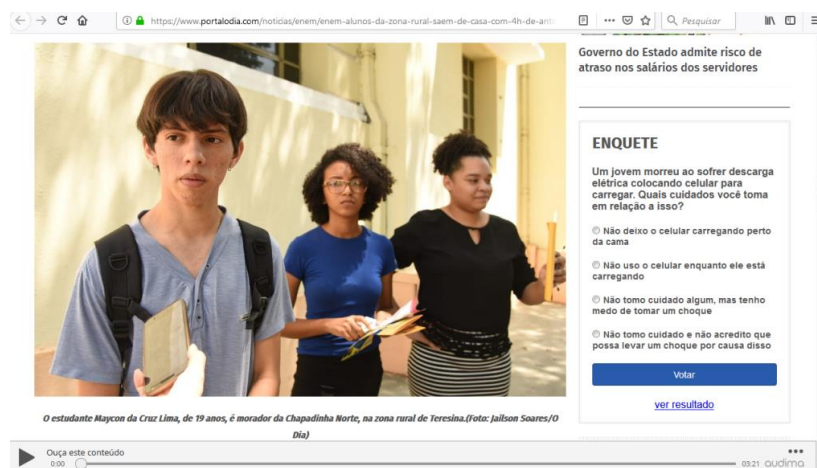
Vale ressaltar que o recurso de áudio descrição foi encontrado nas 183 matérias do *corpus*. No entanto, como se trata de uma ferramenta de computador automática, não permitiu uma boa leitura do texto, deixando quase impossível o entendimento do áudio.

4.1 Fotografia

Este foi o recurso multimidiático mais utilizado pelo portal de notícias O Dia. Dentre as 183 matérias coletadas, observou-se a presença de 267 fotografias, sendo 143 no mês de outubro e 124 em novembro.

Observou-se que o portal possui fotógrafos próprios, autores de algumas fotografias utilizadas nas matérias (Figura 1). Algumas fotos foram reproduzidas de outros meios de comunicação, principalmente as de veículos nacionais, e imagens de redes sociais. Nesses casos, as imagens foram devidamente creditadas.

Figura 1- Portões fecham e iniciam primeiro dia de provas do Enem 2018



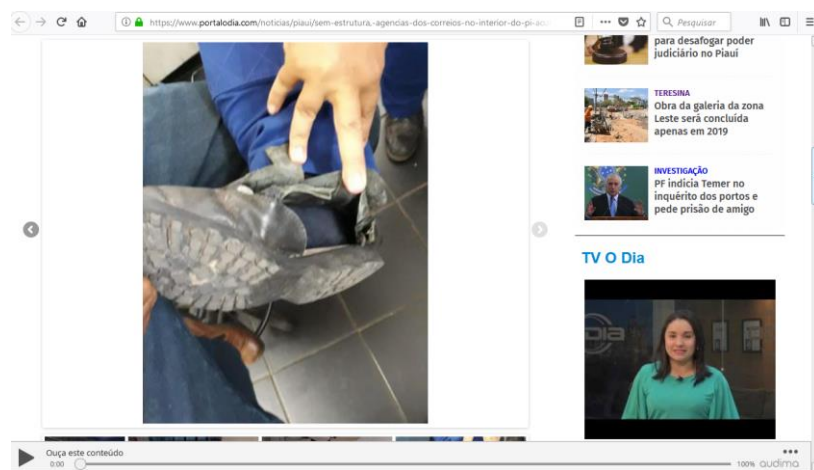
Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/enem/enem-alunos-da-zona-rural-saem-de-casa-com-4h-de-antecedencia-340468.html>>.

Como se observa na Figura 1, a foto é de autoria do fotógrafo do portal, Jailson Soares. Durante a pesquisa, foi possível perceber qualidade e bom enquadramento nas

imagens feitas pelos fotógrafos do portal e também nas fotos reproduzidas de sites nacionais. No entanto, não é possível observar a mesma qualidade nas fotos reproduzidas de pessoas comuns.

Em toda a amostra desta pesquisa, observou-se que apenas a matéria **Sem estruturas, agências dos Correios no interior do PI acumulam encomendas**, veiculada em 17/10/18 (Figura 2), possui uma galeria contendo 15 fotos. As imagens foram feitas pelos próprios denunciante e, neste caso, a qualidade não é boa e não há cuidados com o enquadramento.

Figura 2- Sem estruturas, agências dos Correios no interior do PI acumulam encomendas



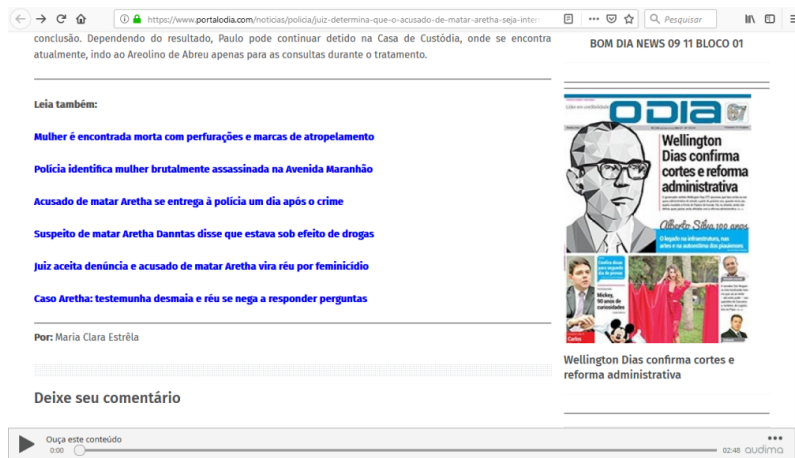
Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/piaui/sem-estrutura,-agencias-dos-correios-no-interior-do-pi-acumulam-encomendas-337454.html>>.

4.2 Link

O *link* é o segundo recurso multimidiático que mais apareceu ao longo do *corpus* da pesquisa, ficando atrás somente da fotografia. Ao todo, foram encontrados 70 *links*. Eles estavam no corpo do texto, mas também apareceram em títulos de matérias listadas em tópicos, como: “leia também” (em cinco matérias), “notícias relacionadas” (em duas matérias) e “leia mais sobre o Enem” (em uma matéria). Apenas em uma notícia houve um *link* intitulado “leia a matéria na íntegra”.

Na notícia **Juiz determina que acusado de matar Aretha seja internado no Aurelino**, veiculada em 09/11/18 (Figura 3), é possível observar exemplos de *links* em títulos de matérias listadas no tópico “leia também”.

Figura 3 - Juiz determina que acusado de matar Aretha seja internado no Aurelino

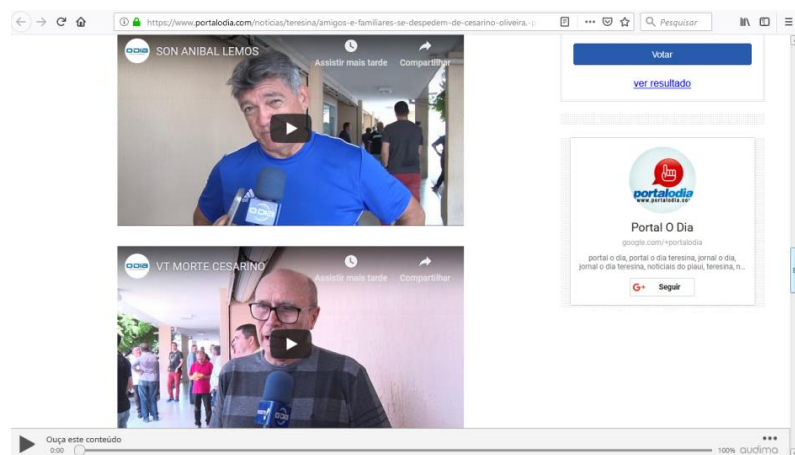


Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/policia/juiz-determina-que-o-acusado-de-matar-aretha-seja-internado-no-areolino-341545.html>>.

4.3 Vídeo

Na amostra, observou-se a presença de 6 vídeos em outubro e 14 em novembro. Os vídeos colocados nas matérias são referentes a páginas do *YouTube*, conforme é possível observar na matéria **Amigos e familiares se despedem de Cesarino Oliveira, presidente da FFP**, veiculada em 01/11/18 (Figura 4).

Figura 4 - Amigos e familiares se despedem de Cesarino Oliveira, presidente da FFP



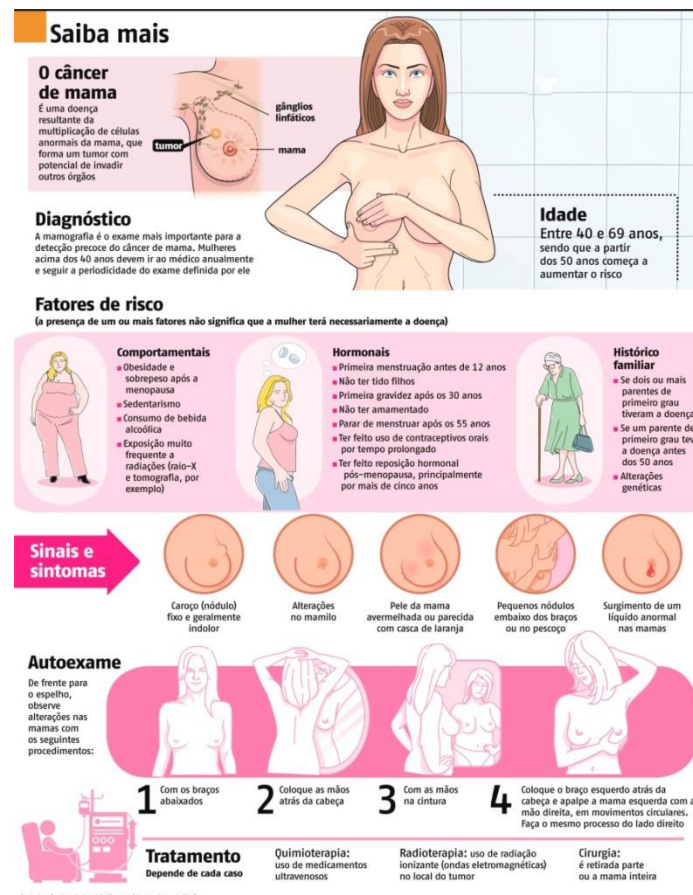
Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/teresina/amigos-e-familiares-se-despedem-de-cesarino-oliveira,-presidente-da-ffp-339971.html>>.

Além do portal, o grupo O Dia possui um jornal impresso e uma TV. Assim, algumas entrevistas da TV do grupo são publicadas no portal. Além dos vídeos provenientes do canal do O Dia no *YouTube*, observou-se também a utilização de vídeos de pessoas comuns, devidamente creditados, pois sempre mostravam o canal do *YouTube* de onde foram retirados.

4.4 Quadro informativo

Foram encontrados 3 quadros informativos no mês de outubro e 6 em novembro. É possível observar um exemplo de quadro informativo na Figura 5, publicado na notícia **Piauí registrou 630 casos de câncer de mama em 2017; saiba como se prevenir** (04/10/18).

Figura 5 – Piauí registrou 630 casos de câncer de mama em 2017; saiba como se prevenir



Saiba mais

O câncer de mama
É uma doença resultante da multiplicação de células anormais da mama, que forma um tumor com potencial de invadir outros órgãos

Diagnóstico
A mamografia é o exame mais importante para a detecção precoce do câncer de mama. Mulheres acima dos 40 anos devem ir ao médico anualmente e seguir a periodicidade do exame definida por ele

Idade
Entre 40 e 69 anos, sendo que a partir dos 50 anos começa a aumentar o risco

Fatores de risco
(a presença de um ou mais fatores não significa que a mulher terá necessariamente a doença)

Comportamentais

- Obesidade e sobrepeso após a menopausa
- Sedentarismo
- Consumo de bebida alcoólica
- Exposição muito frequente a radiações (raio-X e tomografia, por exemplo)

Hormonais

- Primeira menstruação antes de 12 anos
- Não ter tido filhos
- Primeira gravidez após os 30 anos
- Não ter amamentado
- Parar de menstruar após os 55 anos
- Ter feito uso de contraceptivos orais por tempo prolongado
- Ter feito reposição hormonal pós-menopausa, principalmente por mais de cinco anos

Histórico familiar

- Se dois ou mais parentes de primeiro grau tiveram a doença
- Se um parente de primeiro grau teve a doença antes dos 50 anos
- Alterações genéticas

Sinais e sintomas

- Caroço (nódulo) fixo e geralmente indolor
- Alterações no mamilo
- Pele da mama avermelhada ou parecida com casca de laranja
- Pequenos nódulos embaixo dos braços ou no pescoço
- Surgimento de um líquido anormal nas mamas

Autoexame
De frente para o espelho, observe alterações nas mamas com os seguintes procedimentos:

- Com os braços abaixados
- Coloque as mãos atrás da cabeça
- Com as mãos na cintura
- Coloque o braço esquerdo atrás da cabeça e apalpe a mama esquerda com a mão direita, em movimentos circulares. Faça o mesmo processo do lado direito

Tratamento
Depende de cada caso

- Quimioterapia: uso de medicamentos ultravencosos
- Radioterapia: uso de radiação ionizante (ondas eletromagnéticas) no local do tumor
- Cirurgia: é retirada parte ou a mama inteira

Fonte: Inca Instituto Nacional de Câncer José Bonor Gonçalves da Silva

Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/saude/piaui-registrou-630-casos-de-cancer-de-mama-em-2017-saiba-como-prevenir-335194.html>>.

O quadro é de autoria do Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (Inca) e foi reproduzido na notícia. Este recurso é bem completo e traz informações relevantes, como fatores de risco e sintomas, além de explicar, por meio de uma ilustração, o autoexame.

4.5 Rede social

Durante a coleta também foram observadas publicações de redes sociais, como o *Twitter* e o *Instagram*, vinculadas à notícia. Assim, o leitor pode visualizar no próprio portal uma imagem ou um vídeo publicado na rede social. E se preferir, ainda pode clicar no ícone da rede social e, por meio de um *link*, acessar a própria página da rede. Esse recurso foi utilizado quatro vezes.

Com o uso desse recurso é possível creditar a autoria do comentário ou da imagem, trazendo dinamicidade e agregando informação ao texto. Além disso, no caso da matéria **OAB repudia manifestações discriminatórias contra o povo nordestino**, veiculada no dia 09/10/18 (Figura 6), o recurso serviu como prova de que os comentários foram publicados na rede social *Twitter*.

Figura 6 - OAB repudia manifestações discriminatórias contra o povo nordestino



Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/brasil/oab-repudia-manifestacoes-discriminatorias-contra-o-povo-nordestino-336130.html>>.

4.6 Gráfico

Outro recurso multimidiático utilizado pelo portal O Dia foi o gráfico. No entanto, tal elemento aparece apenas duas vezes durante toda a coleta. A Figura 7 mostra um dos gráficos, bastante explicativo, utilizados pelo veículo.

Figura 7 - Consumidor pode levar reclamação de propaganda enganosa para a justiça



Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/economia/consumidor-pode-levar-reclamacao-de-propaganda-enganosa-para-justica-344136.html>>.

O gráfico da Figura 7 foi feito pelo aplicativo Reclame Aqui, a partir dos dados de uma pesquisa. Vale ressaltar que o outro gráfico que aparece no *corpus* da pesquisa foi feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Sendo assim, nenhum gráfico, utilizado nas duas matérias que possuem este recurso, é de autoria do próprio portal.

4.7 Ilustração

A ilustração foi outro recurso multimidiático pouco utilizado pelo portal, tendo em vista que foi encontrada em todo o *corpus* apenas uma ilustração na notícia **Gabarito do Enem 2018 é divulgado pelo Inep; confira**, veiculada em 14/11/18 (Figura 8).

Figura 8- Gabarito do Enem 2018 é divulgado pelo Inep; confira



Fonte: <<https://www.portalodia.com/noticias/enem/gabarito-oficial-do-enem-2018-e-divulgado-pelo-inep-confira-342415.html>>.

5 Considerações finais

Com o webjornalismo, as pessoas podem ter acesso a informações de forma mais prática, seja por meio do computador, celular ou *tablet*. As notícias estão disponíveis apenas alguns minutos depois do ocorrido.

Outro diferencial do webjornalismo é proporcionar a leitura não-linear, com o uso do hipertexto e de recursos multimidiáticos, que trazem dinamicidade às matérias. A multimídia complementa a informação do texto, ao utilizar, por exemplo, ferramentas como fotos, vídeos, gráficos, quadros informativos, ilustrações, dentre outras. No entanto, a falta de tempo provocada pela rotina das redações pode fazer com que o jornalista não se dedique ao uso desses recursos.

Nesta pesquisa, a fotografia foi o elemento multimidiático mais utilizado pelo portal O Dia, que possui fotografos próprios e também faz uso de imagens reproduzidas de outros veículos.

A fotografia é um dos recursos mais fáceis de serem produzidos. Ela pode, inclusive, ser feita por qualquer pessoa que tenha presenciado certo acontecimento, apesar de que pode não ter a mesma qualidade daquela que foi feita por um profissional, visto que este último possui, além da técnica, equipamentos eficientes.

O *link* foi o segundo recurso mais utilizado pelo portal analisado. Ele apareceu no corpo do texto e também em títulos de matérias listadas em tópicos, como “notícias relacionadas”.

O vídeo também foi utilizado de forma moderada, já que foram encontrados apenas 20 em todo o *corpus*. No entanto, esse recurso poderia ter sido mais explorado, visto que o grupo O Dia também possui uma TV.

Já os recursos quadro informativo, gráfico e ilustração, apesar de terem sido utilizados pelo portal, não foram produzidos pelo próprio veículo, mas são reproduções de outros meios de comunicação e/ou instituições. Essa pode ser uma boa alternativa para a utilização dos recursos sem tomar tempo e esforço da redação para produzi-los. Embora seja interessante que o portal possua produção própria, com profissionais contratados para esta função, como designers, a fim de não sobrecarregar os jornalistas que trabalham no veículo.

Diante das análises realizadas neste estudo, é possível afirmar que os recursos multimidiáticos ainda foram pouco explorados pelo portal O Dia, o que pode configurar falta de interesse em complementar as informações, para torná-las mais dinâmicas, atrativas e para que possam facilitar o entendimento do que é noticiado.

Vale ressaltar, que tal pesquisa contribui com a pesquisa acadêmica tendo em vista a importância de estudar os recursos multimidiáticos, além de exaltar a sua relevância, visto que muitas vezes não são devidamente explorados. Além disso, o estudo poderá ter desdobramentos, sendo assim posteriormente pesquisado a estética transmidiática e ubíqua do portal de notícias.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas *mobile*, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Portugal: LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Portugal: LabCom, 2014.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar:** como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web:** uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Bahia: UFBA, 2003.

NOGUEIRA, Felipe; MALLMANN, Andreia. **Análise das características do jornalismo online em portais de notícias.** Porto Alegre, 2013.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Portugal: LabCom, 2014.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Portugal: LabCom, 2014.