



Interação e Multimídia Telejornalística: O canal GloboNews na *web site* e no *Facebook*¹

Cícero de Sousa Ferreira Júnior²
Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira³
Universidade Federal do Cariri, Ceará

RESUMO

As frequentes transformações que a tecnologia e a internet vêm trazendo para a comunicação forjam os produtos de informação a serem produzidos de forma que sejam capazes de gerar compartilhamento de ideias e discussão em grupo de pessoas através de plataformas digitais. A televisão tem passado por mudanças na forma de produção e recepção, e isso levou ao aperfeiçoamento no modo de disseminar a notícia. Esta pesquisa procura compreender os processos comunicacionais de convergência de mídias TV/Internet através de plataformas digitais e dispositivos móveis, que fazem surgir um novo jeito de ver programa televisivo em segunda tela. Este estudo traz uma discussão acerca do surgimento da nova forma de consumo de informação convergente: TV/Internet. Procurou-se analisar como os cibermeios exploram a interatividade e a multimídia tomando-se a exemplo do canal de televisão, GloboNews, pioneiro nas transmissões “All News” no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Convergência; Interação; Internet; Plataforma Digital; Telespectador.

1 INTRODUÇÃO

As novas formas de pensar o jornalismo através das transformações das tecnologias digitais estão interligadas diretamente com dispositivos móveis e plataformas digitais. Este trabalho busca descrever a nova forma de disseminar informação noticiosa e as alterações no fazer jornalístico.

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Jornalismo da UFCA, e-mail: juniorhexon@hotmail.com

³ Professor da Universidade Federal do Cariri – UFCA. Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUCSP. Estágio Pós-Doutoral em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior (Portugal). Pesquisador do CEPEJor (UFC/CNPq/Brasil) e do LabCom Online (UBI/Portugal). E-mail: pcajazeira@cariri.ufc.br



Como objeto de análise, procurou-se acompanhar o canal de TV por assinatura, GloboNews, pioneiro nas transmissões “All News” e por assinatura no Brasil. O estudou procurou refletir sobre os avanços nas ferramentas do webjornalismo: interatividade e multimídia presentes no jornalismo televisivo convergente presente nos cibermeios: redes sociais (*fanpages*) e site do telejornal na web.

Há uma gama cada vez maior de usuários das novas formas de interação. A praticidade é uma das vantagens desses novos meios de disseminação da informação. O jornalismo e as empresas de comunicação se veem obrigadas a acompanhar essas novas práticas da notícia em multiplataformas digitais.

O avanço significativo da globalização sobre os meios jornalísticos na última década do século XX – que passou a agregar conteúdo e serviços como forma de atrair um maior número de leitores – contribuiu significativamente para o desenvolvimento de uma geração social cada vez mais dependente da internet e tecnologia digital.

O que traz de inovador pós-avanço das plataformas digitais e das redes sociais é o uso de plataformas móveis para o acesso à informação e a interação por meio destes suportes. Nos anos 1960, o autor canadense Marshall McLuhan já se referia aos telespectadores e aos novos produtores de informação como pertencentes à “aldeia global”, responsáveis pelas mudanças que estavam ocorrendo na comunicação e com repercussões na mídia e a forma de disseminar a informação:

“Os meios de comunicação eletrônicos contraem o mundo, reduzindo-o às proporções de uma aldeia ou tipo onde tudo acontece a toda gente ao mesmo tempo; todos estão a par de tudo o que acontece e, portanto, no momento mesmo do acontecimento”. (MCLUHAN, 1966; 47).

Os aplicativos digitais, ou apps¹, por exemplo, contém toda a eficácia de uma nova forma de ter acesso e enxergar a notícia, com suas imagens e links, dando a oportunidade ao leitor de escolher o que ler e quando ler. Essa oportunidade aparece com o alto teor de desenvolvimento da tecnologia, que por sua vez instaura as plataformas digitais, estando essas em constante evolução e obrigando o Jornalismo a acompanhar essa demanda, adaptando-se tanto às novas mídias quanto ao gosto dos leitores.

1. Apps tem a abreviatura de application, ou seja, aplicação. Aplicação essa que é instalada em um smarthphone. A função das apps é facilitar a vida aos utilizadores, proporcionando-lhes um acesso directo a serviços de notícias, informação meteorológica, jogos, serviços de mapas, como geo-localização através de GPS ou utilitários do mais variado tipos de finalidades.



Os aplicativos e sites móveis auxiliam o novo fazer jornalístico e a sua disseminação. Assim, a autora Raquel Recuero (2012) informa que a passagem da informação aponta para algo novo, a definição da forma de transmitir é o estímulo ao sucesso da transmissão e captação da informação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

Nesta parte do estudo fala-se do jornalismo feito especificamente na rede e para a rede e que possui semelhanças nas modalidades do jornalismo impresso e em televisão (Bastos, 2000:12).

Os novos formatos jornalísticos fazem parte de um sistema que absorve e produz os reflexos das informações ao mesmo tempo em que sofre resistência dos profissionais diante de um novo meio comunicacional. Falar de novo modo de transmissão é entrar no campo da distribuição das redes sociais e *Web Sites* e se apossar das novas plataformas móveis que fazem surgir o acesso da informação onde e quando quiser.

A produção de conteúdo jornalístico para postagem nas redes já não é o suficiente para garantir o sucesso comunicacional. A rapidez com que é postada e passada a informação é a exigência da convergência atual. Dar ao leitor a oportunidade de escolher quando ter acesso informação é o novo desafio do jornalismo. E assim, “a missão dos meios digitais é dar informação sobre a informação, dado o modo de transmitir informação que se apresenta em redes digitais” (Orihuela, 2003).

A convergência da audiência de Programas Televisivos para os dispositivos móveis e para as novas questões de produção e transmissão da informação dialoga com os novos paradigmas da comunicação digital: o usuário é central no processo de comunicação, os meios de comunicação digital vendem conteúdos, a linguagem desses meios é multimídia, os conteúdos são atualizados em tempo real, há espaço para uma abundância de dados, a comunicação se dá para muitos e por fim o meio digital dá ao usuário a capacidade de mudar o aspecto do conteúdo, produzir conteúdos e se comunicar com outros usuários.

Segundo Kayser (1964, p51) “as informações relatam fatos que se produzem em todos os setores da atividade humana ou que podem ser uma fonte de interesse para o ser humano”, portanto as informações passam a ser relatadas com mais dinamismo nos meios sociais e recebem conteúdo de acordo com o interesse público, o que chama mais atenção e está em evidência.



O gênero jornalístico exposto nas novas plataformas, segundo Marques de Melo (2007), apresenta-se através dos seguintes formatos: indicador (cenários econômicos, meteorologia, necrologia); cotação (variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários); roteiro (dados para consumos de bens simbólicos, roteiros de teatro, cinema, filmes, passeios); e serviço (informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos e consumidores de produtor e serviços).

Todo o fazer jornalístico atual emerge na questão: “a interatividade tem sido definida como uma série de processos diferenciados que ocorrem em relação à máquina, à publicação e a outras pessoas por meio do computador conectado a internet” (LEMOS, 1997; MIELNICZUK, 2000).

Há a evidencia de que estamos no modo do jornalismo da quarta geração, em que, segundo Barbosa (2007) “está estruturado em base de dados”. Dinâmico, essa base também facilita a participação do usuário no processo de produção de um jornal. Isso é constatado com a evolução das redes sociais digitais, que se apresentam em diversos sistemas de informação – blogs, *Twitter*, *Facebook*, *MySpace* etc., podem ser percebidas também nos ciberdiários (QUADROS, 2008).

2.1 HISTÓRICO DA GLOBONEWS

O canal GloboNews é o primeiro e mais completo canal brasileiro de notícias 24 horas no ar. Ele faz parte do Grupo Globo de Comunicações e foi criado em 15 de Outubro de 1996. O canal reuni 28 Programas que abordam temas variados e ainda 05 telejornais na sua grade diária. Os Programas trazem a proposta de deixar o telespectador ciente de tudo o que acontece no Brasil e em todo o mundo com notícias carregadas de uma boa produção e uma boa apuração.

O canal tem como principais noticiários o jornal da GloboNews, antigo Em Cima da Hora, o Jornal das Dez, Globo News em Pauta, Estúdio I e o Canal Corrente. Na grade de programação há ainda a reapresentação de programas da Rede Globo, como o Fantástico, o Jornal da Globo, o Bom Dia Brasil, Profissão Repórter, Globo Rural e o Globo Repórter. Os programas culturais são Almanaque e Starte. Também possui programas de entrevista como o Espaço Aberto. Entre Aspas, Globo News Painel e programas de curiosidades como o Via Brasil e o Pelo mundo também se fazem presença na grade do canal.



Desde 1996 o Globo News é conhecido como o de referência quando se pensa em notícia, e, principalmente, para quem busca a melhor informação. O lema do canal é “Nunca Desliga”, já fazendo referência ao fato de permanecer 24 horas transmitindo notícias de hora. O canal é inteiramente produzido pela área de jornalismo da Globo e faz parte da programação de canais Globosat. Através da análise dos fatos com reflexão e debates fazem do GloboNews o modelo para estudo desse artigo. Hoje ela concentra um vasto portfólio no mercado de canais programados pela Globosat.

Escolheu-se esse canal para estudo por ser o primeiro canal brasileiro de notícias 24 horas, por abordar a vastidão dos temas sociais, ambientes e econômicos e por noticiar de forma rápida não apenas ao vivo, mas também através das redes e plataformas digitais. Há, no canal, a presença de conteúdo útil, apontando soluções para problemas e dicas possíveis de como ter acesso à informação rápida e precisa. Com seus portais e perfis também na internet, a GloboNews, traz uma forte interação com os telespectadores por meio das redes sociais e do site na Web.

A preocupação do canal em apresentar informação de qualidade e de forma que esteja condizente com as transformações tecnológicas ocorridas com o advento das plataformas digitais e da recorrente globalização faz com que o canal esteja sempre em processo de atualização de quadros e cenários. No dia 18 de Outubro de 2010, a Globo News implantou sua nova identidade visual. Os programas da emissora ganharam novos cenários e houve mudança no layout de site da emissora. Vinhetas musicais e trilhas sonoras também foram renovadas. O Jornalista Cesar Seabra foi diretor do canal de 2009 a Setembro de 2011. Em seguida, Eugênia Moreyra assumiu a direção da Globo News, onde está até hoje.

A programação pode ser acompanhada via internet, a princípio pelos assinantes Globo.com no portal G1², pela página no *Facebook*, pela *Web Site* e pelos aplicativos criados pela emissora. Por meios dessas redes sociais e plataformas na internet, o GloboNews traz a oportunidade de o público participar dos Programas mais ativamente e de forma aberta. Aqui analisaremos a *fanpage* do Canal no *Facebook* e o seu site na *Web*.

2. O G1 é um portal de notícias brasileiro mantido pela Globo.com e sob orientação da Central Globo de Jornalismo. Foi lançado em 18 de setembro de 2006, ano que a Rede Globo fez 41 anos. O portal disponibiliza o conteúdo de Jornalismo das diversas empresas das Organizações Globo – Rede Globo, Globo News, Rádios Globo e CBN, Jornais O Globo e Diário de São Paulo, revistas Época e Globo Rual, entre outras – além de reportagens próprias e formato de texto, fotos, áudio e vídeo.

Essas ferramentas, além de serem pensadas como uma forma de participação do público, são vistas também como formas de manutenção e aumento de audiência.

Através de postagens que contêm foto ou vídeo acompanhados de uma descrição e um link direcionando ao portal do Canal, a emissora se comunica com o público e chama a atenção dele para o que está sendo vinculado na TV. Tendo como exemplo umas das publicações da página no Facebook feita no dia 13 de Março de 2015:

FIGURA 01: Notícia virtual no canal Globo News para a edição que foi exibida no dia 13 de Março



FONTE: Disponível em <https://www.facebook.com/GloboNews/timeline>

A partir dessa publicação, os usuários e seguidores da página do canal podem “curtir”, “compartilhar” ou “comentar” sobre o que foi publicado. Essa abertura da informação para intervenção direta do público é usada para chamar atenção tanto as notícias quanto aos programas que estão ao ar na emissora.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como procedimento metodológico utilizou-se a pesquisa exploratória, neste momento inicial, com contributos que ajudam a refletir de forma crítica e analítica, o fenômeno da convergência da audiência de Programas Televisivos em plataformas digitais na internet.

O estudo é o início da pesquisa que busca a origem e a evolução do jornalismo televisivo em espaços digitais, visando comparar o modo de transmissão da notícia nos cibermeios: site e redes sociais digitais, nomeadamente, o *facebook*.



O objeto de análise dessa pesquisa é a observação de como o canal de TV GloboNews utiliza-se de plataformas digitais para disseminar o seu conteúdo noticioso transmitido ao vivo e on-line através do site na internet. A escolha do objeto foi com base na “originalidade, representatividade e diversidade do cibermeio” (MACHADO; PALÁCIOS, 2007).

O objetivo desse trabalho é avaliar como o canal de TV se apropria dos cibermeios para a manutenção da sua audiência e interatividade com o telespectador e usuário da internet. Dessa forma será analisada como é feita a interatividade entre programa e público, seja na possibilidade de enviar uma foto, um comentário ou até uma “curtida”.

Fizemos uma análise do conteúdo multimídia publicado nas plataformas dos Programas da GloboNews entre os dias 01 e 25 de Março. A imagem faz parte da notícia, então analisaremos a fotografia, o vídeo, os links e os textos.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa de caráter exploratório (GIL, 1999), na perspectiva de estudos de caso como ilustração que se configura como uma metodologia que objetiva a máxima observação e amplitude na descrição, explicação e compreensão do objeto. Esse tipo de estudo conta em profundidade de “um, ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado”. A pesquisa será norteadada seguindo a sequência de enumeração:

- 1) Descrição das informações do objeto de estudo, acompanhado de análise de modo de reprodução jornalística contida no mesmo;
- 2) Delimitação do objeto;
- 3) Elaboração do material de análise, revisão do material coletado e análise particular da delimitação do objeto.

Com base nesses critérios, elaborou-se a seguinte categoria de análise para observação do objeto de estudo:

- 1) Modo de postagens na *Web Site* e no *Facebook* do Programa GloboNews;
- 2) Análise da produção e transmissão de material jornalístico;
- 3) Modos de interação direta com o Programa através da *Web Site* e da *fanpage* no *Facebook*;
- 4) Modelo de postagens e notícias;
- 5) Interações dos próprios usuários;

6) Comparação entre modelos de postagem do *Facebook* e da *Web* através do questionamento: como se dá a abertura para participação do público nessas duas plataformas?

A síntese desse estudo procura analisar a convergência da audiência televisiva para as plataformas móveis digitais, através da internet, a fim de descrever a popularidade da nova forma de acesso à informação e a chance de expressão e socialização por meio dessa mídia digital. Usando modelo disposto por Marcos Palácios (2011), que diz que a observação pode ser realizada em um só dia, contanto que a análise de conteúdo seja das notícias mais lidas e comentadas de edições anteriores de pelo menos três dias, fez-se a pesquisa com base na análise da interatividade em cibermeios.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 GLOBONEWS NA WEB SITE

O Globo News que fica no ar 24 horas por dia com Jornalismo e informação teve sua *Web Site* totalmente reformulada em outubro de 2010 com novo layout, novas possibilidades de postagens e novos formatos multimídias inseridos. O seu acesso é feito através do portal G1 da emissora Rede Globo. Seu conteúdo se refere ao que foi ao ar nas edições dos seus programas e também de notícias de última hora que ainda não foram vinculadas ao vivo.

O conteúdo publicado no site também é todo voltado para as plataformas móveis. A articulação entre os ambientes virtuais e as tecnologias móveis como plataforma para a produção jornalística passa pela compreensão dos fenômenos da comunicação móvel (Lemos, 2009 e Castells, 2007) ou mais especificamente do jornalismo como apropriação de uma estrutura que permite uma maior abertura do trabalho do repórter em campo.

Para dispor dos vídeos e conteúdos relacionados a cada programa da emissora, ela traz a listagem das últimas atualizações de publicações de cada um:

FIGURA 02: Ala no site de vinculação das últimas notícias dos Programas da GloboNews



Programas



Sem Fronteiras
O assassinato de Boris Nemtsov, principal opositor de Putin



Diálogos
Com Luis Octavio Motta Veiga, ex-presidente da Petrobras



Miriam Leitão
O impacto da falta de saneamento básico nos gastos com saúde



Política
Uma discussão sobre os 30 anos do início da redemocratização



Arquivo N
Os 85 anos da Cinédia, um dos estúdios mais importantes do Brasil



Entre Aspas
Desafios do governo Dilma em meio às crises política e econômica

FONTE: Disponível em <http://g1.globo.com/globo-news/index.html>

Com uma pequena chamada introdutória e o link para o vídeo, essa parte de “Programas” do site traz a possibilidade do público clicar e assistir a matéria. Sem muito texto, as publicações são basicamente a chamada e vídeo da matéria. O portal traz a diversidade de notícias de última hora e ainda o que vai ao ar, deixando dessa forma aberta ao público à possibilidade de ver o que quiser e a hora que quiser.

Na parte superior do canal pode ser conferida a listagem de todos os Jornais, os Programas, Fale Conosco, Princípios editoriais e o Grupo Globo. A diversidade de notícias e a excelente produção dos vídeos chama a atenção do site:

FIGURA 03: Notícias dispostas no canal Globo News e vídeos do Programa Estúdio i

Mais notícias



Estado Islâmico
Extremistas ganham cada vez mais apoio fora do Oriente Médio



Sinal de recuperação
Economia da Grécia cresce em 2014 após seis anos de queda



Crise diplomática
Membros da Unasul vão discutir impasse da Venezuela com os EUA



Mundial de surfe
Felipe Toledo é campeão da primeira etapa do Campeonato



Greve de professores
Professores de SP decidem entrar em greve a partir de segunda



Ferguson
Obama diz que não há desculpa para atos criminosos

Estúdio i



Carta Magna
Documento criado para resolver disputas, completa 800 anos



'Terra Comunal'
Mostra é a maior retrospectiva da obra de Marina Abramovic



Feira erótica
Evento reuniu as principais novidades no setor de sex shops



Compras conscientes
Saiba como o consumidor pode exercer os seus direitos



Curso polêmico
Curso de 'atualização' ensina limites para as domésticas



Jessica Chastain
Atriz interpreta Eleanor, protagonista de 'Os dois lados do amor'

FONTE: Disponível em <http://g1.globo.com/globo-news/index.html>

A interatividade do portal na web tem várias diretrizes. Além da parte em que o telespectador pode entrar em contato com a emissora, há uma abertura direta para a participação do público através do “Fale com a GloboNews”. Nessa parte, o telespectador online pode entrar em contato com a Central de Atendimento ao Telespectador (CAT) da emissora para fazer elogios, críticas e sugestões, assim como é descrito no site. Porém para poder fazer isso é necessário ter a conta no Globo.com.

A novidade do canal é o *NewsPlay*, que traz a possibilidade do assinante assistir ao canal ao vivo no computador, celular ou tablete. Além dessa mobilidade, o canal oferece o acervo dos programas e todos os documentários exibidos pelo canal também na plataforma móvel. Para ter acesso a essa convergência televisiva do canal para a segunda tela móvel é necessário ter o aplicativo e a assinatura do canal.

A cor característica do portal é vermelha. Além da produção aprofundada dos fatos através dos vídeos, a fotografia e as chamadas também chamam a atenção para o leitor no portal. A abertura dada ao telespectador para falar com a emissora através da *Web Site* é feita de forma indireta pelo fato de o público não poder interferir diretamente na notícia. Porém as possibilidades de conversação são grandes. A possibilidade de assistir o canal em qualquer lugar através de um dispositivo móvel traz a nova vertente para a adaptação telejornalística. Veja onde se concentra a maior abertura para interação do público com o canal:

FIGURA 03: Possibilidades de contato com o canal e abertura do conteúdo na Web Site para as plataformas móveis



FONTE: Disponível em <http://g1.globo.com/globo-news/index.html>

Esse modo jornalístico de abertura online para a intervenção do telespectador “exige a organização de dados com base em um código visual que permite a interação com os usuários dos portais” (PRIMO, 2007, p102). Essas informações devem atender as exigências do público, assim como fala Kayser (1964, p51), “as informações relatam



fatos que se produzem em todos os setores da atividade humana ou que podem ser uma fonte de interesse para o ser humano”.

4.1 GLOBONEWS NO FACEBOOK

O canal tem uma *fanpage* no *Facebook*, a qual alimenta com fotografias, vídeos e notas referentes a notícias que estão vinculadas também no site e ao vivo na emissora. Não há hora e momento certo para as postagens, que seguem o padrão de acontecimentos das notícias e do que está sendo exibido ao vivo no canal de TV. Durante toda a semana foram constatadas interações através das publicações. Quando é feita uma postagem, rapidamente centenas de usuários da página utilizam-se das três formas de interação na rede social facebook: “Curtir”, “Comentar” e “Compartilhar”. Essas são as três e únicas formas do usuário da página poder interagir.

Uma simples “chamada”³ sobre o que fala a notícia através da foto ou do vídeo é o suficiente para gerar inúmeras outras enunciações criadas pelos próprios usuários da rede. Essa é uma forte característica do *Facebook*, e que é usada pela GloboNews como divulgação e compartilhamento de notícias. Essa disseminação rápida da informação, uma das características do acesso as plataformas digitais, serve como divulgação quanto de ferramenta jornalística.

Os telespectadores online do canal se conectam com a emissora pelo Facebook através dos comentários, curtidas e compartilhamentos. Com essas ferramentas de interação, o público pode dar sua opinião, gerar novas dúvidas, sugerir outras pautas e até influenciar no andamento da notícia. Esse conjunto de possibilidade da rede permite a GloboNews aumentar e manter sua audiência com o público que agora também se mantem online.

As publicações do canal no *Facebook* são marcadas por fotos e vídeos bem elaboradas que chamam a atenção e que quase sempre remetem para o que está sendo exibido ao vivo no momento da postagem. Na maioria das vezes há um link que se liga ao site, onde há a matéria da notícia na íntegra.

3. É a área de descrição da notícia linkada, onde o leitor tem o primeiro contato com a informação. Ela deve ser clara e objetiva, tendo que administrar um grande teor informativo em poucas palavras. Em termos visuais, é o que chamará mais atenção depois da foto ou vídeo.

Dessa forma, a *fanpage* consegue interligar redes sociais e web site para que caso o leitor queira se aprofundar nas notícias. É importante lembrar que a participação do público nas redes sociais expressa não apenas a abertura que o programa está dando, mas também a possibilidade do telespectador de não gostar do que vai ser exibido, exaltar o conteúdo ou mesmo interagir com o enunciado.

A possibilidade de interação direta entre telespectador online e a emissora através da *fanpage* no *Facebook* é muito mais do que no site, pois há espaço aberto para geração de esclarecimentos e dúvidas em tempo real. O público se sente ativo na produção da notícia e se satisfaz quanto ao novo anseio da globalização, da qual a informação tem que ser rápida e precisa.

Com uma grande movimentação, uma publicação do canal chega a atingir em menos de 5 minutos o total de 80 curtidas, 10 compartilhamentos e 05 comentários. Passados uma hora da publicação, os números praticamente multiplicam por quatro.

Veja o perfil do canal no *Facebook*, que até o dia 14 de Março de 2015 já possuía 1.298.989 seguidores:

FIGURA 04: Perfil da *fanpage* da GloboNews no *Facebook*



FONTE: Disponível em <https://www.facebook.com/GloboNews?fref=nf>

Com uma legenda falando sobre a que o vídeo ou foto se refere, as publicações na *fanpage* sempre fazem um link para a matéria completa no site. Veja duas publicações feitas no dia 19 de Março de 2015, uma com foto e título, e outra com nota e vídeo, ambos direcionam o leitor para a matéria no site:

FIGURA 04: Publicações em foto e outra em vídeo da *fanpage* da GloboNews no *Facebook*



FONTE: Disponível em <https://www.facebook.com/GloboNews?fref=nf>

Nos comentários das fotos, os telespectadores online podem gerar novas informações, contribuir com a notícia e até sugerir o encaminhamento que a mesma deve se dar. Essa é a forma de interação consolidada com o uso frequente das redes sociais, especificamente o *facebook*. Porém, é necessário lembrar que, essa possibilidade de abertura, é dada porque o canal assim o faz.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Visualizando a questão dos novos paradigmas propostos para a recepção de conteúdo audiovisual dos telejornais nos dispositivos portáteis, é possível afirmar que, a forma como o receptor se apropria da notícia não é somente quando ela está sendo transmitida ao vivo. Agora ele pode escolher qualquer reportagem em vídeo para assistir. A vantagem é o acesso rápido e prático ao conteúdo em qualquer hora e em qualquer lugar. O telespectador online se sente mais ativo na produção de notícia e se utiliza dessas possibilidades tecnológicas para interagir com o meio social.



Através do site, a empresa de comunicação consegue distribuir tudo o que foi ao ar em seus Programas. As matérias são disponibilizadas e abertas para reprodução. Assim também é feito na plataforma do GloboNews nos dispositivos móveis. Para quem é assinante, o acesso é rápido e fácil a todas as matérias. O elo comunicacional aberto é dado pela *fanpage* que se interliga através do link com o site.

Por possibilitar a união e interação de milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo, o *Facebook* assume comportamento de mídia de massa. E é também nessa mídia que o GloboNews se faz fortemente presente. Essa disposição de conteúdo online vai ao encontro das novas necessidades de ser socialmente que as pessoas passam a ter e pode até chegar à questão da busca rápida e precisa de notícias.

O site e a *fanpage* andam de forma a se complementarem. Elas dão a possibilidade de o telespectador online poder navegar de forma interativa sobre as notícias. Nesse contexto digital, de modificação tanto nas relações de produção como na de publicação, a perspectiva de um modelo novo de transmitir informação está em constante inovação.

O telespectador pode intervir no encaminhamento da notícia e até na sua coprodução. E, para que isso aconteça, várias formas de contatos com o público foram criadas. O telejornalismo segue esta tendência.

Os meios de comunicação aumentam a sua capacidade de intervenção e agendamento da informação. O ciclo de interação aumenta. A passagem da informação passa por uma inovação. A Web entra como uma ferramenta de participação e interação com o telespectador/usuário. Conteúdos que buscam a participação virtual se adaptam aos formatos das redes sociais digitais, dessa forma, constrói-se uma ligação entre a tevê e os cibermeios em plataformas digitais.

6 REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD):** um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos, 2007. 331p. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, UFBA, Salvador, 2007.

BASTOS, Helder. (2000). **Jornalismo electrónico** – Internet e reconfiguração de práticas nas redações. Coimbra: Minerva.

GIL, A.C. **Estudo de Caso:** estratégia de pesquisa. Editora: Atlas, 1999.



KAYSER, J. **Estúdios de Morfologia , de Metodologiay de Prensa Coparada.** (Conferências proferidas no Ciespal durante o curso de 1960, 1961 e 1962). Quito, CIESPAL, 1964.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo.** Sobre interatividade e interfaces digitais. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Acesso em 13/03/2015.

LEMOS, André. **Cibercultura** – Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: editora Sulina, 2010.

MACHADO, E.; PALÁCIOS. M. **Um modelo hibrido de pesquisa, a metodologia aplicada pelo GJOL.** In: *LAGO.C.*: BENETTI, M. Petrópolis: Vozes, 2007.

MCCGRRY, K. **O contexto dinâmico da informação:** uma análise introdutória. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MIELNICZUK, L. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online.** IN: Gomes, Itania Maria Mota; MIELNICZUK, Luciana; OLIVEIRA, Augusto de Sá; SANTOS, Suzy dos. (Org). *Temas em Comunicação e Cultura Contemporâneos II.* Salvados: EDUFBA, 2000.

ORIHUELA, J. L. (20013a) ‘**eCommunication: the 10 paradigms of media in the digital age**’ in Salaverrias, R. & Sábada, C. (edit.) (2003). Eunate, pp.129-135.

PALÁCIOS, Marcos. **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo.** Portugal, Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2011

QUADROS, Claudia; ROSA, Ana Paula da; VIEIRA, Josiany. **Blogs e as transformações no jornalismo.** E-Compós, Brasília, número 3, 2005.

RECUERO, R. **A conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ROBERTOMARINHO

<http://www.robertomarinho.com.br/obra/globosat/divisao/globo-news.htm> > Acesso em 16/03/2015.

GLOBONEWS [_http://g1.globo.com/globo-news/index.html](http://g1.globo.com/globo-news/index.html) > Acesso em 13/03/2015.