



Interfaces multimídias no jornalismo on-line: estudo de caso sobre a cobertura da eleição do Papa Francisco I¹

Gabriel GARCIA²

Patricia Laura KUHN³

Felipe Rigon DORNELES⁴

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS

Resumo

A evolução dos meios de comunicação e da tecnologia transformou os modos de fazer jornalismo. A era digital trouxe uma nova forma para transmitir a informação, na qual o tempo e o espaço ganham outras dimensões. Essa pesquisa analisa como um fato é explorado no jornalismo digital, através de um estudo de caso sobre a cobertura jornalística do Portal G1 sobre a escolha do Papa Francisco I, em março de 2013. Tendo como base as múltiplas ferramentas utilizadas no portal de notícias, o estudo avalia as suas características e a relevância da informação na convergência multimídia.

Palavras-Chave: Jornalismo Digital; Convergência Multimídia; G1; Papa Francisco I.

Introdução

Pero Vaz de Caminha teve que esperar meses até que sua carta sobre o descobrimento do Brasil chegasse a Portugal. Se fosse hoje, as informações sobre as belas praias e as índias brasileiras seriam recebidas pela realeza portuguesa em poucos segundos. Além dela, o mundo saberia, em tão pouco tempo quanto, a descoberta das novas terras, através da TV, do rádio, da internet e das redes sociais.

É o reflexo de que o mundo está se transformando dia após dia. A velocidade da informação está mais rápida do que podiam supor os mais positivistas do século XV. “O processo de comunicação está relacionado de modo íntimo com esse macromercado de seres humanos que precisam de informações e comunicação todos os dias, da mesma maneira que precisam do ar que respiram” (FERRARI, 2010, p. 6).

Com isso o jornalismo também se modificou. Depois do jornal, rádio, TV, a internet abriu espaço para a notícia. Através da convergência multimídia, que uniu

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo da Unijuí, email: gabriel.garcia@unijui.edu.br

³ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo da Unijuí, email: patricialaurakuhn@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, da Unijuí, email: felipe.dorneles@unijui.edu.br



áudio, texto, vídeo, fotografia em um só meio, a web possibilita espaço e tempo ilimitados para a reprodução da informação. Com base nesse novo âmbito a construção da notícia mudou, se tornando mais abrangente e minuciosa.

Por isso, essa pesquisa busca analisar como a informação é construída na web, tendo como objeto de estudo a cobertura jornalística do portal de notícias G1 sobre a escolha do Papa Francisco I. Sob o ponto de vista das características da produção digital e das alternativas escolhidas pelo portal para transmitir as notícias nessa cobertura especial. O período dessa análise abrange desde o dia da renúncia oficial de Bento XVI, 28 de fevereiro, até a escolha no novo Papa no dia 12 de março.

1. Jornalismo Digital: história e evolução

Do impresso para o rádio. Do Rádio para a TV. Da TV para a Internet. A evolução dos meios foi aos poucos possibilitando uma maior convergência multimídia entre eles. Sem supor uma substituição, apenas ampliando suas possibilidades, cada meio de comunicação de massa foi surgindo e transformando a forma do fazer jornalístico.

O impresso, no início, era constituído apenas de texto e aos poucos deu espaço também para a fotografia. O rádio abrange o áudio, tanto na voz do locutor como na música. A TV quebrou barreiras e trouxe o áudio e a imagem, simultaneamente, em um mesmo meio de comunicação de massa. A convergência multimídia foi completa com a internet. Texto, fotografia, áudio, vídeo e outros formatos alternativos estão inclusos nas possibilidades que a web oferece.

O jornalismo tira proveito dessas interfaces multimídias que universo on-line disponibiliza. A notícia ganha facetas em diversas mídias e a informação torna-se atraente para os mais diversos perfis de usuários. Surge o jornalismo digital ou em outras nomenclaturas: jornalismo online, ciberjornalismo, jornalismo eletrônico ou webjornalismo. Os primeiros a usarem um nome específico e adequado para esta produção foram os holandeses Bardeel e Deuze (2000), que a chamaram de *network journalism*, o jornalismo em rede.

Na história, o desenvolvimento das formas de comunicação a partir da segunda metade dos anos 1990 trouxe a renovação e o crescimento dos meios “online”, que até então, restringiam-se, na maioria dos casos, às agências na Europa e Estados Unidos, focadas em reproduzir notícias em tempo real.



Um dos primeiros jornais do mundo a se adaptar ao novo modelo de comunicação e interligação de culturas, foi o jornal diário “San Jose Mercury News”, em 1994. A novidade trazida pelo meio virtual proporciona ao leitor a integração com conteúdos, através de fontes de busca e de navegação, interagir com jornalistas, tanto por e-mail quando por comentários na própria página virtual e de participar de questionamentos propostos pela empresa.

Das páginas do jornal impresso a tela do computador. Com a emergência da Internet, o meio online, desponta como uma nova forma de se entender e captar as informações através do mundo. O entendimento dessas questões faz-se a observar uma nova forma de habitar a rede, sendo, uma maneira de explorar os fatos expostos além de 24 horas.

Ela preserva a informação escrita ao longo do tempo. Preserva e permite que o leitor acesse essas informações em outros momentos – podem ser horas, dias ou, de acordo com o sistema de arquivamento e busca do site, até meses depois de terem ido ao ar (FERRARI, 2010, p. 14).

A universalidade do meio digital e a lógica exposta nos sistemas de comunicação possibilitaram novas formas tecnológicas para a comunicação global. Com tudo, fez-se a necessidade da adaptação dos antigos meios. A migração para um ‘ciberespaço’, onde as informações são repassadas em meio há horas e na maioria dos casos, em minutos, causa impacto nas formas de relações entre interlocutor (meio online) e receptor.

A tecnologia digital permitiu o empacotamento de todos os tipos de mensagens, inclusive som, imagens e dados, criou-se uma rede que era capaz de comunicar seus nós sem usar centros de controles (CASTELLS, 2007, p. 19).

A web hoje continua a crescer rapidamente e, cada vez mais, atrai veículos de outros meios para interagir com o seu público no ciberespaço. O G1 é um desses exemplos. O portal de notícias, objeto de estudo desse trabalho, é mantido pela Globo.com, sob orientação da Central Globo de Jornalismo. Foi lançado em 18 de setembro de 2006, ano que a TV Globo fez 41 anos. O Portal disponibiliza conteúdos 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 Rural, entre outras) além de reportagens próprias em formato de texto, fotos, áudio e vídeo. O portal ainda tem três redações próprias situadas em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília



e parcerias com agência de notícias de todo o mundo e com as afiliadas da Rede Globo no Brasil. O portal tem plantão de notícias, que é atualizado 24 horas por dia.

1.2 Tipos de Conteúdo e Características do Jornalismo On-line

Por meio de um ‘sistema’ o meio online acaba estabelecendo vetores fundamentais, seguidos até hoje em grandes sites de notícias, que implicam na geração de novos leitores. Foram identificados os tipos de conteúdo on-line e as características do jornalismo na web. Mesmo não sendo regra, eles são seguidos a risca por muitos portais, pois são característicos do meio digital.

Os conteúdos na web podem ser classificados como: estático, dinâmico, funcional e interativo (WARD apud PINHO, 2002, p.182). O estático pode ser compreendido como informações fixas no portal que não sofrem mudanças. O dinâmico é o que está constantemente sendo atualizado, como, por exemplo, as notícias de um portal. O funcional são as ferramentas de navegação no site, que pode ser uma lista dos principais temas. O conteúdo interativo refere-se ao que é produzido pelo usuário, como comentários, infográficos colaborativos, etc.

Além dos conteúdos, as formas de leitura na internet são muito diferenciadas dos outros meios. O jornalismo imprimiu características muito peculiares dentro dessa produção de conteúdo: interatividade, hipertextualidade, convergência, não linearidade, personalização de conteúdo e instantaneidade (ALMEIDA, 2013, p. 24).

Uma das principais características das mídias digital, a interatividade é a possibilidade de construir em conjunto. O receptor pode interagir junto ao conteúdo e participar do processo de transmissão da informação que tradicionalmente é hierarquizante em outras mídias.

A hipertextualidade se refere à ligação que a maioria dos textos tem com um outro. Essa relação recebe o nome de *link*, que nada mais é que um elo da palavra para outro conteúdo localizado em outro espaço no ambiente digital.

Um bloco de diferentes informações digitais interconectadas é um hipertexto, 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 como quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear. Na Internet não nos comportamos como se estivéssemos lendo um livro, com começo meio e fim. Saltamos de um lugar para outro – seja na mesma página, em páginas diferentes, línguas distintas, países distantes etc. (FERRARI, 2004, p.42)



Outra característica do conteúdo on-line é a convergência, ou seja, a multimediação. Como foi mencionado anteriormente, é possível reunir diversas mídias nesse mesmo espaço. Na internet “criou-se, assim, a possibilidade de unir texto, som e imagem de forma simbiótica e integrada para lidar com a informação: a multimídia” (ALMEIDA, 2013, p. 28).

Os hábitos de leitura na mídia digital foram radicalmente transformados. A não-linearidade refere-se exatamente a essa mudança. A leitura habitual é conduzida pela mesma sequência daquele que escreveu determinado texto, mas na web isso é diferente, como aponta Leão.

A possibilidade de estabelecer conexões entre diversas mídias e entre diferentes documentos ou nós de uma rede. Com isso, os elos entre os documentos propiciam um pensamento não-linear e multifacetado. O leitor em hipermídia é um leitor ativo, que está a todo momento estabelecendo relações próprias entre diversos caminhos. Como um labirinto a ser visitado, hipermídia nos promete surpresas, percursos desconhecidos (LEÃO, 2005, p.16).

A personalização de conteúdo é a quinta característica do conteúdo on-line. Cada texto no ambiente digital se desdobra-se em caminhos únicos para cada indivíduo. Desde as opções multimídias até a interpretação livre de cada conteúdo possibilita que cada um escolha e construa seu próprio conteúdo.

A instantaneidade é se refere à facilidade de divulgar a informação. O uso de computadores dinamizou bastante o processo produtivo de informações em todas as mídias. A informatização dos sistemas trouxe uma maior e melhor dinâmica nas ações de apuração, redação, edição e publicação (ALMEIDA, 2013, p. 31).

Por fim, a perenidade é descrita pela disponibilidade das informações antigas a qualquer instante. O jornal impresso, alguns dias depois de sua publicação, perde utilidade e é descartado. Na web, as informações publicadas são armazenadas e não ocupam muito espaço físico, facilitando a consulta ao seu acervo sempre que for necessário.

2. O G1 e a escolha do novo papa Francisco I

O mundo parou no dia 11 de fevereiro de 2013. O Papa Bento XVI anunciou a renúncia depois de um papado tumultuado por diversas crises dentro da igreja. Depois da decisão começaram os preparativos para o novo conclave que escolheria o novo Papa.



Em apenas oito anos o mundo esteve, novamente, em processo de escolha do novo ocupante cargo católico mais alto. No dia 28 de fevereiro, o alemão Joseph Aloisius Ratzinger deixou o Vaticano e foi para a Residência de Verão de Castel Gandolfo. Há quase 600 que um Pontífice não abdicava do posto. O último havia sido o Papa Gregório XII, em 1415.

Ao longo daquela semana, as dependências do Vaticano foram recebendo visitantes ilustres. Os cardeais, aos poucos, se reuniam no menor país do mundo para eleger o novo Bispo de Roma. Vindos de todas as partes do mundo, eles eram eleitores e ao mesmo tempo candidatos a Pontífice. Participaram do conclave apenas os Cardeais com menos de 80 anos sem ultrapassar o limite de 120 membros na cerimônia.

O conclave é um ritual praticamente inalterado desde há oito séculos. Foi o Papa Gregório X que usou pela primeira vez a palavra em 1274 e instituiu a base dos atuais conclaves. O sigilo do conclave é a regra fundamental para a Igreja Católica. A quebra do silêncio é uma forma gravíssima de pena e sujeita a excomunhão para o eventual infrator da regra.

A partir do início do conclave, o mundo voltou seus olhos à chaminé da Capela Sistina à espera da fumaça branca. A cor simboliza a conclusão do processo de eleição. Ao todo, cento e quinze cardeais participaram da decisão do rumo da Igreja. O conclave teve início na terça-feira (12) e na tarde de quarta-feira (13), o argentino Mario Jorge Bergoglio foi eleito o novo papa. Francisco I foi o nome escolhido para o primeiro Papa das Américas.

O G1 com seu perfil de instantaneidade tradicional dos portais de notícia montou uma supercobertura para acompanhar o conclave. Ao utilizar dezenas de ferramentas multimídias, desde o texto até transmissões ao vivo, o site conseguiu abranger todos os vieses do fato.

2.1 A cobertura multimídia do G1

O mundo permaneceu apreensivo durante os 13 dias entre renúncia, propriamente dita, e escolha do novo comandante da igreja católica. Todos voltaram seus olhos ao Vaticano. Os católicos, em sua maioria, desejavam estar em Roma acompanhando a escolha do novo Papa. A decisão dos Cardeais tem influência sobre vários temas de interesse mundial.



A influência da escolha e o interesse da sociedade sobre o fato fez com que, praticamente, todos os meios direcionassem suas atenções para Roma. Entre eles o G1, portal de notícias da Globo. O site aprofundou informações sobre o conclave, que poderiam durar vários dias. As pautas e as fontes foram exploradas a fim de trazer ao receptor, principalmente brasileiro, o modo com que a escolha do novo papado era feita. Quer na Capela Sistina, onde se realizava propriamente a votação, ou na Casa Santa Marta, onde se hospedavam os cardeais. A cobertura centrou-se em aspectos que rodeavam Roma durante a decisão.

O pontapé inicial da cobertura do portal começou com o último *Post* do *Twitter* oficial do Papa Bento XVI. De forma simples, um agradecimento e o fim de uma caminhada. De outro lado, o *Tweet* final marcava o início de um acompanhamento das informações que perdurariam as semanas. Jornalistas enviados para a cobertura especial do Conclave ampliavam dia pós dia a página inicial do portal de notícias. As informações iniciaram com apenas uma chamada: “Acompanhe aqui no G1 em tempo real a escolha do novo Papa” (G1, 2013).

Com a necessidade de informação e a busca por novas formas de divulgação do que acontecia na Capela Sistina, os espaços destinados ao conclave foram ampliados no portal. Em menos de dois dias do início, a interação com o receptor era clara. O G1 disponibilizou um grande espaço do site, onde o público pode explorar pelo *mapa mundi* o perfil dos 115 cardeais que concorriam ao papado. Com formato de imagem e texto, o leitor tinha um pequeno panorama onde pode supor o candidato mais adequado para ser escolhido.

A partir de terça-feira, a Igreja Católica conheceria seu novo pontífice. As notícias eram atualizadas de minuto em minuto. Os *banners*, que antes dispunham de informações sobre a vida do papa, repercussão mundial e opinião do público, foram tomados pela manchete na quarta-feira, 13 de março: Fumaça preta sobre, e votações da manhã não elegem novo Papa (G1, 2013).

Foi na tarde de quarta-feira que a notícia esperada chegou. A fumaça branca saiu da chaminé e a partir desse momento os espaços de notícias de todo o site foram direcionados para o assunto. A transmissão ao vivo do G1, abriu um link para transmissão da Globo News como é comum em assuntos de tamanha relevância como este. Todos na expectativa de saber qual seria o nome anunciado pelo cardeal- diácono no balcão da Basílica de São Pedro após o término do Conclave.



Foram cerca de 45 minutos desde a escolha até o pronunciamento oficial. Os repórteres da Globo News e o Portal de Notícias da Globo (G1) usaram esse momento para lembrar por meio de fotos, vídeos e textos, acontecimentos que marcaram a escolha. A cobertura seguiu e a transmissão passou a ser da Rede Globo. Na voz de Sandra Anenberg, foi traduzido o anúncio de Jorge Mário Bergoglio como o novo papa.

3. Análise da cobertura do G1

Foram dias de intensa espera e preparação não apenas dos cardeais, mas da imprensa mundial que observava incessantemente a escolha do novo Papa. A necessidade do Portal de Notícias G1 em obter um maior conhecimento das qualidades, da história pessoal e das virtudes de cada um dos membros do conclave era demonstrada a cada dia. Desde a retirada do Brasão, que fica no Palácio do Governo do Vaticano, quebra do anel, escolha dos seguranças, alimentação e auxílio material e espiritual prestado aos cardeais. Todos os passos foram cuidadosamente analisados e retratados para o público.

O G1 utilizou dezenas de ferramentas para tornar mais atrativa a sua cobertura sobre o fato. Entre as formas e plataformas multimídias utilizadas nesse período da pesquisa. Destacaram-se os textos, vídeos, infográficos, transmissões ao vivo, galeria de fotos. A gama de possibilidades só foi possível através da ligação do Portal, com as Organizações Globo, tendo em vista que vídeos, fotos e muitas informações eram de origem de outros veículos da organização. O fator possibilitou uma cobertura mais completa e multimídia.

Desde o anúncio da renúncia de Bento XVI foi criada um conteúdo funcional especial para abordar o tema. A nova aba no canto superior direito do site direcionava para uma página que centralizava para as notícias sobre o fato. A ferramenta foi criada devido a importância da notícia e a multiplicidade de informações recorrentes dela que deveriam ser pautadas no portal. O espaço dedicado à cobertura foi o maior cedido pelos veículos das Organizações Globo, tendo em vista o espaço infinito para armazenar informações, característico da web. A aba especial garantiu ao leitor a personalização de conteúdo e não linearidade do texto.

Além desse espaço, ao longo do período de coleta dos dados, por diversas vezes, o tema foi destaque principal da página inicial do site. Com uma foto no centro da



página, a chamada para a aba especial, além de notícias específicas e novas sobre o fato. No caso do anúncio do início do conclave, a chamada foi destacada em uma barra vermelha ao lado da barra preta escrito: urgente, chamava a atenção para a escolha tamanha a importância do fato.

A partir do dia da renúncia oficial de Bento XVI, o G1 criou uma cobertura ao vivo e em tempo real de cada fato, similar a ferramenta utilizada para cobrir jogos de futebol. O espaço atualizava a cada minuto informações sobre o fato, desde a renúncia, passando pelo conclave, até o dia da escolha. Automaticamente eram realizadas pequenas atualizações de box de textos ao estilo mini mensagens, com links para as notícias completas. A página ainda continha fotos, com links para galerias especiais e uma galeria de vídeos ao lado direito da atualização de mensagens o que refletia mais uma das características do meio on-line: a convergência. O espaço possibilitou que quem estivesse interessado no fato não perdesse nenhuma nova notícia, e ao mesmo tempo estivesse conectado ao site algo longo de suas tarefas diárias, pois um sinal sonoro era emitido a cada nova atualização, chamando atenção do usuário.

Nas páginas de notícias, a personalização de conteúdo e a linearidade estavam presente. Além da notícia foram disponibilizados vários hiperlinks em box laterais e também em palavras dentro do texto. Na aba superior, abaixo da notícia e antes da informação, foram criadas abas de outros conteúdos relacionados ao mesmo tema. Item como: cobertura completa, entenda a sucessão, perfil de Bento XVI, perguntas e respostas, infográficos, fotos e vídeos podiam redirecionar o leitor para onde ele considerasse mais atrativo. Essa ferramenta fazia que o conteúdo sobre o tema se tornasse amplo garantindo a permanência e a fidelidade do indivíduo ao site.

Entre os dias sem novidades, as pautas surgiam de forma corriqueira. Um dos itens do vestuário do Papa que mais chama atenção, não passou despercebido pela atenta visão dos jornalistas do portal da Globo. “Sapateiro do Papa Emérito se diz pronto para calçar seu sucessor” (G1, 2013). Além disso, poucas horas antes da escolha do novo Papa era destaque na página inicial do G1: “Gaivotas disputam lugar na chaminé do Vaticano”, (G1, 2013). As pautas sem relevância são corriqueiras nesse tipo de cobertura. Por haver uma necessidade de atualização das notícias 24h por dia e sempre haver uma nova para atrair a atenção dos leitores, alguns assuntos são abordados em destaque que não é correspondente a sua relevância.

Os infográficos foram destaque na cobertura do G1. Dezenas deles foram criados para que o usuário conseguisse compreender melhor o que se passava no



Vaticano. Desde projetar quem seria o próximo Papa até visualizar o mapa do Vaticano, os usuários podiam interagir e conhecer mais sobre o assunto. O uso dos infográficos ampliou a gama de informações e tornou mais assimilável para o leitor.

A cobertura contou também com uma correspondente especial enviada a Roma para circular entre as pessoas. A repórter ouviu freiras, fiéis, turistas e crianças e mostrou a visão sobre o fato de quem estava na lá. Em meio a multidão a enviada especial do portal, acompanhava as reações e gravava filmes que foram postados junto às notícias no Portal. A iniciativa do G1 fez com que os leitores sentissem as emoções de quem estava em Roma, trazendo a sensação de que eles mesmos estavam lá. A proposta também foi um diferencial do G1 em relação a outros portais de notícias.

O G1 também utilizou de ferramentas como Facebook e o Twitter com links das matérias e informações importantes, ambos direcionando o leitor ao site. Botões curtir e retuitar eram encontrados em todas as páginas de notícias para que os leitores compartilhassem as notícias do portal. Além disso, uma ferramenta do G1 possibilita que todos os usuários que estiverem conectados ao Facebook vejam o que o seus amigos leram no portal e vice-versa. Essa atualização aparece em um box ao lado das notícias dentro do site enquanto o indivíduo está lendo. A interatividade também esteve presente nos comentários em cada uma das notícias, em que se formavam longas listas de opiniões que os leitores apontavam sobre o tema.

As informações eram muitas e a necessidade de repassá-las eram maiores ainda. Os meios multimídias pelo qual o Portal optou em informar as pessoas, concentraram-se na hora em que o Papa foi escolhido ao formato de vídeo. No momento em que a fumaça branca saiu, as fotos, textos e animações reduziram em boa parte. Uma união das Organizações Globo ficou em destaque durante a cobertura final do Conclave.

“FUMAÇA BRANCA: Novo Papa é escolhido. ACOMPANHE AO VIVO” (G1, 2013). O link não era mais para texto ou notícia, mas para a cobertura ao vivo da Globo News e da Rede Globo. O fator mostrou que em momentos em que a informação é mais importante que as possibilidades de um texto multimídia, o Portal optou por utilizar apenas uma mídia para garantir qualidade na transmissão da notícia.

Como a instantaneidade precisa estar em primeiro lugar no momento de uma informação tão relevante como essa, é comum alguns erros passarem despercebidos pelos editores. Apesar de não ter havido nada grave, como divulgação de informação errada ou falsa, o portal deixou uma pequena falha na sua cobertura. Após o Papa ser eleito a imagem e a chamada principal anunciavam o Argentino como o escolhido, mas



a legenda da foto indicava: “É ‘normal’ conclave ainda não ter resultado, diz porta-voz do Vaticano” (G1, 2013). Em meio à preocupação com a transmissão da correta da informação, a atualização do link foi esquecida. O problema foi resolvido cerca de uma hora depois.

A cobertura teve sequência nos dias que seguiram a eleição, com informações sobre a vida do papa eleito e a repercussão no mundo. A aba especial no item ferramentas deixou de existir alguns dias depois.

Considerações Finais

O espaço online mudou a forma de fazer jornalismo. Enquanto os outros meios de comunicação de massa preocupam-se com a próxima edição, nos portais de notícias não há edição, apenas a instantaneidade. Aconteceu tem que estar lá o mais rápido que for possível. Cada segundo perdido pode ser considerado atraso da informação. Com essa agilidade os outros meios também se modificaram.

A evolução dos meios de comunicação de massa e das redes sociais modifica a noção de tempo e espaço. Os telejornais e a imprensa escrita, quando noticiam um fato, fazem-no quando este já circulou pela Internet e pelas redes sociais – quando, na verdade, deixou de ser novidade. (CARVALHO LEÃO, PAULA LEÃO, SOUZA, 2012, p. 2)

A novidade é sempre aqui que aconteceu há poucos segundos, diferente dos outros meios. Na internet a notícia tem ser ágil e completa ao mesmo tempo. Ali o processo de produção da informação tem ser mais ágil o que se contrapõe com o espaço infinito para agregar conteúdo. As mais diferentes mídias podem ser utilizadas nesse espaço, mas isso deve ocorrer com rapidez, sem comprometer a instantaneidade da informação.

Isso pode ser observado na cobertura do G1 sobre eleição do papa Francisco I. A relação tempo *versus* informação esteve presente a todo instante. Enquanto havia tempo de sobra o portal ampliou sua cobertura o máximo possível, mas houve um ponto em que as pautas encerraram e ficaram, apenas, matérias com menos relevância. Em contraponto quando a informação tão aguardada chegou não havia tempo para formular conteúdos aprofundados, o que estimulou o Portal a apenas colocar no ar a cobertura que a Globo News e Rede Globo estavam fazendo sobre o tema.



Ao longo de toda a cobertura pode se ver como as características do jornalismo digital estão presentes. Além da teoria apontada pelos pesquisadores da área, na vida real, interatividade, hipertextualidade, convergência, não linearidade, personalização de conteúdo e instantaneidade são as principais ferramentas seguidas para uma cobertura tão grande como esta. Além de características, elas se tornam quase regra para garantir a amplitude da abordagem do tema. O resultado é qualidade, diversidade, confiança e conteúdo atrativo para os leitores.

Referências

ALMEIDA, Demócrito Garcia de. **Convergência de mídias no portal Globo.com**. In: Revista Eletrônica Temática. Novembro de 2008. Disponível em: <http://www.insite.pro.br>. Acesso em 12 de abril de 2013.

BARDOEL, Jo, DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of media professionals and professionalism**. In: Australian Journalism Review 23. 2001.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CARVALHO LEÃO, Inêz Aparecida de Carvalho. PAULA LEÃO, Vicente de. SOUZA, Heberth Paulo de. **Linguagem e Conhecimento: mídia, território, identidade cultural e suas interfaces com as TICs**. São Carlos, 2012. Disponível em: <http://sistemas3.sead.ufscar.br/ojs/Trabalhos/291-451-1-RV.pdf>. Acesso em 4 de abril de 2013.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto Hipermissão: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermissão**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção de informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.