



A notícia convergente: uma reconfiguração de linguagens¹

Maíra SOUSA²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

O atual cenário do jornalismo convergente é marcado pela distribuição de conteúdo em múltiplas plataformas. As organizações jornalísticas têm investido em novos formatos de linguagens para a web e para os dispositivos móveis, ao mesmo tempo que se apropria das redes sociais (RSIs) para a circulação de notícias. Neste contexto, o presente artigo de cunho teórico busca discutir as reconfigurações sofridas pela linguagem jornalística com o uso da internet e das redes sociais (RSIs), dando ênfase à hipermídia.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Convergente; Linguagem Jornalística; Hipermídia; Formatos Webjornalísticos; Redes sociais na internet (RSIs).

INTRODUÇÃO

A emergência da internet e dos dispositivos móveis multiplicou os espaços de circulação da notícia. A audiência, conseqüentemente, fragmentou-se, desafiando as organizações jornalísticas a se adaptarem e investirem em produtos nos mais variados formatos, a fim de atrair esse novo público consumidor e manter os antigos. Neste cenário, surge o jornalismo convergente: processo que envolve transformações tecnológicas, empresariais, profissionais e de conteúdo (SALAVERRÍA, GARCIA AVILÉS, MASIP, 2010).

Partimos do entendimento de que a história do jornalismo está atrelada aos avanços tecnológicos, e conseqüentemente, a linguagem jornalística sofre adaptações com o surgimento de cada nova mídia. Consideramos a notícia como “a socialização de quaisquer informações de caráter público, atual e singular e que atendem a diferentes interesses” (SILVA, 2009, p. 14), que para a socialização das informações utiliza “linguagens, narrativas e simbologias (as estéticas de texto, imagem, som) e técnicas modelares” (SILVA, 2009, p. 13-14). Nesse contexto, buscamos discutir, as reconfigurações sofridas pela linguagem jornalística com o uso da internet e das redes

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (POSJOR/UFSC). E-mail: jornalista.maira@gmail.com



sociais (RSIs), dando ênfase à hipermídia. Assim, começamos com uma contextualização do atual ecossistema midiático e da notícia convergente, seguida da definição de linguagem jornalística e linguagem hipermídia, e por fim, apresentamos alguns formatos de linguagens utilizados pelo jornalismo desenvolvido para internet.

1 – A NOTÍCIA CONVERGENTE E O NOVO ECOSSITEMA MIDIÁTICO

O conteúdo noticioso está em todos os lugares, desde as mídias tidas como tradicionais - como o jornal impresso, o rádio e a televisão – até as novas mídias e/ou tecnologias digitais - computador, *tablet*, *smarthphone*, redes sociais (RSIs), etc. O público tem consumido mais notícias. Segundo o *The State of the News Media 2013*³, não há uma substituição de um meio de informação por outro, mas, sim um maior consumo de informação a partir de todas as mídias e dispositivos existentes. Esse fenômeno faz parte do processo que está sendo definido como jornalismo convergente, o qual inclui mudanças nos âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e de conteúdo, e modifica a relação entre os produtores e os consumidores de notícias:

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

Além de modificar o modo de consumir notícias, a convergência afeta também o formato dos conteúdos, que passam a explorar mais a hipermídia (SALAVERRÍA, GARCIA AVILÉS, MASIP, 2010, p. 58). Neste artigo, nosso foco está na convergência de linguagens, que diz respeito à “crescente hibridação de conteúdos e formatos oferecidos ao público através de diversas plataformas” (SALAVERRÍA, 2010, p. 39).

Para Wilkinson, Grant e Fisher (2009, p. 03) o termo jornalismo convergente presume que “mídias de distribuição múltipla estão disponíveis para qualquer história, abrangendo diversas mídias de impressão, de difusão e mídias emergentes que incluem telefones celulares, quadros de mensagem, etc”⁴.

³ Relatório anual sobre a situação do Jornalismo nos Estados Unidos da América. Disponível em <<http://stateofthemedias.org/>>

⁴ No original: “*Convergent journalism presumes that multiple distribution media are available for any story, including a variety of print, broadcast, online, and emerging media that include cellular telephones, message boards, etc.*” (WILKINSON; GRANT; FISHER, 2009, p. 3).



O jornalismo convergente é considerado por Kolodzy (2006) como uma maneira de pensar os processos de produção e distribuição da informação, usando todas as mídias para atrair novos consumidores e segurar os atuais, concomitantemente. Segundo a autora, o objetivo é “abordar a crescente fragmentação da audiência, ao trabalhar com a crescente consolidação da propriedade dos grandes grupos de mídia” (KOLODZY, 2006, p. 24)⁵. Assim, as organizações noticiosas buscam com esse processo reconhecer as propriedades de cada meio, e assim, usá-las para atrair a atenção do público que está cada vez mais fragmentado e disperso, e nem sempre busca as notícias pelos veículos tradicionais. Para a autora, “o jornalismo convergente fornece notícias e informações em mais de um formato, usando os pontos fortes de cada um para melhor servir o público de notícias” (KOLODZY, 2006, p. 21)⁶.

As transformações sofridas pelo jornalismo têm alterado o ecossistema midiático. Canavilhas (2012) identifica três fatores que influenciam na mudança desse ambiente. O primeiro, mediático, está relacionado aos meios e as suas relações. No caso, a entrada da internet e dos dispositivos móveis no sistema. O segundo, contextual, seria a individualização do consumo e a mobilidade, uma consequência do primeiro fator. E por último, os tecnoambientais, ligados as às interfaces e a à ação dos consumidores no ecossistema (CANAVILHAS, 2012, p. 03).

Segundo o autor, esse novo ecossistema é caracterizado pela modificação no consumo de notícias, que passa a ser “individual, móvel, ubíquo e contínuo”; pela mudança do “sistema pull” no qual o público procura as informações, para um “sistema push” em que elas chegam até ele, que também pode decidir como, de que forma recebê-las; pela passagem de um sistema “media-cêntrico” para um “eu-cêntrico”, uma vez que os consumidores estão envolvidos em todos os processos, mas principalmente na redistribuição de notícias, o que pode se dar via e-mail ou redes sociais (CANAVILHAS, 2012, p. 08).

Nesse contexto, podemos citar conceitos que vem sendo trabalhados por pesquisadores brasileiros como os de recirculação e de dinâmica da notícia. O primeiro diz respeito aos “acontecimentos jornalísticos filtrados e comentados por interagentes, que contribuem, direta ou indiretamente, para aumentar o alcance de uma informação jornalística no Twitter” (ZAGO, 2012, p. 05), ou seja, consistiria na continuação da

⁵ No original: “*To address the growing fragmentation of the news audience, while working with the growing consolidation of news ownership.*” (KOLODZY, 2006, p. 24).

⁶ No original: “*Convergence journalism is providing news and information in more than one format, using the strengths of each format to best serve news audiences*” (KOLODZY, 2006, p. 21).



circulação da notícia, agora a partir das ações dos atores da rede. O segundo seria “o movimento do texto noticioso na internet, provocado pela interação dos *actantes* da rede [...] que o reconfiguram constantemente” (LONGHI; SOUSA, 2012, p. 525), a partir das características desses espaços, que envolvem, além das organizações jornalísticas, os usuários das redes sociais que se tornam ao mesmo tempo comentadores, distribuidores e responsáveis pela reverberação da notícia. Assim, a hipermídia e a interatividade do meio alteram o modelo padrão de comunicação, ao incluir o público leitor na produção de mensagens, ao mesmo tempo que consegue reunir em uma única mídia características de várias outras mídias.

Neste artigo, nos interessa discutir mais profundamente o primeiro fator que altera o ecossistema midiático, o fator mediático. Referente aos meios e as suas relações, que pode ser relacionado, segundo Canavilhas (2012, p. 03), ao estudo dos meios como extensões do homem, de McLuhan, e ao conceito de remediação, de Bolter e Grusin.

Na concepção de McLuhan (2007, p. 22), “o conteúdo’ de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo”. O autor exemplifica, “o conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo” (MCLUHAN, 2007, p.22). Nesse sentido, a natureza da internet é mais que uma mídia anterior, é uma “simbiose dos conteúdos de todos os meios anteriores” (CANAVILHAS, 2012, p. 03).

Partindo da mesma concepção de McLuhan, Bolter e Grusin (2000) introduzem o conceito de remediação. Entretanto, eles vêm como problemático o exemplo citado acima: “McLuhan não estava pensando em simples reaproveitamento, mas talvez em um tipo mais complexo de empréstimo no qual um meio é em si incorporado ou representado em outro” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 45)⁷. Assim, eles chamam de remediação a representação de um meio em outro:

A remediação é uma característica que define as novas mídias digitais. [...] podemos identificar um espectro de diferentes formas em que a mídia digital remedia os seus antecessores, um espectro, dependendo do grau de competitividade ou rivalidade percebida entre as novas e as antigas mídias (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 45)⁸.

⁷ No original: “*McLuhan was not thinking of simple repurposing, but perhaps of a more complex kind of borrowing in which one medium is itself incorporated or represented in another*” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 45).

⁸ No original: “*Remediation is a defining characteristic of the new digital media. [...] we can identify a spectrum of different ways in which digital media remediate their predecessors, a spectrum depending on the degree of perceived competition or rivalry between the new media and them the old*” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 45).



Na remediação, não há um esquecimento, “a nova mídia continua a depender das anteriores de forma reconhecida ou não” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 47)⁹. Mas assim como uma outra mídia pode ser representada na digital, a remediação pode ser mais agressiva. Nesse caso, “posso tentar remodelar totalmente o meio antigo ou mídia, embora ainda marcando a presença dos meios anteriores” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 46)¹⁰.

As mudanças causadas pelas novas mídias também são discutidas por Lemos (2005). Segundo o autor, com a emergência das tecnologias informacionais, a sociedade tem passado por uma reconfiguração geral. Nesse sentido, ele propõe três leis da cibercultura (LEMOS, 2005, p. 02-03):

A primeira é a lei da liberação do pólo de emissão, a partir das novas maneiras de manifestação social e da liberação da informação e da opinião de todos, permitidos por ambientes como chats, weblogs, redes sociais. A segunda é chamada de princípio de conectividade generalizada, em que tudo está em rede se comunicando: “pessoas, máquinas, objetos, monumentos, cidades”. A lei da reconfiguração é a terceira. De acordo com Lemos, “tudo muda, mas nem tanto”. Não existindo uma substituição ou aniquilamento de meios, mas sim uma reconfiguração de “práticas, modalidades midiáticas, espaços, sem a substituição de seus respectivos antecedentes”.

A ideia da reconfiguração ecoa no conceito de remediação, segundo Lemos (2005). No entanto, ela vai além: “por reconfiguração compreendemos a ideia de remediação mas também a de modificação das estruturas sociais, das instituições e das práticas comunicacionais” (LEMOS, 2005, p. 03).

Das três concepções citadas acima (MCLUHAN, 2007; LEMOS, 2005; BOLTER; GRUSIN, 2000), temos em comum a ideia de reconfiguração de práticas, formatos e linguagens, ao contrário da substituição de uma mídia por outra. É nesse sentido que discutimos as reconfigurações pelas quais a notícia passa. Assim, consideramos que a linguagem jornalística se adapta às particularidades e especificidades de cada um dos espaços por onde circula.

A história do jornalismo sempre esteve ligada aos avanços tecnológicos. Com o surgimento de um novo meio de comunicação, a notícia precisa se adaptar, pois cada um “possui características tecnológicas que condicionam seu modo de circulação, de

⁹ No original: “the new media remains dependent on the older one acknowledged or unacknowledged ways” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 47).

¹⁰ No original: “I can try to refashion the older medium or media entirely, while still marking the presence of the older media” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 46).



produção e de consumo”, (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 55). Foi assim com o rádio, com a televisão e agora, com a internet, que vem transformando o texto jornalístico. Para Salaverría (2005):

É precisamente o suporte o que determina os processos editoriais e as linguagens de cada tipo de jornalismo. Por isso, a consolidação de uma nova plataforma de difusão, representada pelas redes interativas e em particular pela Internet supõe um argumento fundamental para saudar o aparecimento de uma nova forma de jornalismo (SALAVERRÍA, 2005, p. 16)¹¹.

2 – A LINGUAGEM JORNALÍSTICA NA INTERNET

Para que exista uma linguagem é necessário contar com um sistema de signos que se combinem, de acordo com normas estabelecidas previamente. “A linguagem é um meio de expressão cujo caráter dinâmico supõe um desenvolvimento temporal de qualquer sistema de signos, imagens ou sons, tendo como objeto a organização deste sistema para significar ou expressar ideias, emoções ou sentimentos” (MITRY, 1974 *apud* CANAVILHAS, 2007a, p. 38)¹².

Santaella considera que todas as linguagens são híbridas e formadas pelos “processos sógnicos que muito justamente são produzidos e transitam pelas mídias” (2007, p. 75). Para a autora, as mídias são meios, suportes materiais e canais físicos nos quais as linguagens circulam, os quais não teriam sentido sem as mensagens que transmitem. Mas esses processos comunicativos pressupõem linguagens e sistemas sógnicos diferenciados, os quais se configuram a partir do potencial e limite de cada mídia e as misturas de linguagem, como exemplo, a hipermídia (SANTAELLA, 2007, p. 77-78).

Na linguagem jornalística, o foco está no conteúdo: “o jornalismo se propõe a processar informação em escala industrial e para consumo imediato” (LAGE, 1999, p. 35). Segundo Canavilhas (2007a), o objetivo do texto jornalístico é transmitir a mensagem de maneira eficaz:

Jornalismo, por sua vez, produz notícias, relatos da realidade escritos de acordo com regras e códigos profissionais que evoluíram ao longo do tempo a um estilo muito definido. Seu principal objetivo é informar

¹¹No original: “Y es precisamente el soporte el que determina los procesos editoriales y lenguajes de cada tipo de periodismo. Por eso la consolidación de una nueva plataforma de difusión, representada por las redes interactivas y en particular por internet supone un argumento clave para saludar la aparición de una nueva forma de periodismo” (SALAVERRÍA, 2005, p. 16).

¹²No original: “Un lenguaje es un medio de expresión cuyo carácter dinámico supone el desarrollo temporal de cualquier sistema de signos, imágenes, o sonidos, teniendo como objeto la organización de este sistema expresar o significar ideas, emociones o sentimientos” (MITRY, 1974 *apud* CANAVILHAS, 2007, p. 38).



com objetividade, clareza e simplicidade, embora em determinados casos, busque também o entretenimento (CANAVILHAS, 2007a, p. 35)¹³.

A linguagem jornalística, segundo Peltzer (1992, p. 89) é “um sistema de signos que se adequam à função informativa, à transmissão das mensagens de actualidade através dos meios de comunicação social”. Para Martínez Albertos (2004) *apud* Canavilhas, 2007a, p. 37-38; Edo, 2009, p. 23-24; Peltzer, 1992, p. 87, ela possui seis características, que apesar de terem sido concebidas considerando a mídia impressa, também podem ser adaptadas às demais: 1) Correção: texto gramaticalmente correto, atrativo e bem elaborado, com linguagem próxima da língua culta coloquial; 2) Concisão: predomínio de frases curtas e concisas, escritas sem ambiguidades; 3) Clareza: uso de verbos na voz ativa e no modo indicativo; 4) Captação do receptor: colocar as informações mais importantes no início da notícia para a narrativa ficar interessante; 5) Produção coletiva: diferentes co-autores tem responsabilidades distintas no texto final (produtor, repórter, editor); 6) Linguagem mista: diferentes códigos compõem uma única notícia.

De acordo com Edo, o exercício do jornalismo em cada uma de suas modalidades conta com um sistema de signos próprio (EDO, 2009, p. 18).

2.1 – A LINGUAGEM HIPERMÍDIA

A linguagem dos meios digitais reúne características de todas as mídias anteriores. Inicialmente relacionada ao computador, ela transformou a cultura do impresso, modelo de escrita e leitura estabelecido há séculos. Apesar da linguagem hipertexto surgir efetivamente com o computador, na década de 1980, ela teve como precursores o *Memex* e o *Xanadu*, sistemas idealizados ainda nos anos de 1940 e 1960, respectivamente (LÉVY, 1993; LONGHI, 2000; SANTAELLA, 2003; SCOLARI, 2008).

Ainda durante os anos 1960, Theodore Nelson cunhou o termo hipertexto “para exprimir a ideia de escrita/leitura não linear em um sistema de informática” (LÉVY, 1993, p. 29) e criou o *Xanadu*, um sistema de arquivamento e informação que funcionaria como um grande arquivo virtual literário, de publicação hipertextual,

¹³No original: “*El periodismo, por su parte, produce noticias, relatos de la realidad escritos de acuerdo con reglas y códigos profesionales que han evolucionado a lo largo del tiempo a un estilo muy definido. Su objetivo fundamental es informar con objetividad, claridad y sencillez, aunque en determinados casos persiga también el entretenimiento*” (CANAVILHAS, 2007a, p. 35).



universal e instantânea, onde os usuários poderiam se interconectar, escrever, interagir e comentar o conteúdo disponibilizado na rede (LÉVY, 1993; LONGHI, 2000). Em 1965, durante uma conferência intitulada *Computers, Creativity, and the Nature of the Written Word* Nelson definiu pela primeira vez o termo hipertexto:

Com a memória do computador não é necessário impor uma seqüência ao material e, em vez de memorizar simplesmente os materiais na ordem de chegada ou na ordem em que foram listados, será possível criar estruturas gerais de maior complexidade. Estas podem ter, por exemplo, a ramificação para diferentes direções. Podemos chamar <<hipertextos>> a estas estruturas complexas não sequenciais (NELSON, 1992a, p. 180 *apud* SCOLARI, 2008, p. 86)¹⁴.

Para Landow (1997 *apud* LONGHI, 2000, p. 25) o hipertexto é um “meio de informação que liga dados em forma verbal e não-verbal” e permite leitura de forma multi-seqüencial. Segundo Lévy (1993), consiste em fragmentos, partes, módulos de textos que se ligam a outros, que ajudam a completar a informação:

Um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequencias sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens da informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular” (LÉVY, 1993, p.33).

A partir da concepção do hipertexto surge a hipermídia, entendida como uma extensão dessa linguagem (SANTAELLA, 2003-2004). De acordo com Longhi (2000, p. 30), o hipertexto pode ser considerado um tipo de texto eletrônico, com as seguintes características: “a escrita e a leitura não-seqüencial, a interatividade possibilitada pelo meio digital e a existência de elos de ligação (links) – textuais ou não”. Segundo a autora, quando são acrescentados ao hipertexto sons e imagens, aparece a hipermídia: “que teria as mesmas funções do hipertexto, porém, com a possibilidade de inclusão da informação sonora e visual” (LONGHI, 2000, p. 22).

Para Santaella (2003), a hipermídia seria uma expansão do hipertexto, que adota a mesma estrutura, mas oferece a possibilidade do usuário, além de navegar

¹⁴No original: “Con la memorización del ordenador no es necesario imponer una secuencia al material y, en vez de memorizar simplemente los materiales en el orden de llegada o en el orden en que fueron anotados, será posible crear estructuras generales de mayor complejidad. Éstas pueden tener, por ejemplo, ramificaciones hacia distintas direcciones. Podemos llamar <<hipertextos>> a estas estructuras complejas no secuenciales” (NELSON, 1992a, p. 180 *apud* SCOLARI, 2008, p. 86).



livremente por textos, em uma leitura não-linear, ter acesso a fotos, ilustrações, animações, vídeos, arquivos sonoros e de vídeo. É um dispositivo tecnológico que une recursos do hipertexto e da multimídia: “uma nova forma de mídia que utiliza o poder do computador para arquivar, recuperar e distribuir informação na forma de figuras gráficas, texto, animação, áudio, vídeos, e mesmo mundos virtuais dinâmicos” (SANTAELLA, 2003, p. 93). Segundo a autora, a hipermídia é considerada uma linguagem, que pode ser definida a partir de quatro características fundamentais (SANTAELLA, 2003, 2004):

- **Hibridização de linguagens:** também chamada de “convergência das mídias”, é a capacidade de unir várias mídias (textos, imagens fixas e animadas, vídeos, sons) que convergem em uma só.

- **Capacidade de armazenamento de informações:** devido a sua estrutura não sequencial e multidimensional, o leitor pode unir, separar e criar inúmeras versões virtuais de um mesmo documento hipertextual a partir de ações associativas e interativas.

- **Cartograma navegacional:** por ser constituída de partes e fragmentos de textos, a hipermídia presume a criação de roteiros e programas que guiam o leitor no processo de navegação, permitindo buscas, descobertas e escolhas ao longo da rede.

- **Linguagem eminentemente interativa:** uma vez que ao final de cada tela é preciso escolher para onde seguir, o usuário é quem determina o que será visto e em qual ordem.

A hibridação de conteúdos ocorre quando “a multimídia ou a convergência retórica deixam de ser algo mais que uma soma de meios em uma única tela: as linguagens começam a interagir entre si e emergem espaços híbridos que podem dar origem a novas formas de comunicação¹⁵”, segundo Scolari (2008, p. 104).

Larrondo Ureta (2009) usa o termo hipertexto jornalístico para definir: uma escrita inacabada e composta de múltiplas lexias que multiplicam a produção de sentido e introduzem elementos de ruptura na unidade textual estabelecida pelo autor; o discurso hipernarrativo polifônico: autor + leitor-autor; os novos parâmetros de temporalidade e espacialidade da escrita e da leitura. Segundo a autora, com o

¹⁵No original: “La multimedialidade o la convergencia retorica dejan de ser algo más que una suma de medios en una única pantalla: los lenguajes comenzzan a interactuar entre sí y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación” (SCOLARI, 2008, p. 104)



hipertexto, a informação deixa de ter uma estrutura central, hierarquia e linear, passando a não-linear e composta por nós, nexos ou redes.

3 – FORMATOS JORNALÍSTICOS NA INTERNET

A mídia digital permite tanto a circulação de notícias em múltiplas plataformas, como possibilita a criação de um texto jornalístico hipermediático, que traz como principais características a hipertextualidade, a multimídia, a interatividade, a personalização, a memória e a atualização contínua (CANAVILHAS, 2007a, 2010a, PALACIOS, 2003):

No caso da Web, o texto e as fotos da imprensa, o som do rádio e as imagens em movimento da televisão são os elementos que se combinados se transformam na primeira característica do webperiodismo: a multimídia. Somando a esses elementos a capacidade de conecta-los entre si com links (hipertexto) nascem duas outras características: a hipertextualidade e a interatividade. A caracterização da nova mídia se complementa com os elementos resultantes da própria natureza da Web, como a instantaneidade (imediatez), a personalização, a memória (arquivo) e a onipresença. Cada uma destas características, quando exploradas devidamente, podem contribuir para aumentar a qualidade das notícias¹⁶ (CANAVILHAS, 2010a, p. 54)

A linguagem de uma nova mídia sempre leva um tempo para se solidificar (SCOLARI, 2008). Por isso, quando surge um novo meio, ele traz características dos anteriores. No caso da internet, inicialmente, os sites noticiosos realizavam apenas a transposição do conteúdo dos jornais impressos, o que foi caracterizado por Mielniczuk (2003), como a primeira geração do jornalismo digital. Atualmente, Barbosa (2013) propõe uma quinta fase, impulsionada pelo efetivo uso de dispositivos móveis na produção e circulação de conteúdos, assim como, pela distribuição de notícias em multiplataformas. Entre as principais características desta quinta geração, estão: a medialidade, a horizontalidade, o *continuum* multimídia, as mídias móveis, os aplicativos e os produtos autóctones (BARBOSA, 2013, p. 42). Segundo a autora, essa fase considera o conceito de remediação, de Bolder e Grusin, no entanto, já prevendo uma ‘pós-remediação’:

¹⁶No original: “En el caso de la Web, el texto y fotos de la prensa, el sonido de la radio y las imágenes en movimiento de la televisión son los elementos que combinados se transforman en la primera característica del webperiodismo: la multimedialidad. Añadiendo a estos elementos la capacidad de conectarlos entre sí con enlaces (hipertexto) nacen dos otras características: la hipertextualidad y la interactividad. La caracterización del nuevo medio se completa con elementos resultantes de la propia naturaleza de la Web como la instantaneidad (inmediatez), la personalización, la memoria (archivo) y la ubicuidad. Cada una de estas características, cuando son explotadas debidamente, pueden contribuir para aumentar la calidad de las noticias” (CANAVILHAS, 2010a, p. 54).



Nesse sentido, a hipermediação que foi proposta como uma das lógicas do processo de remediação – ao lado da imediação –, atualmente está mais para a multiplicação dos meios e para a proliferação dos artefatos a eles relacionados, segundo aponta Grusin (Gonçalves, 2010, p.159). Essa constatação, para nós, coincide com a intensificação multiplataforma, a noção do continuum multimídia, e a emergência dos diversos aplicativos jornalísticos para smartphones e tablets, dispositivos principais da mobilidade (BARBOSA, 2013, p. 44).

Atualmente, dentre os principais formatos webjornalísticos, podemos citar o especial multimídia, o slideshow e o infográfico: “tais narrativas têm utilizado a multimídia numa combinação e rearranjo de linguagens específica dos meios digitais e, mais ainda, conectados em rede” (LONGHI, 2009, p. 02).

O especial multimídia é considerado o exemplo por excelência de reportagem hipermídia, uma vez que combina conteúdos de diferentes formatos midiáticos (LARRONDO URETA, 2009). Na definição de Longhi (2010), é uma: “grande reportagem constituída por formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, dentre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear” (LONGHI, 2010, p. 153).

No slideshow, a narrativa é construída a partir da sucessão de fotografias que dão sentido à um determinado fato. Para Longhi (2011, p. 783), apesar de um formato bastante simples, o slideshow pode ser considerado um produto “noticioso e mesmo narrativo, quando o contexto causado pela sucessão de imagens é capaz de lhe conferir um sentido expressivo, ou seja, ultrapassando o sentido individual de cada foto em particular”.

O infográfico multimídia webjornalístico é outro modelo específico da hipermídia, o qual reúne imagens estáticas e dinâmicas, 3D, animações, sons, interatividade, “apresentando uma estrutura multilinear que integra diferentes formatos, constituindo uma unidade informativa” (RIBAS, 2004, p. 10 *apud* LONGHI, 2008, p. 190).

No atual cenário do jornalismo convergente, a circulação de conteúdos na internet configura-se cada vez mais através de sistemas dinâmicos, como os agregadores de conteúdo e as redes sociais, nos quais as notícias são distribuídas aos leitores num processo cada vez mais descentralizado. No entanto, ainda estão se configurando formatos de linguagem específicos para os novos dispositivos digitais (RSIs, *smartphones*, *tablets*, etc).



As redes sociais na internet vem somar nesse processo como um novo espaço de produção e de circulação de notícias, potencializando a circulação e a reconfiguração das publicações no ciberespaço a partir da participação dos usuários. As RSIs podem ser consideradas vitrines do conteúdo noticioso publicado nos portais jornalísticos. Porém, cada rede social possui características específicas que podem influenciar no conteúdo postado.

Uma pesquisa realizada por Zago e Recuero (2011) sobre as apropriações jornalísticas do Twitter constatou que somente agora as empresas começam a produzir notícias com uma linguagem mais adaptada as especificidades das RSIs, pois no início, ocorria apenas a reprodução da manchete dos portais. Dessa forma, segundo as autoras, tem ocorrido “uma diminuição na proporção de contas dedicadas ao uso considerado como menos original *‘feed’*”. Foi percebido também “aumento considerável em duas formas de utilização mais adaptadas às especificidades do Twitter: ‘notícia curta’ e ‘misto’” (ZAGO; RECUERO, 2011, p. 157). Segundo a definição de Zago e Recuero (2011): -o *“feed”* ocorre se o conteúdo for originário de um RSS¹⁷ de outro site ou no caso de publicações com a reprodução da manchete do portal com link para a matéria. A “notícia curta” se configura quando são postadas não apenas manchetes (como no caso dos *feeds*), mas sim “verdadeiras notícias” em 140 caracteres. O “misto” acontece de forma variada, ou seja, no caso do uso tanto do *feed* como da notícia curta

Na rede social Facebook percebemos algo semelhante. Apenas recentemente as organizações jornalísticas têm criado postagens levando em consideração as características da ferramenta. Até pouco tempo, ainda era comum o simples compartilhamento das notícias dos portais, sem sequer acrescentar uma manchete ou informações contextualizando o fato.

Pensando no jornalismo convergente com as redes sociais, Bradshaw (2007) propõe um modelo de notícia específico para o século XXI. Intitulado de Diamante da Notícia (News Diamond), esta seria uma “alternativa” à pirâmide invertida, um modelo em que a notícia seria construída constantemente, a partir de vários estágios, considerando a velocidade e a profundidade na produção do conteúdo. O primeiro estágio seria o de alerta, com uma atualização curta dando conta que determinado fato aconteceu, e a partir de então, começaria a produção de conteúdos jornalísticos mais detalhados para serem disponibilizados em outros espaços da web.

¹⁷ RSS: é um subconjunto de "dialetos" XML que serve para agregar conteúdo, podendo ser acessado mediante programas ou sites agregadores. É usado principalmente em sites de notícias e blogs.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vivemos em um período de constantes reconfigurações. A internet modificou práticas jornalísticas, alterou o ecossistema midiático e tem permitido a criação de novos formatos de linguagem, ao mesmo tempo que reconfigura os antigos. A notícia agora é onipresente, tendo seu valor potencializado com a participação do público consumidor.

Em relação à linguagem, percebemos que os formatos jornalísticos hipermidiáticos para a web têm se solidificado nos últimos anos nos portais dos jornais de referência. Os especiais multimídia, os slideshows e os infográficos são bastante utilizados em reportagens especiais. No entanto, encontramos ainda experimentações de novos formatos hipermidiáticos, que cada vez mais incluem a participação do consumidor. No caso das redes sociais na internet, o uso desses espaços pelas organizações noticiosas ainda é recente, não notamos uma linguagem e/ou um formato jornalístico consolidado, mas sim inovações como tentativas de atrair a atenção e a participação do público. Apesar desta linguagem ainda encontrar-se em construção, podemos dizer que nas RSIs, a notícia ganha como aliados os usuários das redes que podem enriquecer o texto com comentários e aumentar a circulação da publicação a partir das replicações.

A reconfiguração do jornalismo e da linguagem jornalística desde o surgimento da internet é algo indiscutível. Não podemos negar que já existem formatos de linguagem específicos para a hipermídia, no entanto, ainda vivemos um período de reconfiguração, em que são testados e criados novos modelos de linguagem, seja para a web, seja para os dispositivos móveis ou para as redes sociais na internet.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo, o na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BRADSHAW, P. **A Model for the 21st Century Newsroom: the news diamond**. Online Journalism Blog, 2007. Disponível em: <<http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-newsdiamond/>> Acesso: 13 set 2011



CANAVALHAS, João. **O novo ecossistema midiático**. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Acesso: 01 dez. 2012.

_____. Los retos del webperiodismo: lenguaje, recursos humanos y modelos económicos. In: IVARS NICOLÁS, Begoña. (ed.). **I Congreso Internacional de Comunicación Audiovisual y Publicidad: Internet y la información**. Alicante: Limencop. Pp. 50-65. 2010a. Disponível em <<http://www.in2web.es/cicap/publicaciones/internetylainformacion.pdf>> Acesso 20 jan. 2012.

_____. **Webnoticia: proposta de modelo periodístico para la WWW**. Covilhã: Livros LabCom, 2007a.

EDO, Concha. **Periodismo informativo e interpretativo**. El impacto de internet em la noticia, las fuentes y los géneros. Alfandega Grupo Editor, 2009.

KOŁODZY, Janet. **Convergence journalism – writing and reporting across the news media**. Oxford (UK): Rowman & Littlefield publishers, 2006.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ática, 1999.

LARRONDO URETA, Ainara. **La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo**. Disponível em <http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art_id=317>. Acesso: 15 nov 2012.

LEMOS, André. CIBER-CULTURA-REMIX. In: **Seminário de “Sentidos e processos”**, 2005. São Paulo. D 2005. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>>. Acesso em 10 abr. 2013.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LONGHI, Raquel Ritter; SOUSA, Maíra. A dinâmica da notícia na internet: organizações jornalísticas e atores da rede. **Contemporanea** (UFBA. Online), v. 10, p. 511-529, 2012. Disponível em <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6343/4686>>. Acesso 04 jan 2013

LONGHI, Raquel Ritter. Formatos de linguagem webjornalística: a fotorreportagem revisitada. In. SOSTER, Demétrio de Azeredo; LIMA JÚNIOR; Walter Teixeira (orgs.). **Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011.

_____. Slideshow como formato noticioso. In: **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 3, 2011. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/10384>>. Acesso em: 10 jan. 2012.



_____. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. **Revista Estudos em Comunicação**. v. 2, n. 7, 2010. Disponível em <<http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/longhi.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2012.

_____. Narrativas webjornalísticas em multimídia: breve estudo da cobertura do NYTimes.com na morte de Michael Jackson. In: **Anais da SBPJor 2009**, São Paulo, Brasil: novembro de 2009.

_____. **Metáforas e Labirintos: a narrativa em hipertexto na internet**. (2000). Disponível em <<http://www.nepijor.ufsc.br/bancodearquivos/livrodissert.pdf>> Acesso: 09 jun. 2012.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conceitos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

PELTZER, Gonzalo. **Jornalismo Iconográfico**. Planeta Editora, Lisboa, 1992.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCIA AVILÉS, José Alberto; MASIP, Pere Masip. Concepto de convergencia periodística. In: LÓPEZ GARCIA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé (Orgs.) **Convergencia Digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España**. Santiago de Compostela: Servizo de Publicaciones e Intercambio Científico, Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. Estructura de la convergencia. In: LÓPEZ GARCIA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé (Orgs.) **Convergencia Digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España**. Santiago de Compostela: Servizo de Publicaciones e Intercambio Científico, Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

_____. **Redacción periodística em internet**. Ediciones Universidad de Navarra, 2005.

SANTAELLA, Lucia. As linguagens como antídotos ao midiacentrismo. **Matrizes**. São Paulo, n. 1, p. 75-97, 2007.



_____. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones.** Elementos para una Teoría de la comunicación digital Interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

SILVA, Gislene. O fenômeno noticioso: objeto singular, natureza plural. In: **Estudos em jornalismo e mídia.** v. 6, n. 2, 2009. Disponível em < <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/11607/11273#>>. Acesso em: 01 set. 2012.

THE state of the news media 2013. Disponível em < <http://stateofthemedias.org/>> 15 abr. 2013.

WILKINSON, Jeffrey S.; GRANT, August E.; FISHER, Douglas J. **Principles of Converge Journalism.** New York: Oxford University Press, 2009.

ZAGO, Gabriela. Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no twitter. **Anais do XXI Encontro da Compós,** Juiz de Fora: junho de 2012.

ZAGO, Gabriela; RECUERO, Raquel. Jornalismo em microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter. In: **Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas / Gislene Silva ... et al. organizadores.** Salvador : EDUFBA; Brasília : Compós, 2011.