

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUC-SP

Dáleth dos Santos Maia Lucas

Égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas
Um estudo dos portais ORM News e Diário Online

Doutorado em Comunicação e Semiótica

São Paulo

2018

Dáleth dos Santos Maia Lucas

Égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas
Um Estudo dos Portais ORM News e Diário Online

Doutorado em Comunicação e Semiótica

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação e Semiótica, sob orientação do Prof. Dr. Oscar Angel Cesarotto.

São Paulo

2018

BANCA EXAMINADORA

RESUMO

A presente pesquisa pretende estudar o modo como a informação local é transmitida no ambiente comunicacional, que já não hierarquiza regionalidades, mas abraça a ideia de uma miscigenação revestida de unicidade com o que é percebido no mundo globalizado, hibridizado. Trata-se de um estudo de caso do Portal ORM News e Portal Diário Online, situados em Belém do Pará. A percepção da potencialidade oferecida pela tecnologia digital para a disponibilização de informações locais passou a motivar a criação de múltiplos projetos, que passaram a utilizar, especialmente, a Web para veiculá-los.

Ao constatar o webjornalismo como uma das espécies emergentes do jornalismo regional, a hipótese de pesquisa propõe que a digitalização da informação beneficiou a criação de novos formatos para a veiculação de notícias locais, criando outro ambiente comunicativo, além de considerar que os jornais regionais online são um exemplo e uma tendência crescente, não só na geografia dos jornais aqui citados, mas mundial, global, que vêm cooperando no aumento da audiência de conteúdos locais.

A tese utiliza como base teórica as contribuições de Canclini, Hall e Martin-Barbero sobre as temáticas do hibridismo cultural, concepções de identidade e formas mestiças de comunicação. O método de análise que será desenvolvido na pesquisa é o de promover, não a discriminação do modo como a realidade local surge no jornalismo digital dos portais, mas da percepção de que o mundo pós-contemporâneo já disponibiliza de meios hibridizadores, na dimensão do entendimento que se deve ter do Égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas, tornando, então, possível comparar os dois processos e suas mídias.

Palavras-chave: Webjornalismo, Regionalismo, Hibridização, Portais de notícias.

ABSTRACT

The present research intends to study how local information is transmitted in the communicational environment, which no longer hierarchizes regionalities, but embraces the idea of a miscegenation clothed in uniqueness with what is perceived in the globalized, hybridized world. This is a case study of the Portal ORM News and Portal Diário Online, located in Belém do Pará. The perception of the potential offered by digital technology for the provision of local information, to motivate the creation of projects, which have come to use, especially, the Web to convey them.

When we consider web journalism as one of the emerging species of regional journalism, a research hypothesis proposes the digitization of information, the creation of new formats for the visualization of local news, creating another communicative environment, besides considering the international regional newspapers are an example and a growing trend, not only in the geography of the newspapers cited here, but global, which have cooperated in increasing the audience of local content.

The thesis uses as a theoretical basis the contributions of Canclini, Hall and Martín-Barbero on the themes of cultural hybridism, conceptions of identity and cross-cultural forms of communication. The method of analysis that is developed in the research and promotion is not a discrimination of the way local reality appears in the digital journalism of the portals, but of the perception that the post-contemporary world already available of hybridizing means, in the dimension of understanding that develops from the *égua paidéúgua*, with infinite leagues of truces, making then available, compares the two processes and their media.

Keywords: Webjournalism, Regionalism, Hybridization, News portals.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01_ Home page do Portal ORM News	44
FIGURA 02_ Home page do Portal Diário Online.....	45
FIGURA 03_ Inserção do Portal ORM sobre o IDH de Melgaço, em 01/08/2013	48
FIGURA 04_ Inserção do Portal DOL sobre o IDH de Melgaço, em 27/09/2013	49
FIGURA 05_ Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Fiéis aguardam pela passagem da imagem de Nossa Senhora de Nazaré. Belém, Pará.....	57
FIGURA 06_ Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Aproximação da Berlinda. Belém, Pará.....	57
FIGURA 07_ Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Os promesseiros acompanham a passagem da imagem.....	57
FIGURA 08_ Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Berlinda aproximada - Pequeno oratório envidraçado para a imagem da santa	57
FIGURA 09_ Transmissão do Círio em 360°, em 08/11/2016	63
FIGURA 10_ Representação gráfica de conteúdo audiovisual em vídeo no Portal ORM News no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.....	66
FIGURA 11_ Representação gráfica de conteúdo audiovisual em vídeo no Portal Diário Online no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.....	66
FIGURA 12_ Representação gráfica de entrevistados em vídeo no Portal ORM News no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.	66
FIGURA 13_ Representação Gráfica de entrevistados em vídeo no Portal Diário Online no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.	66

FIGURA 14_ Interface do Aplicativo Kd a Berlinda?, em 08/10/2017.....	72
FIGURA 15_ Composição funcional do Portal Diário Online	105
FIGURA 16_ Composição funcional do Portal ORM News.....	106
FIGURA 17_ Perfil do Portal DOL no Twitter	111
FIGURA 18_ Perfil do Portal ORM News no Twitter.....	111
FIGURA 19_ Perfil do Portal DOL no Facebook	111
FIGURA 20_ Perfil de publicações da rede social <i>Instagram</i> do Portal ORM News.	113
FIGURA 21_ Postagem da capa do jornal O Liberal no perfil do Instagram do Portal ORM News.	113
FIGURA 22_ Perfil de publicações da rede social <i>Instagram</i> do Portal Diário Online.	114
FIGURA 23_ Postagem do perfil do Instagram do Portal Diário Online.....	114

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 CAP.I Ë A PLURISSIGNIFICAÇÃO DO JORNALISMO QUE SE FAZ NA INTERNET	18
1.1 Da Ortodoxia Regional ao Híbrido Contemporâneo	27
1.2 Grupo RBA e o Surgimento do Portal Diário Online	40
1.3 Grupo ORM e o Surgimento do Portal ORM News	42
1.4 Múltiplas Identidades.....	43
1.5 Programas Jornalísticos Online.....	50
CAP. II Ë A IMAGEM, SUA UTILIZAÇÃO E EFICÁCIA NO WEBJORNALISMO HÍBRIDO	52
2.1 O Uso do Ao Vivo como Fator de Integração e Identificação.....	52
2.1.1 Cobertura do Círio de Nazaré	55
2.1.2 A Representatividade do Cidadão nos Conteúdos Audiovisuais.....	65
2.3 Convergência, Reiteração e a Transformação dos Processos Comunicativos online.....	70
2.4 A Imagem no Imaginário Híbrido de Quem Faz Webjornalismo.....	74
CAP. III Ë MUDANÇA NAS REDAÇÕES MEDIANTE OS CAMINHOS DO WEBJORNALISMO HÍBRIDO	90
3.1 Relações de Audiência do Webjornalismo	90
3.2 A velocidade do Webjornalismo do Égua Paidégua	92
3.3. O Webjornalista e a Produção de Conteúdo	94
3.4. Interatividade e Sua Relevância Para o Webjornalismo.....	95

3.4.1 Fases da Interatividade nos Portais DOL e ORM News.....	98
3.5 Reconfiguração dos Métodos Organizacionais	103
3.6 Os Portais e as Redes sociais.....	107
3.6.1 Os Portais e as Redes sociais Twitter, Facebook e Instagram	109
3.7 Transformações Geradas pelo Ciberculturalismo.....	116
3.8 Webjornalismo Colaborativo e o Filtroprossumidor	124
3.9 Evolução e Gerações do Webjornalismo.....	128
3.10 Webjornalismo Colaborativo.....	134
3.11 Intertextualidade, Multimídia, Interatividade, Personalização, Memória e Banco de Dados	138
CAP. IV É AS FRONTEIRAS DE LINGUAGEM DO WEBJORNALISMO HÍBRIDO	153
4.1 Arquétipos Webjornalísticos	159
4.2 Webjornalismo Híbrido e Convergência Midiática	161
4.3 Interações Híbridas Entre Jornalismo e Publicidade	167
4.4 O Entendimento Narrativo do Égua Paidégua	176
CONSIDERAÇÕES FINAIS	187
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	191

INTRODUÇÃO

Discorrer sobre o webjornalismo implica, necessariamente, falar de Internet, da coleta e divulgação de informações por meios digitais e das alterações que seu advento gerou e continua a gerar dentro da história do jornalismo, história essa, que continua a ser contada. A pesquisa evidencia a ascensão desta forma de jornalismo, passando por sua história bem como a forma como é praticado dentro da internet, na região amazônica paraense. O estudo avaliou a participação dos Portais ORM News e Diário Online, dentro, primeiramente, da realidade do estado do Pará. Posteriormente, a partir do fenômeno da hibridização, de um Pará com cara de mundo, com a imposição necessária do conceito do *égua paidégu*, com infinitas léguas de tréguas.

Será também lembrado o papel que os portais de webjornalismo exercem na história paraense como de fundamental significância para se entender os processos de relação entre os internautas e a mídia. Os portais conservaram características de entretenimento e informação que contribuíram na criação de intensas marcas culturais no decorrer de suas existências em rede, até que entendeu o mister da miscigenação, do híbrido, que nunca e jamais teve a intenção de atomizar a visão *hibernética*¹.

Por meio da presente pesquisa podemos conhecer um pouco mais sobre a constante renovação tecnológica que sofrem os meios de comunicação contemporâneos da região. O texto faz uma reflexão sobre o modo como os portais de notícia são afetados em sua dinâmica produtiva com a constante renovação tecnológica vivenciada nos dias atuais. Proporciona-se um relato dos novos caminhos na construção de discursos midiáticos por meio de um estudo detalhado dos portais ORM News e Diário Online.

¹ Composição formada pela junção da palavra “Cibernético” e o termo “Papa-Chibé”, como são conhecidos os que nascem no estado do Pará.

Através do estudo do mundo dos portais de notícias e da convergência midiática, faz-se uma abordagem histórica do papel dos meios em rede como mídias inovadoras. Mostra a internet como um meio que, na sua popularidade e aceitação para com o público, possui um enorme potencial na produção de laços sociais e identificação com a audiência local.

No capítulo I, intitulado *“A plurissignificação do jornalismo que se faz na internet”*, apresenta-se dois dos maiores grupos de mídia da região Norte: As Organizações Rômulo Maiorana e a Rede Brasil Amazônia de Comunicação. As duas de grande influência no estado do Pará, são analisadas por meio de um retrato midiático que procura estabelecer seus contextos históricos.

Busca-se identificar a linguagem dos portais paraenses em sua estrutura de organização, nas narrativas que se repetem, no uso dos recursos audiovisuais, na repetição de pronomes adverbiais de lugar, nas entrevistas com personagens locais, nas locações que remetem a pontos de pertencimento do internauta local. São esses os elementos estabelecadores de relações de afetividade e identidade.

A pesquisa também levanta questionamentos quanto à definição de identidades e apresenta Hall (1998), com a concepção de que *“dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas”*. Essa ideia é reforçada por Priolli (2000), com a definição de *“identidade nacional”*, onde a noção que se tem de conteúdo jornalístico de interesse nacional é estabelecida majoritariamente pelos *“cabeça de rede”* localizados no Rio de Janeiro e São Paulo. A visão de culturas híbridas de Canclini (1998) também é utilizada, pois ressalta o entrelaçamento e produtos provenientes das mesclas interculturais.

O capítulo II, nomeado de *“A Imagem, sua Utilização e Eficácia no Webjornalismo Híbrido”*, estabelece métodos científicos que servirão para fundamentar o estudo. Analisa-se, através desses métodos a linguagem ao vivo, a identificação do público, os sentidos da comunicação no meio online, a condição estrutural hierárquica e a seleção das narrativas jornalísticas.

A eficácia se imporá, em função dos métodos científicos, vistos como fundamentadores da instrumentalização da imagem. O que se fará é indicar que a

imagem, quando tratada de forma técnica, jamais intuitivamente, produzirá um interlocutor, no caso os leitores do webjornalismo, mais interessado no que se coloca no webjornalismo. Crescerá o interesse, porque os interlocutores serão induzidos a querer um contato ainda maior com a imagem.

A cientificidade, quanto ao uso da imagem, no webjornalismo égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, se perceberá, principalmente, pelo uso do processo de seletividade das imagens. Isso significa que a imagem seleta se sobreporá, porque apenas ela, a imagem seleta, terá a capacidade de imatizar a figura do interlocutor.

Nota-se que se fará a instrumentalização de certas imagens, porque são tipos de imagem que fazem uma espécie de hipnose, de encantamento, não só nos espaços de cá, mas também nos de lá. Estão enfeitando aqui, mas também em toda a América, Europa, Oceania, África e Ásia.

A imagem que se impõe e que por isso se deve instrumentalizar, selecionada será de fora para dentro. O olhar de quem faz um webjornalismo com a cara do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, deve estar no que se tem nos espaços continentais que citados foram. Se provocam encantamento, selecionadas as imagens devem ser, não porque fazem parte da vontade de quem está nas redações do webjornalismo, mas porque os interlocutores se impressionam, se envolvem, se entristecem, se alegram, se emocionam de todas as formas, quando determinadas imagens se fazem realidade.

A ideia é a de que um processo metodológico seletivo das imagens trará cientificidade e, evidentemente, credibilidade ao estudo de que certas imagens não transmitem as sensações que mais querem sentir os interlocutores e que, por isso, devem ser, seletivamente, rechaçadas. Isso se dá, porque os interlocutores não desejam, não querem, não interagem com as imagens que não lhes interessam.

Notar-se-á, nesta pesquisa, que o pressuposto da subjetividade terá que dar lugar a uma percepção outrocêntrica, no que diz respeito à seletividade das imagens a serem instrumentalizadas no webjornalismo com face, com cara de égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. A seleção ocorre a partir do outro, que aqui será chamado de interlocutor, que impõe o tipo de imagem que deseja,

diminuindo, portanto, significativamente, o entendimento de que a seleção das imagens deve ser realizada pelo que faz webjornalismo. Ler o outro, o desejo de imagem do outro, a ânsia pelo tipo de imagem que o outro quer é que trará êxito ao mundo webjornalístico.

Em relação ao que chamaremos de o ao vivo na internet, o que se vai apresentar está ligado aos estudos de Machado (2000) a respeito do chamado ~~%~~ interno presente+. Nesse momento o internauta consegue estabelecer uma melhor percepção de sua e de outras realidades, por meio de uma transmissão que se estabelece de modo instantâneo, com ilimitado e amplo espaço de possibilidades e acontecimentos que podem, ocasionalmente, vir a surgir em rede.

O capítulo III, intitulado de Mudança nas Redações Mediante os Caminhos do Webjornalismo Híbrido, trata da mudança verificada nas redações de webjornalismo mediante os novos caminhos tecnológicos oferecidos atualmente. Os grupos de mídia paraenses são investigados por meio de averiguação de quadro profissional, serviços prestados e relação com a audiência em momento de amoldamento ao modelo tecnológico convergente.

Ao se fazer a citação da expressão novos caminhos tecnológicos, esta pesquisa quer evidenciar a necessidade de o profissional do webjornalismo se amoldar aos instrumentos trazidos por esses novos caminhos tecnológicos, além de instrumentalizá-lo de forma eficaz, exitosa.

O amoldamento, como se notará, implica na absorção de conhecimentos de novas ferramentas tecnológicas, dos novos caminhos tecnológicos, o que resultará como uma espécie de melhora exacerbada do como se fazer webjornalismo.

Essa mesma expressão, novos caminhos tecnológicos, também será trabalhada como um novo desafio para a figura do profissional que faz webjornalismo. Esse desafio será tratado como a forma de o profissional passar a ter condicionamento de uso dessas novas ferramentas tecnológicas. O que se pretenderá é afirmar que o profissional que não se habilitar, que não possuir condicionamento técnico, que não dominar as novas ferramentas, não mais poderá, de forma exitosa, atuar no webjornalismo.

Durante a pesquisa, também se identificará que as habilidades que o profissional do webjornalismo deve ter, em relação às novas ferramentas tecnológicas, não é um fenômeno, geograficamente, específico, mas global. Esse fenômeno, que não é específico, mas global, será associado ao que se entende por webjornalismo com cara de água paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Ambos os grupos são apresentados em sua estrutura histórica de formação e como atualmente estão se adaptando, de diferentes maneiras, aos formatos midiáticos presentes em rede. Uma das características dessa adaptação está no ingresso dos grupos de mídia em redes sociais como *Twitter*, *Instagram* e *Facebook*. Essas duas ferramentas são estudadas como meio de averiguação do investimento das emissoras em se adaptar aos novos padrões decorrentes do processo de convergência, de como os funcionários têm acumulado novas funções e o ritmo de publicações em redes sociais.

O capítulo IV, nomeado de As Fronteiras de Linguagem do Webjornalismo Híbrido, dará destaque ao fator interatividade. Depois de constatar a importância do meio online para a sociedade, a pesquisa aponta novamente aos aspectos provenientes dos avanços da convergência tecnológica. Avanços esses que transformam o fazer jornalístico. Nesse momento, a interatividade propiciada pelas ferramentas do ciberespaço se torna peça chave para a investigação da realidade estudada. Por meio de redes sociais, postagens e comentários, verifica-se o alcance e a participação dos usuários.

A interatividade afeta o trabalho do jornalista da redação, eles se tornam moderadores, acumulam novas funções, aprendem a lidar com ferramentas que servem de atrativo para a audiência. Através do uso dessas ferramentas, recebem constantes denúncias e novas ideias que se tornam assunto de pautas que integram a programação.

Importante lembrar que o processo de interação que se dá em nossa geografia tem uma dinâmica bastante parecida com o mundo pós-contemporâneo. Diria até que, em qualquer espaço do mundo globalizado, híbrido, todos os que fazem webjornalismo já não admitem esse fazer sem a interação, sem a participação

dos seus interlocutores. É unanimidade pura. É o que aqui se chama de água paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Fundamental é lembrar que se pretende, nesta pesquisa, tratar a questão ligada à interação, a partir de um olhar atento aos que acessam o que se faz no webjornalismo. Da mesma forma que o uso da imagem levará em conta a vontade dos interlocutores, a interação também servirá para avaliar, perceber o que os interlocutores afirmam como necessário para a própria produção do conteúdo a ser exposta no webjornalismo com a cara de água paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Não é uma interação que apenas imporá uma participação simplista, aquela que apenas opina a respeito de certo assunto, de certa temática. É uma interação que, ao ser observada pelo profissional que faz webjornalismo, indicará os caminhos que esse mesmo profissional deverá tomar, para que se produza um material webjornalístico que persuade os interlocutores.

É um interagir que será investigado por todos os que labutam no webjornalismo, até porque investigar o que sugerem os interlocutores é o que se faz em qualquer parte do globo. Cresce, por parte das redações, o interesse por aquilo que sugerem os que acessam o conteúdo do webjornalismo. Isso se dá, sobretudo porque se quer fazer a leitura do que é interessante para os leitores. E, ao fazer a leitura do que o leitor deseja, elaborar conteúdos que possam estar de acordo com a vontade do público que acessa ao que se expõe no webjornalismo.

O capítulo IV parte para o estudo de como os grupos de mídia passaram a introduzir sua programação nessa nova plataforma, afinal, como afirma Plaza (2001) na sociedade tecnológica, a tendência parece caminhar cada vez mais no sentido do uso de processos transcodificadores e tradutores de informação entre diferentes linguagens e meios+.

Sabendo que o ambiente virtual é alvo de interesses mercadológicos por parte dos meios de comunicação, que tratam de firmar estratégias de propagação da notícia em diferentes mídias, são investigadas interatividade, memória, personalização, aprofundamento da narrativa e multimídia.

A leitura aponta para uma mistura de linguagens, de discursos que provem de vários meios, de uma nova estética que surge a partir da %contaminação+ proveniente de outros modelos. As fronteiras de linguagem do webjornalismo regional e a estética presente nos portais vão se desenrolando por meio de múltiplos canais de mídia, cada um deles cooperando de forma característica para o entendimento narrativo, o que aqui é compreendido como narrativas transmidiáticas.

Essas formas mestiças serão trabalhadas, nesta pesquisa, como um estado de evolução, não como fim, até porque o webjornalismo com cara de égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, é muito mais que ideia mestiça, pois pressupõe o que trata Canclini (1998), ao observar, como processo de natureza híbrida, o que ele chama de alteridade, interpenetração, coexistência, justaposição, entrelaçamento.

Será na alteridade, que não vive sem o outro, que qualquer espécie de lampejo de mestiçagem será incinerado. Isso se demonstrará, na pesquisa, porque não haverá o desejo de expor qualquer forma de diferença, porque o híbrido que aqui se fará constante, imporá a inexistência do plural, em virtude de que a pluralidade se tornou um. Embora da pluralidade se tenha obtido a ideia de um webjornalismo uno, essa pluralidade, miscigenação, não mais se impõe.

Interpenetração, coexistência, justaposição e entrelaçamento entre os saberes citados no capítulo quatro, além de todos os demais, também serão explicitadas nesta pesquisa, como formas de sepultar a ideia de miscigenação que, como já se afirmou, será observada como um instante de evolução pretérita e que, por isso, não tem mais eficácia no mundo pós-moderno, globalizado, hibridizado, o mesmo que transmite a ideia do webjornalismo égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

A obliteração do pressuposto miscigenador será fato nessa pesquisa. O processo de obliteração da ideia de miscigenação será avaliado, a partir da necessidade de se coexistir e interpenetrar culturalmente, o que trará uma justaposição. É nessa justaposição que se verificará que não há mais diferentes, mas híbridos.

Essa coexistência será trabalhada, levando em consideração, no capítulo último dessa pesquisa, as interações entre as fronteiras, ou melhor, as pontes entre

jornalismo, publicidade e linguagem, porém numa perspectiva que busca a desconstrução da ideia de fronteiras que, nesta pesquisa, será sinônimo de abraço entre as diversidades de saberes que, como se verá, será importante para a identificação e importância de um webjornalismo híbrido, com a face do égua paidéúga, com infinitas léguas de tréguas.

CAP I - A PLURISSIGNIFICAÇÃO DO JORNALISMO QUE SE FAZ NA INTERNET

Plurissignificação, com revestimentos de hibridização, nesta pesquisa, precisa ser entendida como um ser surgido a partir de vários seres. Esses seres vários, que fazem parte de processos culturais diversos, ao atenderem aos acenos recíprocos dessa diversidade cultural, tornaram-se uno.

Mister é perceber, conforme afirmado no parágrafo anterior, que a diversidade se tornou um, mas foi diversidade, tinha a ver com possibilidades culturais, variantes culturais, separadas, preteritamente, porém unidas, uníssonas no presente pós-contemporâneo.

Como se nota, havia identidades culturais. Cada paradigma cultural se dizia, se apresentava como diferente e, muitas vezes, em processo de litigância com as demais culturas. Havia até a clara intenção de não se provocar o encontro entre as culturas, porque isso poderia impor valores culturais de um certo grupo.

Nesta pesquisa, necessário é desconstruir o pressuposto de que a inseparabilidade não seja essencial. Aqui, o que se sonha, deseja, vislumbra é, a partir da hibridização, indicar que o jornalismo *web* tem, em sua natureza mais interna, todas as formas culturais.

Ter todas as formas culturais significa estar aberto para se fazer o registro de todas as formas culturais, mas de forma híbrida, com face glocal, a mesma que abraça o que se faz no mundo globalizado, o que inclui o local, não mais como apenas local, mas como parte inseparável do global.

Plurissignificação webjornalística é, então, fazer com que as redações ocultem a pretérita ideia de um registro que exponha um saber cultural, como se isso ainda fosse permitido, para quem deseja fazer um webjornalismo com a cara do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas. Plurissignificar é perceber que todos os paradigmas culturais se fazem perceber no ato webjornalístico. É fazer um jornalismo que se abre para o registro de valores culturais de toda a natureza. Afinal,

o que se tem no mundo globalizado, que impõe a hibridização, é a pluralidade que não é mais pluralidade, porque se tornou um ser híbrido.

Para se entender ainda mais a importância do registro plurissignificativo no webjornalismo, a expressão *égua paidégua* com infinitas léguas de tréguas será, agora, avaliada, já que a pesquisa se faz realizar através dos saberes que essa expressão que, de acordo com o que se quer explicitar, deixou de ser *papa-chibé*. Tornou-se global, na perspectiva semântica que sugere, expõe, afirma.

Égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. Não se trata de um trava-línguas. É uma virtude do abraço, do encontro, dailharga. É um agir inconsciente de referentes interdependentes. Tem a ver com a abertura, a inserção irremediável, a hibridização sem voltas, irrevogável, irretratável.

Antes, porém, de tratar do que se quer depreender de *égua paidégua*, com infinitas léguas de tréguas, mister é observar questões de sematicidade dos termos existentes na expressão em destaque.

Na ordem, *égua* é o primeiro a ser colocado em estado laboratorial. Morfologicamente, geralmente funciona como interjeição, o que impõe ao termo um grau de excelência quanto às sensações que explicita.

Égua sugere, dependendo da estrutura frasal em que aparece, admiração, espanto, chateação, frustração, surpresa, dor, raiva, tristeza, felicidade, êxtase. É um vocábulo plurissignificativo. Afirma-se como um elemento exclamativo.

Frases como *Égua, que mulher bonita!*, *Égua, eu nem acredito que consegui!*, *Égua, que susto!*, e *Égua, não aguento mais!*, são exemplos que externam, respectivamente, as ideias de admiração, felicidade, surpresa e raiva.

Tal significante, da forma como se está interpretando, tem essa roupagem semântica na geografia dos paraenses. É um semantema que abraça essa significação que, nesse instante, será tratado como termo *papa-chibé*, apenas porque se deseja, em primeiro lugar, identificá-la como uma criatura regional.

O segundo termo da expressão, o *paidégua*, formado por composição por aglutinação, não abre mão do exagero, do superlativo. Indica algo fantástico,

excelente, mágico, supimpa, mais que legal, muito bom, grandioso, inesquecível, inimaginável, fabuloso.

Dependendo da entonação, pode até assumir uma semântica que aparece com menor grau de intensidade, a que sugere ideia de ironia, notada, por exemplo, na estrutura frasal Essa foi paidégua!

Quando se usa o égua, ao lado do paidégua, é o exagero do exagero. Ao se expor a frase nominal Égua, paidégua!, o que se pretende é expor um sentido que tem a ver com alguém que ficou maravilhado, estupefato, perplexo, boquiaberto.

Assim como a palavra égua, o termo paidégua assume a semanticidade que aqui se acabou de indicar, especificamente na região paraense. Logo, égua e paidégua intentam caracterizar o lado amazônico, sobretudo paraense. Todavia, é um égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, o que abre espaço para o abraço, para o aconchego, para um entrelaçar cultural que, ainda que no inconsciente do que faz webjornalismo, é, sem nenhuma espécie de dúvida, inerente ao papel dos envolvidos nesse processo.

Híbrido é o adjetivo que melhor representa o égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. Dissociar é o verbo que nem sequer se faz lembrar. O híbrido inconsciente, mas inerente, assimila muito bem o conceito de webjornalismo amazônico que existe, não porque insiste em existir com essa roupagem, mas porque se torna fato, ainda que necessário se faça ler o silêncio dessa existência.

São referenciais híbridos insolúveis, indissociáveis, inseparáveis, pétreos. Falar de égua paidégua, exige o com infinitas léguas de tréguas. Não depende mais do desejo de quem quer produzir esse efeito híbrido. Pode até ser contrário ao que pretenda divorciá-lo, sem luta, sem enfrentamento, mas por existir desde a eternidade, como se fosse um ser deístico.

A hibridização, aqui tratada, desterritorializa, não com embates, porque o embate já não é necessário, nem poder tem para desconstruir o que não tem mais volta. É marido e mulher, na concepção das Escrituras. É o não separe o homem, aquilo que Deus uniu. Não se trata do querer ser assim. Nada tem a ver com algo

que surge de um conceito que se impõe, mas de uma prática que se tornou carne, órgãos indispensáveis do webjornalismo, inclusive do que é chamado amazônico.

Não é desterritorialização que torna imperceptível o égua paidégua. Até porque o égua paidégua é parte do hibridismo que se aceita, sem se desejar aceitar, mas porque está, ou melhor, porque já é. E porque já é, desterritorializar é pretender ser paidégua, ao mesmo tempo que ser infinitas léguas de tréguas, ou melhor com infinitas léguas de tréguas. Com mesmo, um que se faz não ao lado do outro, mas como parte do outro.

É o que Milton Hatoum (1989), em Relato de um certo Oriente, sugere na expressão %A beira de um rio ou a orla marítima os aproximam, e em qualquer lugar do mundo as águas que eles veem ou pisam são também as águas do Mediterrâneo+. É inseparabilidade mesmo. A substância é a mesma. O todo é tudo, sem fragmentação e sem embaçamento. Ingênuo é quem tenta incinerar esse impositivo que é feito sem imposição, mas por querer existir.

Não se pode esquecer que o caminho sugerido pelo égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas é o da abordagem sem tensão. Tensão que fez surgir a hibridização da geografia latino - americana, com a ocidentalização , aculturação, mimetismo , globalização. O tempo de tensão é pretérito, porque tensões ocorreram, para a construção da representatividade do híbrido presente.

Possível é até afirmar que o híbrido presente, que se pretende tratar, é pretérito também, em função de que o híbrido que se vê no égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, nasceu na territorialidade da tensão pretérita. Todavia, hoje, está em águas tranquilas, se realiza em espaços em que se acalmou a maré.

O intento de se afirmar o webjornalismo, na dimensão e representatividade do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, está no pós . tensão, produto da tensão pretérita, mas que não abriga a tensão como prática dos tempos pós-contemporâneos, não por fazer essa opção, mas porque não se faz presente, na estrutura interna do webjornalismo, esse comportamento. Não é o engajamento na luta pela hibridização do webjornalismo. É simplesmente algo que impregnado está,

não pela força histórica dos enfrentamentos, mas porque existe como uma força mística presente nas edições, mesmo que nem se pense em sua presença.

A ideia do não é por força, nem por violência, do estado presente do webjornalismo, inclusive do amazônico, é abraçado pelo modelo latino . americano, o mesmo que Canclini (1998) afirma ser produto das mesclas interculturais, que nada mais é que entrelaçamento, aquilo que ele mesmo chama de culturas híbridas.

É, hoje, sem força e sem violência, porque não há agentes de um outro modelo, reivindicando, questionando, de forma explícita e exitosa o modelo que se faz prevalecer, pois o modelo que temos, é uma espécie de eu sou. Dominante, mas gentil. Imposto, mas desejado nas consciências inconscientes das redações em que o webjornalismo é praticado. É pelo espírito da coisa, do objeto de nossa análise. É pelo poder que há no égua pai d'égua, com infinitas léguas de tréguas.

Esse abraçar a plurissignificação, sem enfrentamentos, brota naturalmente. Não é só entrelaçamento. Passou a ser parte, propriedade dos que se envolvem pela prática do webjornalismo. É uma espécie de o que é meu, ninguém tasca. Ninguém tasca, porque não se deseja abraçar outro modelo, já que esse, ainda que alguém entenda que não, passou a ser o modelo. Modelos existem, mas se opta pelo modelo da aplicabilidade do fenômeno da globalização, mas sem stress, por pura aceitação, na dimensão do égua paid'égua, com infinitas léguas de tréguas.

Talvez se imagine que o fenômeno do égua paid'égua, com infinitas léguas de tréguas, tenha sido construído na imposição de uma visão estrangeira sobreposta a nossa. Inclusive, não há nada de irracional nisso. O problema é que não há, no modelo que se está sugerindo, como modelo que se faz, que não está, mas já é, distinção com aquele. O todo inclui o égua paid'égua, com infinitas léguas de tréguas. É só lembrar que, no modelo globalizado, está o nosso e, no nosso, está o globalizado, ainda que diferentes na forma de se registrar fatos, onde se há de reconhecer o privilégio que se dá ao registro de narrativas que ocorrem nas proximidades da geografia onde se está fazendo webjornalismo.

É uma espécie de supranacionalismo o que se está observando no webjornalismo, com colaborações significativas do imaginário proposto pelo égua paid'égua, com infinitas léguas de tréguas. O sentido não é de inferioridade do

nosso, em relação ao modelo que chamamos de estrangeiro, invasor, dominador ou coisa parecida. É supranacionalismo na dimensão do todo e de todos. É um supranacionalismo que ocorre na Ásia, África, Europa, Oceania e América. É sem fronteiras mesmo. É uma espécie de mercado comum webjornalístico. As fronteiras do égua paidégua foram alimentadas pelas infinitas léguas de tréguas, num casamento, hoje, perfeito, mesmo que a ausência de tréguas, em estado terminal, insista, no plano do discurso e de forma efêmera, atomizada, em respirar, agonizante.

Para se ter noção da dimensão do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, na concepção supranacionalista, tem-se, em nossos dias, a possibilidade do sentar à mesa os que, historicamente, eram ligados ao enfrentamento. Não é ser passivo, subordinado, mas é o fato de que estar à mesa já é indicativo que se faz parte do todo e o todo em nós faz morada. A mesa, que posta está, no mundo pós-contemporâneo, inclusive o do webjornalismo, apresenta um cardápio que mistura açai com tequila, que permite sushi, que ama paella, que ama escargot, que ama chucrute, que ama bulgogi, que ama bobotie, que ama a empanada, que adora o puchero, que ama a Kafta, que ama a pizza, que ama toda a família. Isso é a essência do égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Não há nada mais representativo que a interatividade indiscriminada, exposta em todos os instantes deste trabalho e que é abordada, por Canclini (1998), na mesma dimensão do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, ainda que essa interatividade indiscriminada, em muitos espaços onde se faz webjornalismo nem seja lembrada, através do uso dessa nomenclatura.

Ainda que a nomenclatura interatividade indiscriminada não seja usada em muitos espaços webjornalísticos, sua onipresença é inquestionável, nas mentes inconscientes da existência do sentido acadêmico da expressão. Não se pode, porém, fugir da ideia proposta e assimilada pelo significado da expressão. Mesmo nas mais longínquas redações do webjornalismo, o que inclui as redações em que o égua paidégua é representado, há uma forte tendência ao abraço, ao ceder espaços, sem abrir mão dos nossos próprios passos, ao imperativo do significado do infinitas léguas de tréguas.

A hibridização que está ligada à interatividade indiscriminada é muito mais que um três em um. É bem mais intensa que a relação entre os diferentes. Está infinitamente mais próxima que a tênue linha que indica culturas diferentes, ainda que dispostas à pacificidade, ao égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Não é miscigenação, porque não há mais que se identificar a mistura que, embora não ausente, já não mais presente está na hibridização irrefutável encontrada na sociedade e também perceptível no contexto do webjornalismo.

O fenômeno do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas é um estímulo à ruptura das ideias de colônia e colonizador, urbano e rural. Os dissonantes interagem, ou melhor, se tornam um. São antagônicos de natureza sinonímica. Constroem uma dimensão híbrida. Acumula-se, a partir do que é elite e popular, de forma misturada, que de tão intensa, já não se diferencia o elitizado do que é popular. Na verdade, convivem, não como seres diferentes, mas como se fossem colocados num liquidificador, passando a ser um, não mais dois.

Na terra do webjornalismo, o que inclui o amazônico, mesmo que se imagine, ingenuamente, aspectos diferenciadores nos fazeres, nos editoriais, nas redações, o que se tem, mesmo que se negue, é uma postura uníssona, mesmo que inconsciente, de um mesmo *modus operandi*. A interseção é inegável. Absorvido foi o desejo de se fazer webjornalismo conectado com o mundo, com o que é chamado de globalização, com o imperativo da ruptura com a fragmentação, com o égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

A heterogeneidade, na perspectiva do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, perde sua estabilidade, numa sociedade em que a homogeneidade, a que torna um o que historicamente foi diferenciado, se torna mais eficaz, exitosa, que traz resultados bem mais interessantes e em todas as dimensões da vida pós-moderna.

Ser heterogêneo, numa sociedade que percebe que ser um é melhor que ser dois, torna ineficaz até os resultados de um mundo que pensa através do saberes heterogêneos. A heterogeneidade, não só diferencia, mas sugere enfrentamentos, onde enfrentamento já não deve existir. E mais: a heterogeneidade privilegia, hierarquiza, distingue, separa, desune, afasta o que, hoje, se tornou inafastável.

Essa visão heterogênea, quando analisada à luz da geografia do webjornalismo, perdeu o sentido. A forma desejada, em nossos dias, não pela via do confronto, é da homogeneidade. Registra-se, por exemplo, não o que diferencia grupos, etnias, mas sim os elementos de interseção dessas aparentes diferenças.

O próprio mercado, o midiático, que também é webjornalismo, que também é amazônico, percebeu, leu, interpretou, assimilou, absorveu, internalizou, apreendeu que a homogeneidade do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, é sinônimo de lucratividade. Vende-se muito mais o registro da pluralidade, que não é pluralidade, mas unicidade que vai além da mestiçagem.

A hibridização, que tanto se percebe neste trabalho, além do lucro, no sentido mais rigoroso do tema, amplia, maximiza, valoriza muito mais os que entraram por esse caminho, o caminho, dentre caminhos já ultrapassados. Cria, na mentalidade, inclusive dos inconscientes, a imagem de aceitabilidade do todo. Inibe a ideia de identidades, que é sobreposta pela identidade globalizada.

A visão híbrida aqui proposta, a do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, ao se capacitar para a extinção do contraditório, se torna algo de natureza imática, atraente, persuasiva, hipnótica, sedutora. Passa a ser satisfatória, inclusiva, includente.

Tal concepção híbrida tem retirado a força dos oponentes, não com o uso da força, como já tratamos em outro momento, mas com a aquietação natural que propõe a ideia do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. Aquietação que se dá, não por alienação, mas como produto de percepção de um processo que sempre se apresentará como pós-contemporâneo. Percepção que, no caso de muitos, se dará em função do comportamento de aceitação que vão apresentar, ainda que desconheçam todo o trabalho científico que se fez, para se alcançar a hibridização reafirmada, em todos os instantes e espaços, pelo agir penetrável da ideia do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

É essa penetração do impenetrável, no que se afirma contrário à ideia proposta pelo égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, que nos faz caminhar pela firme convicção de que até os contradizentes, de contradizentes nada têm. Está na mente, mesmo que de forma inconsciente, a repulsa pela proposição

heterogênicamente. O homem, inclusive o que faz webjornalismo na Amazônia, já entendeu a lição. Identificou o foco de seus fazeres jornalísticos, que precisa ser híbrido, que vive o híbrido, que se torna híbrido, que faz de sua existência a intensa e ininterrupta busca de saberes múltiplos que, para o híbrido entendimento que penetra o impenetrável, não são saberes, não são múltiplos, mas uno, na essência do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Esse conceito perceptível no égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas, constante, ininterrupto se faz, nos conscientes e inconscientes da necessidade da hibridização.

Os conscientes dos paradigmas globais são instrumentos naturais do webjornalismo híbrido. Agem por interatividade desejada com o todo. Sabem o caminho pós-moderno. Inclina-se para os saberes híbridos exigidos pela globalização.

Os inconscientes, são também instrumentos da não supressão de qualquer pressuposto cultural. Agem, porém, pela representatividade da visão globalizada em suas internalidades, mesmo com o desconhecimento parcial ou total da dimensão do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

A representatividade, de conscientes e inconscientes, não é a que está presente fora do homem. Não é a valoração que se expõe. Não é o reconhecimento explícito da importância do que chamamos e já explicamos como égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas. Essa representatividade é a que mais se quer impor. O que se está propondo é uma representatividade no estado psíquico de quem faz webjornalismo. A importância que se dá ao caminho proposto pela inserção, inclusão, interseção se tornou irremediável. Tomou conta dos corações dos que fazem webjornalismo, quer no plano da consciência, quanto no plano da inconsciência.

Para se entender mais da representatividade que se quer expor, cabe lembrar o que tem de representativo no que se chama de tradição. Como se sabe, a tradição tem representatividade sobretudo nos valores abstratos, internos. Não se deseja preservar certas tradições, por exemplo, porque sua representatividade externa nem mais representatividade possui. Porém, não se abre mão de preservar, como muitos

afirmavam, a tradição em virtude de sua representatividade no imaginário dos envolvidos por certa tradição. Isso nada mais era que representatividade que se dava na internalidade dos seres. É dessa representatividade que se está falando.

No mundo pós-contemporâneo, a representatividade da significância do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, já ultrapassou o campo da somatização, embora somatizado esteja entre nós. É paradigma que se infiltrou no imaginário, que dominou o imaginário, que se entronizou no imaginário, que se apossou do imaginário que, convencido de sua importância, já não quer outra vida.

Obsoleta, portanto, é a desconstrução de tudo o que se tem tratado. Embora deselegante não se queira ser, até porque não é por força nem por violência, mas pelo imaginário que se deixou invadir pela ideia do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, atomizado deve ser o mundo webjornalístico pensado de forma fragmentada.

Ainda que saibamos da importância de um webjornalismo não fragmentado, faremos uma análise do entendimento que ainda se nota, não no entendimento híbrido, mas no conceito dos que insistem na dimensão pretérita de webjornalismo, a que privilegiava a ideia de que o regional não se inteirava com o todo. Será uma análise que tem a intenção de avaliar, na perspectiva que não tem a ver com o égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. E somente ocorrerá tal análise para o entendimento pretérito e sua ineficácia no contexto pós-contemporâneo. Verificar-se-á aspectos de desenvolvimento regional, a especificidade encontrada no webjornalismo de uma região, a necessidade de se impor como webjornalismo de certa geografia, a importância de se ter uma identidade dentre outras identidades, cultura e cidadania resultante do conhecimento de sua identidade cultural, webjornalismo regional, além dos tipos de webjornalismo.

1.1 Da Ortodoxia Regional ao Híbrido Pós Contemporâneo.

Em esfera mundial, o aumento significativo das pesquisas que tratam do

jornalismo voltado para internet tem resultado em um grande número de diferentes conceitos e significados que buscam exemplificar o tipo de jornalismo aqui estudado.

Autores de todo o mundo utilizam-se de diferentes termos para abordar o assunto. Entre os norte-americanos é comum a utilização de nomenclaturas como *jornalismo online* e *jornalismo digital*. Autores de origem hispânica vêm usando constantemente o termo *jornalismo eletrônico*. Além das já citadas, existem ainda as terminologias *jornalismo multimídia* e *ciberjornalismo*. No Brasil a tendência, de modo geral, tem sido seguir os conceitos norte-americanos.

Díaz Noci (2005) afirma não existir uma nomenclatura ideal. Para o autor, que abre um debate sobre os termos *jornalismo eletrônico*, *jornalismo digital*, *jornalismo online*, *jornalismo na internet*, *jornalismo do ciberespaço* e *jornalismo telemático*, todos possuem imperfeições. Jornalismo eletrônico, por exemplo, é relativo ao jornalismo produzido para rádio e televisão, e na América do Norte é empregado apenas com essa definição. Já o uso de *jornalismo digital* engloba o campo das tecnologias digitais e não somente a internet.

O emprego da terminologia *jornalismo eletrônico multimídia interativo* é para o autor a melhor maneira de se definir esse modelo de jornalismo. Porém os mesmos termos utilizados pelo autor são aplicáveis não somente ao jornalismo produzido para internet, mas também são característicos do meio televisivo. A internet possibilita maiores ferramentas para que se utilize o recurso da interatividade, no entanto, na televisão ela também é possível, ainda que em menor nível, como por exemplo, por meio de participações ao vivo por telefone.

Muitos autores construíram estudos com o intuito de construir sentidos para os termos que são utilizados para definir o uso do jornalismo na internet. Bastos (2000) faz uso do termo *jornalismo eletrônico*, que para o autor consegue unir os termos *jornalismo digital* e *jornalismo online*. Nesse sentido, o termo *jornalismo online* faz alusão à pesquisa *online*, que por sua vez está ligada ao jornalismo que é assistido por computador. O jornalismo aqui praticado tem o seu modo de pesquisa em rede, em tempo real e seu desígnio é a apuração jornalística de todo conteúdo informativo que é compartilhado, tanto na forma de se obter os fatos quanto no contato direto com as fontes. Já o *jornalismo digital*, para Bastos (2000), é definido pelas possibilidades que provem dessa disponibilização de

conteúdos jornalísticos em rede. O ato de se apurar os fatos é definido como *jornalismo online* e a sua disponibilização em rede configura-se em *jornalismo digital*.

Gonçalves (2000) destaca a terminologia *jornalismo digital*. Segundo o autor, o uso da palavra digital é mais amplo e abre a possibilidade de se englobar vários suportes presentes no meio tecnológico e que servem de ferramentas na divulgação de conteúdos informativos jornalísticos.

Para Mielniczuk (2003) é importante ressaltar o modo como são utilizados os recursos tecnológicos na divulgação de dados jornalísticos, são esses fortes instrumentos no processo de construção e disseminação da informação. A autora também destaca a utilização de recursos de natureza analógica e digital, como câmeras fotográficas, gravadores de som, ilhas de edição de imagens não lineares, disquete, CD e DVD; *hardwares* e *softwares*. Partindo da ideia de utilização de todos esses recursos, Mielniczuk (2003) afirma que o *jornalismo digital* pode também ser chamado de *jornalismo multimídia*, afinal, aqui são ampliadas as formas de utilização dos conteúdos em formato digital diferenciados, como textos, áudios e figuras. Já a expressão *jornalismo online*, pelo fato de se utilizar da palavra *online*, indica para a autora um jornalismo que é feito com instantaneidade, em tempo real, já que seus dados são disseminados de maneira imediata. Porém, chama atenção para que não se pense que todo conteúdo digital é de natureza online, ainda que grande parte desses dados faça uso de tecnologias digitais.

A utilização da terminologia ciberespaço, originalmente criada por Gibson (1984), é novamente empregada por Lemos (1997) na aplicabilidade do termo *ciberjornalismo*, outra nomenclatura frequentemente usada e cuja escolha surge de sua gramática que faz referência à palavra *cibernética*. De acordo com o autor é importante que haja um entendimento do que seria o ciberespaço para uma melhor compreensão do uso da terminologia *ciberjornalismo*. De acordo com o autor sua concepção deve ser enxergada como *o lugar onde estamos quando entramos em um ambiente virtual (realidade virtual), e como o conjunto de redes de computadores, interligadas ou não, em todo o planeta (BBS, videotextos, Internet...)*. Dessa forma, *ciberjornalismo* consiste no resultado proveniente de todos os recursos tecnológicos que a cibernética oferece.

Como se acabou de afirmar, Gibson (1984), americano, foi o responsável pelo nascimento do termo ciberespaço. Foram as suas obras ficcionais que trouxeram a relação imperiosa entre máquina e ser humano, criando a criatura pós-humana.

Em seus escritos, na época talvez inimagináveis por muitos, na verdade, era uma espécie de profecia dos tempos pós-contemporâneos, já que em nossa história, a máquina tem se feito homem, interfere grandiosamente na vida humana.

Não há como negar o que se acabou de afirmar. Tecnologias novas, através do uso da máquina, tem gerado benefícios significativos na vida do homem pós-humano. Próteses, por exemplo, demonstram isso. Aparelhos já substituem o ser humano. Médicos realizam operações bastante complexas, utilizando a máquina.

Máquina e homem, na ficção de Gibson (1984), se tornavam inseparáveis, interdependentes, trazendo à luz a figura de uma espécie de terceiro ser, que aqui já foi denominado de pós-humano, numa dimensão dicotômica, em que homem e máquina fazem parte de um mesmo ser.

Dentre as máquinas, uma delas foi tratada por Gibson (1984) e que nos interessa bem mais nesse instante. A imponente figura do computador foi colocada como protagonista de um espaço que Gibson (1984) chamou de ciberespaço.

Isso tudo ocorreu em 1982. Quis Gibson (1984) afirmar, através do termo ciberespaço, que as redes de computadores foram as responsáveis pelo que se chama de ambiência, ambiente virtual.

Para Gibson (1984), o ambiente denominado de ciberespaço tem a capacidade de submeter aqueles que se relacionam com esse espaço, levando-os a seguir paradigmas que surgem dessa relação.

Esses paradigmas que surgem da relação entre o homem e o que se chama de ciberespaço, não tem, de acordo com a concepção de Gibson (1984), significações simplistas. A ideia é de que a máquina, representada pelo computador, ferramenta tecnológica da pós-contemporaneidade, impõe uma relação que faz inexistir a possibilidade da não relação com a rede de

computadores.

A máquina se torna essencial ao homem, impondo ao homem a necessidade de aprofundar, penetrar no mais profundo da máquina, ao mesmo tempo que a máquina invade, chega ao mais profundo do ser humano. Nessa relação, o homem passa a ter a cara da máquina, no sentido de que aquilo que se percebe através da máquina, que se dá nas redes sociais, no ciberespaço, imponha práticas culturais de natureza pós-contemporânea.

Ao se impor, a máquina, os computadores, as redes sociais, o ciberespaço, leva o que tem acesso ao mundo virtual a um seguir a linha. Isso significa que os esquemas projetados pelas redes sociais, pelo ciberespaço, possuem a magia que encanta o ser humano, de tal maneira, que o mesmo se deixa ser parte do ser que se chama ciberespaço.

Todo esse encantamento, que faz o humano desejar ser aquilo que o ciberespaço impõe, se dá em virtude do que esse ciberespaço pode proporcionar aos interlocutores. É que o ciberespaço abre fronteiras, faz interagir com o multiculturalismo, simula, virtualmente, o mundo real, informa, projeta realidades novas, causa uma espécie de vou-me embora para Pasárgada.

Outro autor, chamado de Canavilhas (2001), afirma que *webjornalismo*, que ocorre no mesmo ciberespaço, se configura na melhor nomenclatura de definição para esse tipo de jornalismo. Segundo o autor, a escolha é facilmente justificada tendo em vista que os jornalisimos praticados no campo televisivo são nomeados de *telejornalismo*, o de rádio *radiojornalismo* e os meios que utilizam de publicações em papel de *jornalismo impresso*. O *webjornalismo* aqui faz referência particularmente à área da internet que possibilita interfaces gráficas de maneira mais acessível. Sabemos que a internet disponibiliza inúmeras ferramentas e mecanismos que são muito mais abrangentes do que a *web*, mesmo que para os menos entendidos essa concepção seja entendida de maneira sinônima.

Posterior ao entendimento de *webjornalismo*, partiremos para a compreensão do termo *webjornalismo regional*. Para diversos autores, falar em *webjornalismo regional* é falar em comunicação local, ou seja, exige um comunicar direcionado a uma territorialidade menor e específica. López (2004) determina a comunicação local como *a* mediação técnica através do sistema mediático atual

num lugar físico ou virtual+. Enquanto Santos (2007), especifica o que se chama de local como %o espaço de concretização das estratégias globais+.

Se o espaço de concretização das estratégias globais se faz realizar nos espaços regionais, significa que não há mais diferença entre o que se faz aqui e acolá. O aqui e o ali webjornalístico, na verdade, assumem, na prática, uma mesma postura, ainda que em ambiências, espaços, geografias diferentes.

Os lugares são diferentes, mas o que se faz nesses espaços tem a ver com o que imposto foi pelo paradigma égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Essa imposição do paradigma égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, demonstra um processo de transição. Deixou-se a ideia de que regionalismo deveria prevalecer, quando se faz webjornalismo. Houve, na verdade, a introdução de um pensamento que, da ortodoxia regional, transformou-se em híbrido pós-contemporâneo.

O híbrido pós-contemporâneo é a ausência de uma visão fragmentada, regional, específica. No híbrido pós-contemporâneo, o profissional que faz wejornalismo assume, na prática, o que se faz em qualquer outro espaço do mundo globalizado. Na verdade, o webjornalismo pós-contemporâneo é uma espécie de reprodução do que é feito no mundo global.

Ainda que a forma de se fazer webjornalismo seja similar, no mundo pós-contemporâneo e globalizado, isso não significa que o conteúdo de temática local inexista. Ao contrário, deve-se entender que é importante o destaque dado pelos autores à existência da proximidade. López (2008), aquela que indica que a proximidade dá à notícia um interesse particular, porque acontece no mesmo espaço físico da recepção+.

Ainda sobre proximidade afirma que a mesma %em a ver com as realidades sociais que nos rodeiam, os serviços de que dispomos na nossa vila ou aldeia. E essa realidade só pode ser apreendida pela imprensa local e por uma abordagem bastante segmentada do público+.

O Webjornalismo regional é visto aqui como um meio privilegiado no tocante à proximidade com o público e com os seus problemas locais. Os profissionais da comunicação parecem saber que, com a ferramenta da internet, algo deve ser feito para acompanhar essa tecnologia de crescimento acelerado e de grande impacto.

Desse ponto de vista, o webjornalismo se estabelece a partir da pluralidade de padrões que são expressos na rede, discute-se o webjornalismo híbrido como um meio privilegiado para refletir sobre o uso das ferramentas digitais de proximidade e familiaridade com conteúdo nos quais ocorrem por relacionamentos (econômicos, políticos, vizinhança etc.) e laços de identidades os mais diversos, desde uma história em comum, até a partilha dos costumes, condições de existência e conteúdos simbólicos, e não simplesmente em decorrência de demarcações geográficas+(Peruzzo, 2003, p.69).

A pesquisa demonstra que os autores verificam a aplicabilidade do Webjornalismo Regional nos portais de notícia, por acreditar que, dentro desse tipo de jornalismo, o estudo se faz mais próximo do seu receptor, proporcionando um processo de familiaridade do público com o meio.

Para Ribeiro (2005, p.20), compreende-se a razão de ser do jornalismo regional, uma vez que existe uma ligação conceitual entre a localização territorial e a territorialização dos conteúdos+. A pesquisa não limita os portais objetos de estudos, não busca as características de um jornalismo regional que se construa em desarmonia com as peculiaridades da linguagem que surge da internet, mas que venham a aprimorar a produção, propagação e a utilização do webjornalismo do égua paidégua. A pesquisa abraça os pressupostos da globalização, do webjornalismo híbrido, do abraço familiarizado com as manifestações que se estabelecem em diferentes espaços.

O conteúdo de um portal local/regional exerce um forte papel na sociedade, portanto, o Webjornalismo Regional não deve se limitar aos suportes tradicionais. A internet proporciona uma maior proximidade com o conteúdo local/regional, o que segundo Ribeiro (2005, p.20), proporciona melhores temas para incluir na conversação do dia-a-dia+. Assim, passa a manter um vínculo direto de conteúdo familiar a uma comunidade.

Em uma abordagem mais ortodoxa do webjornalismo regional Barbosa (2001, p.08) aponta outra vantagem dos portais locais/regionais afirmando que os mesmos acabam privilegiando a informação direcionada, produzida e distribuída segundo as características do jornalismo *online* para atrair os usuários de determinadas cidades e estados. Eles facilitam o acesso a conteúdos originais e interativos, que contemplam notícias e reportagens em geral sobre cidade, turismo,

cultura, desportos, lazer, serviços, entretenimento e diversão, intensificando, ao mesmo tempo, os laços sociais e o sentimento de pertença uma comunidade+. Nesse ponto podemos verificar características como a interatividade, hipertextualidade, multimedialidade e memória. No cenário digital o conteúdo regional é melhor explorado, pois segundo Barbosa (2001, p.08), a informação %é produzida e distribuída segundo as características do jornalismo *online* para atrair os usuários de determinadas localidades para a rede+.

Os portais locais/regionais também estão separados de acordo com editorias, entre elas cidade, turismo, esporte, lazer, agenda cultural, entre outros. Todos esses conteúdos possibilitam a fidelidade do público para com os portais já que, segundo Vieira (2009, p.10), %não estão alheios conceitos como solidariedade e laços culturais, sempre presentes nos portais locais+.

Com todas as possibilidades, características e potencialidades existentes no meio digital, é evidente, para os autores, que a produção de conteúdos locais/regionais tem exigido maior atenção tanto do público que a consome, quanto do profissional e empresas comunicacionais que os divulgam. Nos portais ORM News e Diário Online, essa abertura de horizontes necessita ser explorada e documentada devido às potencialidades que o ciberjornalismo regional pode oferecer, e como conclui Barbosa (2001, p.07), ainda permitem %expressar e fazer circular informações e serviços focados no interesse das comunidades+.

Para que se possa entender a relevância da chamada imprensa local, é necessário que também se conceitue o que vem a ser desenvolvimento regional no cenário aqui retratado. Somente dessa maneira, seremos capazes de compreender os caminhos tomados pelos autores sobre os direcionamentos de informações em uma localidade. Percebe-se que dentro do campo informacional, o domínio da informação, assim como a potencialidade de promovê-la, estabelecem aspectos essenciais na divulgação e no progresso regional. Neste cenário passa a ser fundamental debater tal conceito, com o propósito de descobrir a presença ou a ausência de uma mesma linguagem no convívio dos sujeitos que compõem a região em destaque.

De acordo com Filho (2001), %o desenvolvimento endógeno+ consiste em um método intrínseco de desenvolvimento das habilidades que acrescentam valores a uma produção. Também se expressa na assimilação da região, na qual deverá

ocorrer um excedente econômico provocado pelo meio econômico da localidade ou mesmo pela junção de excedentes vindos de demais regiões. Como decorrência do processo acima citado, pode-se destacar um aumento no número de empregos, crescimento dos produtos e do faturamento da localidade, exemplificando um retrato de desenvolvimento regional.

No entanto, o aparecimento de um novo paradigma de desenvolvimento endógeno também se encontra no modelo que surge por meio dos próprios sujeitos locais, não apenas pela idealização centralizada. Esse modelo concretiza-se em uma organização social regional que possui particularidades bem definidas, como o acréscimo de deliberações autônomas vindas dos sujeitos participantes da localidade, o que aqui se constitui a partir de um desenvolvimento praticado ~~de~~ baixo para cima, surgindo das potencialidades sócio- econômicas características do meio.

O jornalismo aqui estudado encontra-se em uma categoria específica que abrange espaços que vão muito além dos centros urbanos de uma região, não se limita apenas à parte mais ativa de uma cidade e nem se limita, unicamente, às regiões onde se concentram todas as atividades comerciais e financeiras. O jornalismo regional torna-se eminentemente a base conceitual que estrutura esta pesquisa.

O estudo e o entendimento do conceito de jornalismo regional permitem que sejam identificadas características desse modo de construção informativa, especificidades essas que são de fundamental importância para que sejam determinados os distanciamentos presentes entre esse e os diferentes outros modelos que se revelam, em especial, nas grandes metrópoles.

Dessa maneira, poderá ser desenvolvida uma prática de rotina jornalística diária que, através do reconhecimento de suas particularidades, procura não apenas adotar e repetir o que se reproduz sobre os grandes centros, mas trabalha na ideia de que devem ser descobertos novos meios capazes de solucionar as limitações e centralizações dos conteúdos informativos propagados. Assim, entender as particularidades, origens, razões e decorrências de seu desenvolvimento,

estabelece-se como passo essencial a ser tomado por todos os sujeitos que tem a intenção de exercer o jornalismo.

Além da importância de se averiguar as práticas, também precisam ser desenvolvidos mecanismos críticos e analíticos de apreciação dos materiais que são ofertados, com o intuito de estabelecer que os mesmos estejam de acordo com os desafios do mundo atual, admitindo o crescimento do webjornalismo híbrido e possibilitando sua consolidação no cenário contemporâneo.

De acordo com Almeida (1983), o jornalismo regional busca evidenciar uma área geográfica específica, pois a mídia do interior congrega características específicas da cultura de uma localidade no modo de se transmitir conteúdos informacionais, se tornando próximos da identidade regional. Por conta disso, o jornalismo regional procura representar acontecimentos de um espaço específico e evidenciar os fatos que tratam da realidade de seu público-alvo.

A necessidade de proximidade com os fatos ocorridos e a constante necessidade de se obter acesso às informações que fazem parte do local onde vivem, é um processo contínuo que se estabelece com as populações regionais. É primordial destacar a participação direta ou indireta dessa mesma população em relação aos episódios habituais que fazem parte dessa localidade. Os meios midiáticos, em especial os do campo jornalístico impresso, se estabelecem nas regiões interioranas do país. Desse modo, além de manter a proximidade com o seu público-alvo e aproximá-los dos fatos que abrangem o seu dia-a-dia, acabam por serem também responsáveis pela divulgação dos acontecimentos fora de suas fronteiras, aproximando os habitantes locais de órgãos do governo.

No entanto, o jornalismo regional acima retratado parece estar em constante batalha para estabelecer seu valor mediante a sociedade e a história, pois se encontra diante de um grande embate com os interesses estabelecidos pelos grupos de mídia e seus interesses pessoais e comerciais.

Correia (2009, p.04) afirma que a identidade de regiões comporta a necessidade de mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença. O autor nos diz que constituir os sujeitos de uma localidade geográfica e aumentar a democracia e o debate das preocupações centrais de um

ambiente social, são características fundamentais na representação do jornalismo regional. Como resultado desse processo a sociedade de uma região passa a exercer papel atuante no construir desse tipo de jornalismo. E se esse regionalismo, regional, mas que atua na construção do tipo de jornalismo que se está analisando, não há como negar a colaboração do webjornalismo regional, para a construção de um webjornalismo em espaços bem mais distantes. Isso nos lembra que o que se construiu é miscigenação pura, o que aqui se entende como o caminho que se quer caminhar.

Tendo em vista que o papel da identidade é de fundamental importância para a composição do jornalismo, entende-se que o seu conceito passa a ser indispensável para o estudo da estrutura e legitimação de todas as atividades que envolvem e destacam o jornalismo em um espaço local.

Falar de identidade é indispensável quando o que se se pretendia era tratar de comunicação regional, afinal a indispensabilidade da mesma é que torna genuína a capacidade de se trabalhar um jornalismo que beneficia e prioriza as origens e especificidades de uma geografia.

O autor Stuart Hall (1998) nos apresenta diferentes conceitos de identidade. O primeiro trata do sujeito do Iluminismo, fundamentado no indivíduo que é absolutamente centrado, unificado e atribuído de razão. O segundo se refere à identidade do sujeito pós-moderno e o terceiro reflete a do sujeito sociológico, aquele que não possui independência e autonomia, mas se constrói mediante a relação com demais indivíduos.

O sujeito pós-moderno de Hall (1998) se encontra em estado de identidade mutável e transitória. Isso ocorre devido a alterações estruturais e institucionais que fazem com que esse processo de identificação ocorra de maneira volúvel e inconstante. De acordo com o sociólogo e teórico cultural, essa formação da identidade, seja ela individual ou coletiva, acontece devido à inconstância que é inerente no existir humano.

Dessa maneira, todas as brechas e vazios são completados por meio do espaço exterior e, acima de tudo, no formato de discurso. A própria psicanálise trabalha a questão da identidade de maneira continuada e que surge a partir de um

processo construtivo feito pelo próprio sujeito e que resulta na sua história de vida. Biografia essa que se apresenta no formato de discurso, narrações e relatos de vida que se constroem de modo consecutivo, por meio de componentes soltos desse mesmo sujeito e que se restabelecem em forma de fantasia. Esse processo se aplica tanto nos aspectos da individualidade, quanto da coletividade.

De acordo com Castells (2000), as identidades se constroem culturalmente, ou seja, por meio de um processo que ocorre em volta de um grupo de valores que possuem significados partilhados e exemplificados como códigos de auto identificação. Esses códigos são formados através de informações coletadas historicamente, dados de memória coletiva, discursos institucionais, preferências de um grupo, relações de domínio, narrativas e contos folclóricos, entre outros fatores que representam a cultura de um grupo específico de indivíduos.

Consequentemente, assim como afirma Tuan (1983), o trabalho de elaborar a história do jornalismo de uma localidade acarreta na verificação e averiguação de todos os processos de identificação dependentes de sistemas culturais que estruturam e associam relacionamentos de proximidade, pertencimento e territorialização.

Nesse instante, se faz necessário evidenciar o significado de cultura regional, para que se consiga compreender de maneira mais profunda os processos históricos que tornaram possível a implantação e o crescimento do jornalismo em uma região. Sabendo que os conteúdos e o fazeres do jornalismo regional são repletos de amostras culturais da localidade onde é produzido, é impossível estruturar a história do jornalismo regional sem levar em consideração o seu teor e todo avanço e desenvolvimento histórico presentes no mesmo.

Autores como Oliven (1985) e Fadul (1976) conceituam Cultura Regional como:

A cultura regional, entendida em um sentido amplo, abrange todos os níveis de manifestações de uma determinada região que caracterizem sua realidade sociocultural. Essas manifestações incluem as de caráter 'erudito', 'popular' e 'massivo', por acreditar-se que estas instâncias do cultural estão historicamente imbricadas

pelas determinações dos processos de industrialização e urbanização, às vezes mediados pela indústria cultural que é em princípio consequência e não causa destes dois fatores (OLIVEN e FADUL apud JACKS, 1998, p.06)

Cultura regional, portanto, se estabelece a partir da junção de níveis de manifestações de uma localidade específica e que instituem sua própria realidade sociocultural. Isso já caracteriza uma hibridização, porém de natureza micro. A macro, a mesma que se percebe na ideia do *égua paidégua*, com infinitas léguas de tréguas, abraça pressupostos culturais bem mais diversos.

Assim, no que se entende por cultura regional, são incluídas manifestações de cunho *%rudito+, %popular+e %massiva+*, que devem ser compreendidas de acordo com Martin- Barbero (1987), ou seja, de modo indelével, afinal, essas instâncias do cultural possuem natureza histórica, influenciadas por evoluções e desenvolvimentos das industrializações e urbanizações, sofrendo também influências da indústria cultural.

Podemos assim, a partir das considerações acima citadas, considerar a ideia de cultura regional como uma cultura que está relacionada com o domínio dos seus diferenciais, daquilo que é característico de uma região.

Conhecendo sua identidade e ciente de sua cultura, não há nada mais adequado do que se obter conteúdos informativos através de meios de comunicação que possibilitam aos membros de uma região a devida viabilização de conteúdos relevantes. Nesse cenário, os grupos de mídia podem se tornar ferramentas que conduzem a práticas de cidadania. Por meio deles, os cidadãos locais podem requisitar por direitos e identificar seus deveres e obrigações dentro do grupo social em que se encontram.

Partindo dessa visão, é importante conceituar o que vem a ser cidadania para que possa desenvolver reflexões sobre a relevância do jornalismo regional em uma determinada região. Na realidade, reconhecer que ambas possuem uma relação de interdependência é essencial na conscientização do poderio exercido pela mídia e do seu nível de importância no desenvolver histórico de uma localidade. Apenas

dessa maneira, esse processo pode vir a ser reconhecido e validado pelo público que se busca atingir.

Targino (1991) afirma que a cidadania se estabelece como um status conferido aos elementos que fazem parte integral de uma comunidade. A ideia da autora traz, ao menos inicialmente, um senso de igualdade, afinal para Targino (1991) esse status é o mesmo para todos. Dessa forma, os mesmos direitos e deveres são aplicados a todos de maneira equitativa.

No entanto, não se pode deixar de levar em consideração que esse status só é concedido por meio de uma estratificação social composta por um sistema desigual que constantemente sofre os agravos provocados pelo capitalismo. A partir desse momento, portanto, surge a constante necessidade do uso de ferramentas capazes de servir pra reivindicações e um acompanhamento analítico, avaliativo e crítico. São esses os meios de comunicação, mais especificamente os que fazem uso do jornalismo e que devem ter um comprometimento em estabelecer comparativos com demais localidades e sistemas que possuam semelhanças no panorama sociopolítico e cultural.

1.2 Grupo RBA e o Surgimento do Portal Diário Online.

O que se objetiva nesse primeiro momento é fazer uma breve apresentação dos Portais ORM e Diário Online, pertencentes aos grupos de mídia paraenses que se originaram primeiramente do jornalismo impresso e televisivo da região Norte. Os grupos estudados são fortes representantes e precursores do jornalismo regional local, o que sempre propiciou a repercussão do que se denomina laços culturais, isto é, sempre possuíram meios capazes de acrescentar contextos sociais aos seus públicos alvo.

Serão analisados os aspectos do webjornalismo apresentados pelos grupos acima citados, incluindo suas formas de produção, a estética, a tecnologia, tudo isso somado ao caráter integrador da linguagem do webjornalismo híbrido. Entretanto, não se pode esquecer que, por se tratar de tempos de convergência, comparações com os outros meios jornalísticos dos grupos, como televisão, rádio e jornal impresso, também serão destacadas quando se mostrarem de forma integrada.

Com sede na cidade de Belém do Pará, o Portal Diário Online faz parte do Grupo de mídia Rede Brasil Amazônia, a RBA de Comunicação, que consiste em um conglomerado de empresas fundado no ano de 1988.

Pertencente a Jair Bernardino, o grupo teve início a partir da criação da TV RBA, sendo o meio televisivo o seu primeiro empreendimento. Nascido em Goiás, o empresário mudou-se para a capital do Pará e deu início a um bem sucedido negócio de gás de cozinha e veículos motorizados. Bernardino costumava se relacionar com inúmeros políticos da região e chegou a ser considerado, no ano de 1987, "Homem de Marketing do Ano" pela Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil. A partir de seu caráter empreendedor, surgiu a ideia de criar a TV RBA, aquela que seria, na época, a emissora de Tv mais moderna da Região Norte-Nordeste.

Afiliada à Rede Manchete, a Tv RBA teve um alto investimento, chegando a contratar profissionais jornalistas de outros estados, investiu em maquinários modernos, montou grandes equipes e adquiriu veículos, para conseguir fazer a cobertura de toda a região metropolitana de Belém do Pará.

O telejornalismo sempre recebeu atenção especial do grupo, gerando grandes índices de audiência. Com o sucesso do investimento nessa área, Bernardino manifestou interesse em investir também na criação de um meio impresso, porém, em 1989, devido a um acidente de avião, seus planos foram interrompidos pelo seu inesperado falecimento.

Com a morte do empresário, o grupo é vendido em 1999 e passa para as mãos do político paraense Jader Barbalho, que dá continuidade ao projeto de

criação de um jornal impresso que seria distribuído diariamente e circula até os dias atuais, o Diário do Pará.

Sob a direção da família Barbalho, o grupo expandiu o número de produtos pertencentes ao conglomerado de mídia. A RBA passou então a investir também em emissoras de rádio, integrando ao seu catálogo de produtos a rádio Clube do Pará, Rádio Clube de Marabá, Rádio Clube de Paragominas, Rádio Clube de Maracanã, Rádio Clube do Tapajós . Santarém, 99 FMDiário FM e Rádio 91 FM . Marabá.

O primeiro contato dos produtos do Grupo RBA com a internet se deu no final da década de noventa, quando foi vinculado à rede o site do jornal Diário do Pará, com conteúdo repostado do encontrado no jornal impresso. No ano de 2010, aderindo a grande tendência nacional dos grandes grupos de mídia, resolve investir na criação de um Portal de notícia com conteúdo próprio, recursos multimídia e profissionais contratados com exclusividade para atuar no site.

1. 3 Grupo ORM e o surgimento do Portal ORM News.

A Organização Rômulo Maiorana, também conhecida como grupo ORM, sediada em Belém do Pará, é um conglomerado de mídia fundado em 1966, sob a direção do jornalista e empresário Rômulo Maiorana.

O primeiro produto jornalístico do grupo foi o jornal impresso O Liberal, que circula desde 1946 e pertencia a Magalhães Barata, antigo governador do Pará. Foi criado com intuito político de defender o posicionamento de seu dono mediante o cenário de ofensas que existiam entre os partidos políticos da época.

Apenas em 1966, Rômulo Maiorana adquire o jornal O Liberal e funda assim o Grupo Liberal. O empresário passa a investir em outros veículos de mídia, quando compra, em 1970, das mãos do governador do Pará na época, Moura Carvalho, a

Rádio Liberal, que funcionava desde 1960. Em 2011, a rádio passou a se chamar Rádio Liberal CBN.

O grupo permanece com o processo de expansão quando, em 1976, investe também no campo televisivo, tendo como incentivo a parceria e afiliação com a Rede Globo. Surge a TV Liberal, que até hoje investe na programação local, com programas de telejornalismo, como Bom Dia Pará, Jornal Liberal 1ª e 2ª edição, Liberal Notícia e Liberal Comunidade, o Esportivo Globo Esporte PA e o programa de variedades, É do Pará.

Com o falecimento de Rômulo Maiorana, em 1986, deixa de ser denominado Grupo Liberal e recebe, como homenagem, o nome de Organizações Rômulo Maiorana. Passa a ser presidido por Lucidéa Maiorana, sua viúva e, posteriormente, por seu filho, Rômulo Maiorana Júnior.

Seguindo a tendência dos grupos nacionais de mídia, também envereda no campo da internet. Em 1996 é criada uma versão Online do Jornal O Liberal, onde era publicado um conteúdo limitado de reportagens publicadas pelo meio impresso pertencente ao grupo.

Em 2003, um investimento mais forte foi dado à vinculação dos produtos em rede, quando o site Portal ORM, que incluía conteúdo dos veículos impressos (O Liberal e Amazônia Jornal), rádios Liberal AM e FM e a TV Liberal, foi criado.

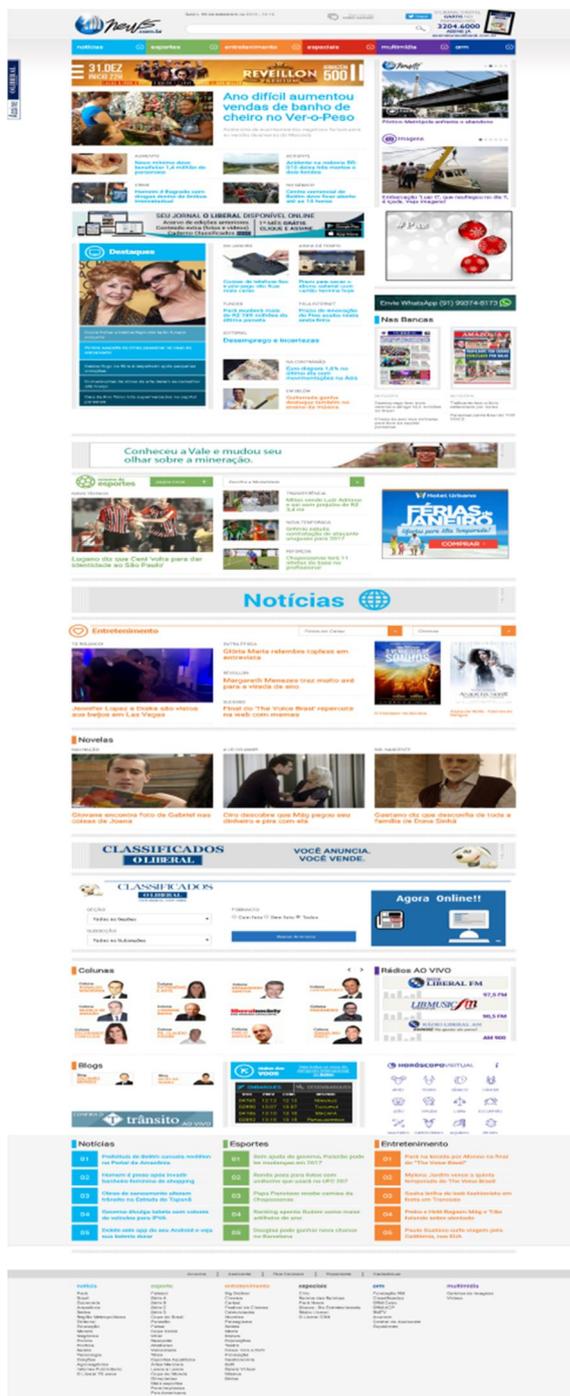
O site sofreu reformulação em 2013 passando a se chamar ORM News. Essa transformação levou o portal a incluir novos produtos de multimídia voltados exclusivamente para o site, mudança nos editoriais e amplitude de espaço para matérias locais, nacionais e internacionais.

1.4 Múltiplas Identidades

Os portais ORM News e Diário Online preservam uma estrutura básica que contém as principais divisões de um portal de notícia, incluindo Cabeçalho, Menu,

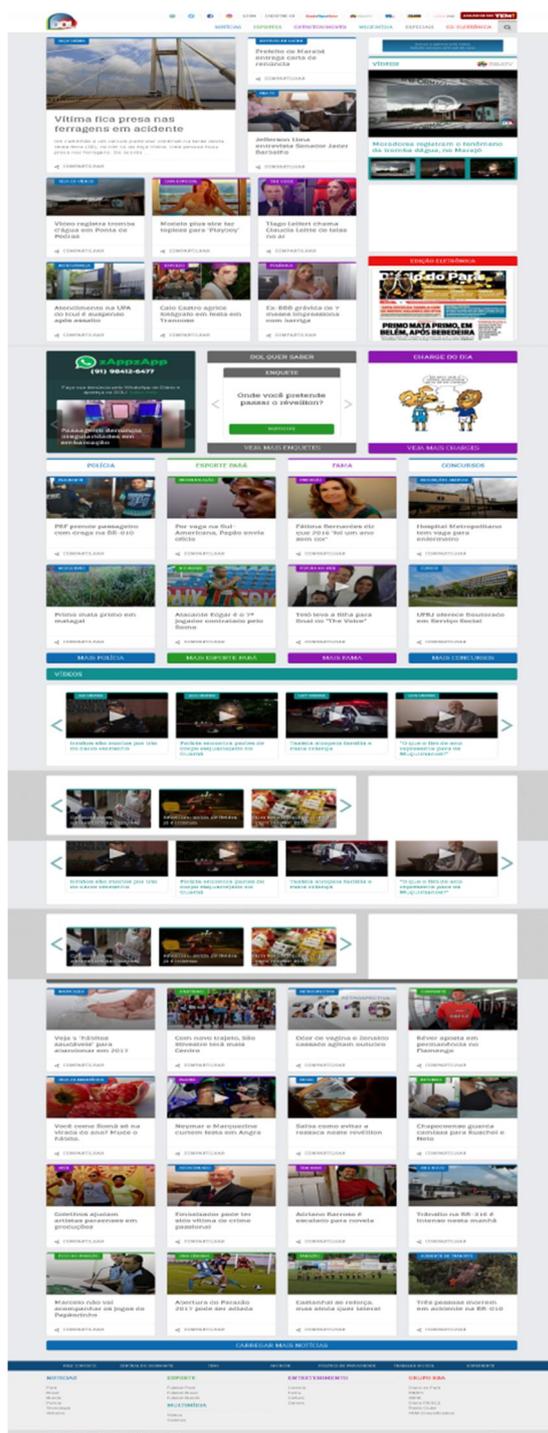
Manchetes, Destaques de Edição, Chamadas, espaço para Compra e Interatividade. Em suas *home pages* as categorias Notícias, Esportes e Entretenimento são identificadas por cores diferentes. As Figuras 01 e 02, melhor exemplificam a descrição acima, apresentando o *layout* das *homepages* dos portais de forma reduzida:

FIGURA 01 . Home page do Portal ORM News



Fonte: Página do Portal ORM News disponível em: <http://www.ormnews.com.br/em> 29 de dezembro de 2016.

FIGURA 02 . Home page do Portal Diário Online.



Fonte: Página do Portal Diário Online disponível em: <http://www.diarioonline.com.br/> em 30 de dezembro de 2016.

Ambas as páginas possuem notícias paraenses, de demais estados brasileiros e internacionais. A divisão dessas categorias, para os que procuram por um conteúdo mais específico, se encontra nos editoriais distribuídos, no Diário

Online, por: Notícias: Pará, Concursos, Polícia, Brasil, Elas, Veículos, Mundo, Tecnologia e Mauro Bonna; Esporte: Pará, Brasil, Mundo e Gerson Nogueira; Entretenimento: Cultura, Cinema, Fama, Game e Promoções; Multimídia: Vídeos e Galerias; Especiais e Edição Eletrônica. No Portal ORM News estão presentes os editoriais de: Notícias: Pará, Brasil, Economia, Amazônia, Belém, Região Metropolitana, Editorial, Educação, Mundo, Negócios, Polícia, Política, Saúde, Tecnologia, Eleições, Agronegócios, Informe Publicitário, O Liberal 70 anos; Esportes: Futebol, Série A, Série B, Série C, Série D, Copa Brasil, Parazão, Futsal, Copa Verde, Vôlei, Basquete, Atletismo, Velocidade, Tênis, Esportes Aquáticos, Artes Marciais, Copa do Mundo, Olimpíadas, Mais Esportes, Paralimpíadas e Pan-Americano; Entretenimento: Big Brother, Cinema, Cartaz, Festival de Cinema, Celebidades, Novelas, Paisagismo, Beleza, Moda, Shows, Exposições, Teatro, Dicas - Livros e DVD, Promoção, Gastronomia, Soft, Balaio Virtual, Música, Séries; Especiais: Círio, Rainha das Rainhas, Show- Bis Entretenimento, Eleições, Verão e Pará News; Multimídia: Imagens e ORM TV; ORM: Fundação RM, Classificados, ORM Cabo, O Liberal, O Liberal Digital, Amazônia, TV Liberal, Rádio Liberal, O Liberal CBN, Central do Assinante, ORM ACP, Webmail e 2ª via de boleto.

As várias caras e diferenciais que compõem o site formam uma identidade, evidentemente, não apenas local, o que facilita o conceito do que seria uma identidade híbrida. Os portais, no mundo moderno, sofrem influências econômicas, de linguagem, simbolismo histórico, mistura de raças, condições de vida, diferentes origens e migração.

Tudo que foi exposto acima influencia na escolha do que se inclui ou se exclui dos conteúdos rotulados como locais, nacionais ou internacionais. Muitas são as críticas em torno dos parâmetros que definem e restringem o grau de interesse geográfico da notícia. No entanto, todas essas opções integradas a um mesmo portal, compreendem a ideia fundamental do webjornalismo que se estende a nossa realidade, seja ela em qualquer espaço do mundo globalizado.

Critérios relacionados a questões de unidade ou interesse comum, diversidade, como elementos folclóricos e exóticos sempre foram utilizados no meio televisivo pelos cabeças de Rede do eixo Rio São Paulo para determinar o que seria uma identidade nacional.

Culturas regionais fortes, como a nordestina ou a gaúcha, perdem qualquer chance de uma difusão autônoma, a salvo da interpretação em geral redutora e folclorizante, que lhes dão as emissoras paulistas e cariocas (PRIOLLI, 2000, p.20).

No meio online, o espaço que se pode dar a diferentes conteúdos não se limita. Ambos os portais têm parceria com agências de notícias de todo país e internacionais, cabendo aos jornalistas fazerem a seleção do que representa conteúdo interessante para o site, e cabe ao usuário do site fazer a seleção do conteúdo que mais lhe interessa.

Interessante é que o espaço online, que aqui já se expõe como cultura jornalística que, embora ocorra dentro de uma região com cultura própria, se deixa desapropriar, sem enfrentamento algum, ou pela seleção dos conteúdos que chegam, de todas as partes, à redação, ou pela aceitação dos interlocutores.

A desapropriação que se faz pela seleção dos conteúdos que chegam à redação, é feita pelo profissional, pelo jornalista, que já tem em sua internalidade a percepção de um mundo que se quer perceber, não de forma fragmentadora, mas como um todo. O registro que esse profissional faz, já não aborda de forma unilateral, mas tudo faz para registrar o todo que chega à redação. Possível é afirmar, aqui, que já se estabelece um caminho transitório, da micro para a macro hibridização.

Já a desapropriação via interlocutores, perceptível com a interatividade que sempre se observa em regiões amazônicas e nas mais distantes dessas, impõe ao webjornalismo um processo transitório de baixo para cima. Inverte-se o papel. É o interlocutor que faz o webjornalismo tomar a forma, não ter vontade própria, mas isso de forma muito tranquila, sem embaçamento. Segue-se, portanto, o caminho, a transição inevitável, que se tornará macro, por excelência, ao chegar à estatura de varão perfeito, ao que chamamos de égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Outro aspecto a ser lembrado, além do que já se tratou, é que no campo do online já não existe mais a necessidade de qualquer restrição relacionada a tempo e espaço. O jornalista do meio online se torna capaz de produzir conteúdos

específicos sem maiores limitações, basta que para isso seja de interesse dos portais fazer uma cobertura regional com amplitude e qualidade.

Um exemplo ocorreu em 2013, quando a cidade de Melgaço, no arquipélago do Marajó, estado do Pará, foi apontada pela Organização das Nações Unidas (ONU) como detentora do pior índice de desenvolvimento humano (IDH) do Brasil, isso após dados repassados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Cabe lembrar que esses dados há muito já estavam disponíveis em fontes oficiais do governo.

Observa-se nas ilustrações (Figuras 03 e 04) abaixo que a divulgação dessas notícias está datada de 01 de agosto de 2013 em um portal e 27 de setembro no outro. É importante dizer que os dados que integram o ranking do IDH nacional e que farão parte do novo atlas a ser confeccionado pelo IBGE, são oriundos do levantamento realizado pelo censo 2010.

FIGURA 03- Inserção do Portal ORM sobre o IDH de Melgaço, em 01/08/2013.



Fonte: Página do Portal ORM. Disponível em:
<http://noticias.orm.com.br/noticia.asp?id=663379&%7CMoradores+de+Melga%E7o+cobram+explica%E7%F5es+por+baixo+IDH+#.U4u6RHJdUhY>

FIGURA 04 - Inserção do Portal DOL sobre o IDH de Melgaço, em 27/09/2013.



Fonte: Página do Diário Online. Disponível em: <http://www.diarioonline.com.br/noticia-252450-municipio-paraense-tem-pior-idhm-do-brasil.html?137746370>

Nesse aspecto, as semelhanças entre os dois portais são maiores que suas divergências, pelo menos no que se trata da forma que estão conduzindo a prática jornalista de apuração da realidade da Amazônia Paraense. Ambos não perdem oportunidades de se posicionarem a favor da comunidade, participando de maneira ativa na vida cotidiana do paraense, se posicionando em prol dos interesses regionais. Os portais, todavia, não deixam de transparecer certo receio em abraçar causas internas ou que, em primeiro momento, possam parecer de fraca representação no âmbito da globalização dos noticiários.

A necessidade de valorização do webjornalismo híbrido, com todos os seus mecanismos disponíveis em rede, deveria servir também para conservar costumes, tradições culturais locais e dar maior visibilidade aos diferentes sujeitos na sociedade. O papel do jornalista é estabelecer paralelamente uma influência positiva, buscando integrar e manter o diálogo com o resto do mundo.

1.5 Programas Jornalísticos Online.

Os programas jornalísticos da televisão paraense, pertencentes aos grupos ORM e RBA, já fazem uso de uma estética composta por cenários que utilizam de recursos virtuais com a clara intenção de adaptar suas produções informativas objetivando o alcance de sua audiência. Os apresentadores se encontram sentados ou com liberdade de locomoção no cenário.

Nos portais dos grupos estudados, os programas apresentados como recursos de multimídia são muitas vezes apenas recortes e edições de programas originários televisivos. No portal Diário Online, os programas são divididos nas categorias: Esporte, Jornalismo, Cinema, Entretenimento, A Era do Ferro, Copa 2D, Eleições e Prêmio Diário RBA de Publicidade. O site não possui recurso de postagem de vídeo dentro de sua própria estrutura, sendo utilizado o *youtube*, conhecido site de postagens de vídeos da internet, comumente utilizado como canal de divulgação de conteúdos produzidos para rede. Os programas jornalísticos da TV RBA, do mesmo grupo que o Diário Online, são publicados com regramento do tempo de exibição, já que não são exibidos na íntegra como na televisão, mas separados individualmente por temas de notícia e sem os comerciais no decorrer da exibição.

O Portal ORM News agrega programas produzidos tantos na Tv ORM, quanto produzidos exclusivamente para o portal, são eles: New York Times, resultado de uma parceria com o site americano que sede vídeos informativos/documentais; ORM News TV, Coisas de Mulher, programa apresentado por uma jornalista exclusiva do site e que aborda temas voltados para moda, maquiagem, entrevistas e estilo de vida feminino; ORM News Negócios, apresentado por um jornalista que também fazia parte do quadro de funcionários televisivo, orientando o público em relação a negócios, investimentos no setor imobiliário e financeiro; ORM News Gourmet, programa de culinária que convida chefs de cozinha para ensinar o preparo de comidas típicas da culinária paraense; Conexão Brasília, apresentado por uma jornalista residente no estado de Brasília que traz boletins informativos sobre política

e que são exclusivos para o site; Zona Urbana, traz o melhor da música e produção audiovisual paraense apresentado por jornalistas e com conteúdo exclusivos do portal; ORM News Cinema, crítico de cinema apresenta a programação da cidade e os principais festivais referentes ao cenário cinematográfico; Atitude, faz a divulgação dos principais projetos de assistência social da região, programa vinculado e transposto sem edição da televisão paraense; Ivo Amaral, apresentado por comentarista esportivo da televisão paraense, mas com conteúdo exclusivo para o portal; In Fight Pará, programa produzido para o portal e voltado para o público fã de esportes de luta e combate; e ORM News no Ar, notícias gerais que foram destaques no dia em forma de resumo e apresentado por jornalista da televisão e portal.

Diante do exposto acima, cabe ainda ressaltar que o modo de fazer Televisão deixa suas marcas através de suas regras de produção, postura dos jornalistas, características de linguagem, repertórios comuns que na redação jornalística acabam sendo repetidos na produção dos conteúdos dos portais, chegando aos seus leitores. Nesse aspecto, a transição, acredita-se, nem estado embrionário está. É webjornalismo por se dizer, mas a postura televisiva é clara. Busca-se, nesse caso, uma transição identificadora de webjornalismo diferenciado da postura televisiva que se nota.

Os portais Diário Online e ORM News, criados respectivamente em 2010 e 2003, já são sites de grande acesso da região paraense, o que leva a indagar de que maneira tem sido capazes de promover laços culturais, se possuem traços de individualidade promovendo fatos da sua localidade, em que proporção conseguem a força para produzir sua marca e destacar pontos importantes para a sociedade com confiabilidade.

Muitos são os desafios para os portais que querem garantir a audiência de seu público alvo. Por se tratarem de sites pertencentes a grandes grupos de mídia, fazem uso constante da convergência, no entanto, deve-se investigar a sua real identidade, a linguagem traduzida em seus conteúdos e quais os formatos de gênero jornalísticos.

CAP. II ËA IMAGEM, SUA UTILIZAÇÃO E EFICÁCIA NO WEBJORNALISMO HÍBRIDO

Tudo que se pretende investigar são fatores que criam vínculos de pertencimento e identidade, já que, é por meio de especificidades do processo comunicacional, como temas de maior veiculação, a sociedade apresentada cotidianamente, personagens participantes da notícia, transmissão em tempo real de acontecimentos, interatividade do público, que se estabelece um padrão de identificação social.

Os dois Portais surgiram com conteúdos unicamente regionais, mas seguindo os padrões do cenário nacional, acabaram por incluir em seus editoriais conteúdos nacionais e internacionais, caracterizadores, respectivamente, do que já denominamos de transitoriedade da micro para a macro hibridização.

Dados quantitativos e qualitativos servirão para medir a relevância dada aos acontecimentos da região. A escolha das notícias e sua divulgação acabam produzindo sentidos, padronizam uma linguagem para seus leitores, criam padrões de consumo, mudanças de comportamentos em relação a hábitos culturais e crenças comuns do cotidiano que são socializadas. É possível afirmar que, mediante esse cenário, as implicações culturais midiáticas trazem efeitos na própria cultura.

Serão organizados dados referentes ao uso de imagens, do ao vivo, a quantidade de matérias por editorial, quantidade de matérias locais, nacionais e internacionais, uso de fontes oficiais e não oficiais, o que é considerado notícia e permite a integração dos portais com a região.

2.1 O Uso do Ao Vivo como Fator de Integração e Identificação.

Nesse momento veremos na produção de conteúdos ao vivo, como se dá a forma organizacional, a transmissão e o modo de apresentação desses produtos

online. O Portal ORM News será usado como exemplo, por ser o único dos objetos de estudo a fazer a transmissão de uma programação ao vivo.

Devemos ressaltar ainda que nas entradas ao vivo (principalmente dos telejornais) é que temos a possibilidade de sujeitos coletivos, não videntes na mídia, se fazerem vistos - ouvidos. O improvisado e até mesmo o erro previsto nessas apresentações sempre trazem informações novas, seja sobre o próprio veículo, seja sobre seu modo de se fazer (metalinguagem). Mas, para isso o "ao vivo" deve se tornar hábito, tem que se repetir os diferentes gêneros, não apenas nos programas ditos informativos, como o são os telejornais. (VIEIRA, 200 p.11)

Segundo Vieira (2000), aqui tratando da realidade televisiva, quando o telespectador assiste a um conteúdo ao vivo, se torna capaz de produzir elos identitários entre a sua realidade e o que acontece no mundo que o cerca. Essa mediação, de acordo com a autora, só ocorre de maneira satisfatória quando vista de modo constante, diariamente e em diferentes formatos, além do jornalístico. Ainda segundo a autora, é essa mediação que vai gerar uma audiência capaz de criar laços de afetividade e identidade entre o conteúdo ao vivo e o público alvo. A audiência será fato, a partir dos laços de afetividade entre a diversidade cultural. Novamente, não há como negar, o transitório necessário se expõe, mostra a cara, sai do armário.

No webjornalismo do Portal ORM News, a frequência do uso do ao vivo ainda é diminuta. São transmitidos dois eventos de importância para o cenário paraense, o Círio de Nazaré, festa religiosa da igreja católica que todos os anos, no período do mês de outubro, promove a devoção à Nossa Senhora de Nazaré, por meio de eventos, procissões e romarias em diferentes locais e cidades do estado do Pará e o Rainha das Rainhas, concurso anual de fantasias no qual participam representantes dos principais clubes sociais paraenses.

Por ser a internet um meio de acesso que não limita a geografia espacial do usuário, o ao vivo nessa realidade toma caráter de intimidade, familiaridade,

personalidade, aconchego. O indivíduo que está fora do seu ambiente na Amazônia Paraense, poderá se sentir mais próximo da sua realidade.

Uma vez que a interlocutoriedade se faz presente, ocorre o processo comunicativo. Os modos de utilizar o ao vivo podem levar a existência de contextos sociais que podem suscitar processos significantes para o internauta, modos de identificação e reconhecimento com o que se depara no portal. Para Jespers (1998, p. 17) ~~o~~ telejornal é um gênero televisivo em si, com as suas próprias regras de seleção, hierarquização, estruturação narrativa, mediação+. No webjornalismo a junção desses mesmos fatores também é capaz de definir gêneros para o conteúdo do ao vivo em rede.

Os programas costumam ser transmitidos ao vivo na TV Liberal, do mesmo grupo de mídia do Portal. Quando o conteúdo passou a ser divulgado no ORM News, a transmissão se deu por link com o sinal de imagens da TV Liberal.

Em 2014 foi transmitido o concurso Rainha das Rainhas do carnaval paraense. Os apresentadores, dois jornalistas da TV Liberal, utilizaram a mesma fala, tanto para televisão, quanto para o site, em momentos, se dirigindo especificamente para o público do site. Na internet, o usuário também consegue se ver representado na tela, por meio de características identificáveis, como a presença de sotaque nortista na voz dos apresentadores, uso de expressões regionais (égua, pai d'égua), uso de pronomes pessoais (tu, nós, vocês), pronomes possessivos (nosso, seu, sua), advérbios de lugar (aqui) e pronome demonstrativo (este, esta), quando se dirigem diretamente ao usuário. São recursos que fortalecem o conteúdo regional do site, e ainda refletem intimidade entre o portal e seu público de acesso.

Se para Tiburg (1996, p. 240) o ao vivo na televisão resulta em ~~uma~~ indicação consistente da existência de uma nova modalidade de espaço tempo, ancorada nos processos dos meios técnicos e materiais eletrônicos+, no espaço online esses meios e materiais eletrônicos se ampliam, transcendem barreiras geográficas e até mesmo temporais.

A televisão teve seu estado embrionário no ao vivo e ~~de~~ desenvolveu todo o seu território básico de recursos expressivos no momento em que ainda opera o ao vivo e este, continua sendo seu traço distintivo mais importante dentro do universo do

audiovisual+ (Machado, 2000, p.125). Na internet, além dos recursos provenientes da fala no ao vivo, que constroem a proximidade entre emissor e receptor, existem também uma narrativa diferente, que não cumpre roteiros na íntegra. O fator surpresa é o que caracteriza essa narrativa, pois diferente dos outros programas gravados para o site, não conta com edições e rompe com processos de continuidade.

2.1.1 Cobertura do Círio de Nazaré.

O Portal ORM News faz a transmissão do Círio de Nazaré, simultaneamente a Tv Liberal, com a apresentação de jornalistas da emissora. O conteúdo pode ser acessado no mundo todo, demonstrando a força do ao vivo no tempo presente. Machado apresenta o termo *presente* em seus estudos televisivos sobre o uso do ao vivo, na internet, essa designação também pode traduzir e reforçar a intensidade dos fatos transmitidos em tempo real, afinal, a instantaneidade já é uma característica que marca o webjornalismo feito no portal e intensifica a percepção e atuação do indivíduo enquanto usuário que acessa o site.

Falar do Círio de Nazaré, festa religiosa paraense, é tratar de algo inerente à prática cultural paraense. Afinal, mais de 200 anos de tradição, servem para demonstrar o quanto o evento já é uma espécie de patrimônio cultural, não só paraense, mas brasileiro. Já há até o reconhecimento da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) de que a festa em homenagem a mãe do Messias deve ser entendida, interpretada, percebida como um Patrimônio Imaterial da Humanidade. Até a festa tem representatividade que os próprios portais já não aceitam ser apenas do povo paraense, mas do globo, do mundo, do todo.

Durante a procissão maior, a do segundo domingo de outubro, mais de dois milhões de pessoas participam do culto à Maria de Nazaré, a mãe de todos os

paraenses. Durante o evento, os chamados romeiros, vindos de todas as regiões paraenses, além de muitos lugares da nação brasileira, exprimem a sua fé, através de atos de adoração que se repetem por muitos anos. São os casos do carro dos milagres, do seguir a procissão na corda, das promessas representadas por objetos ligados ao alcance de uma cura divina, além de outros.

O símbolo por excelência da festa religiosa está na imagem de Nossa Senhora de Nazaré, encontrada pelo caboclo chamado Plácido há mais de duzentos anos. Ela, a imagem, é uma espécie de quase presença material da genitora do Senhor Jesus Cristo. A partir dela, manifestações entusiastas se tornam perceptíveis. Há uma espécie de mágica no nicho. Todos adoram, glorificam, veneram e atribuem a ela um significativo número de visitas divinas.

É, a imagem da santa, muito mais que um simples objeto, para aqueles que participam da festa do Círio de Nazaré. Sua representatividade extrapola a dimensão do fato religioso maior da região paraense. Tornou-se um significativo que se faz presente, ininterruptamente, na vida de pessoas que se afirmam como devotas do objeto sagrado.

A importância da imagem do Círio de Nazaré se tornou tão fundamental, que há até uma espécie de cronograma de visitas da imagem. Todos desejam receber a visita da mãe de Jesus, representada pela imagem, encontrada pelo caboclo Plácido. São vários os atos religiosos, anteriores e posteriores à festa maior da religiosidade papa-chibé

Como se nota nas Figuras 05, 06, 07 e 08, há uma exigência da presença da imagem. É que, o povo paraense, associa a imagem à presença real da mãe do Bom Mestre, tamanha é a mágica que se produziu, em função da imagem da santinha, termo carinhoso, usado pelos devotos.

Figura 05- Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Fiéis aguardam pela passagem da imagem de Nossa Senhora de Nazaré. Belém, Pará.



Fonte: Pesquisadora Lucas (2016)

Figura 06- Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Aproximação da Berlinda. Belém, Pará.



Fonte: Pesquisadora Lucas (2016)

Figura 07- Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Os promesseiros acompanham a passagem da imagem.



Fonte: Pesquisadora Lucas (2016)

Figura 08- Círio de Nazaré 2016. Dia da Procissão. Berlinda aproximada - Pequeno oratório envidraçado para a imagem da santa.



Fonte: Pesquisadora Lucas (2016)

O fato de se exigir a presença da imagem, impõe uma representatividade extrema, já que a presença da imagem pressupõe a presença da senhora dos paraenses. Chega-se a afirmar que a ausência da imagem da padroeira, diminui, atomiza, extremamente, os eventos de natureza religiosa.

Importante lembrar que a representatividade do objeto sagrado é tão grande, que o público que se achega, que participa do Círio ou de eventos religiosos, se possível for, buscará tocar na imagem. Creem que o toque no objeto sagrado, implicará, não somente em cura, mas em milagres de toda a natureza. Tocar a imagem, de acordo com os que são ou se tornam adoradores da imagem, pode libertar das drogas, curar enfermidades, salvar casamentos, trazer de volta maridos que se envolveram com amantes, abrir portas de emprego, melhorar o ambiente familiar, trazer prosperidade, alcançar o sonho da casa própria, além de outros milagres.

Embora objeto, a imagem é entendida como imanente, pois age, interfere na realidade dos seus verdadeiros adoradores. Isso significa, na perspectiva do romeiro, que a mãe do Messias, extrapolou o sentido transcendente que muitos dão à figura de Maria, representada na imagem encontrada pelo caboclo Plácido.

Não se esgota, diminui a sua transcendentalidade, mas apenas se quer afirmar que ela, a senhora de Nazaré, através da imagem que passa pelas ruas de Belém, deixa de ter uma significação apenas abstrata, metafísica. Através da imagem, Maria se faz presente, está ao lado, à ilharga dos que nela acreditam. Passa a ser amiga, companheira de todos os dias e durante o dia todo.

Essa representatividade que se está verificando, a partir de 4 de dezembro de 2013, foi além dos limites da geografia paraense. Reconhecida foi a festa do Círio de Nazaré, como Patrimônio Imaterial da Humanidade. O reconhecimento se dá ao Círio, ao que faz parte do Círio que, como se sabe, surge a partir da revelação da imagem, o que a torna o ícone por excelência do evento religioso que ocorre há mais de 200 anos, no segundo domingo do mês de outubro.

Um outro elemento muito forte, durante a festa religiosa, é a berlinda, lugar onde repousa a imagem de Maria. Nessa berlinda, há toda uma mística. É tão santo

o lugar, que apenas uma vez por ano a berlinda sai do glória, espaço localizado na belíssima Basílica de Nazaré.

Não se pode esquecer do manto que envolve a imagem de Nossa Senhora de Nazaré. Nele, no manto que envolve a imagem, aparecem elementos ligados à cultura paraense, tais como desenhos com a cerâmica paraense ou então com imagens de rios da Amazônia.

A insistência em registrar, no manto de Nossa Senhora de Nazaré, aspectos da cultura paraense, é um ato que deseja perpetuar o que é parte da geografia paraense. Não se permite, por exemplo, a introdução, registro do que não é pressuposto cultural invasor. Não é a ruptura com o que alguns ainda chamam de invasor, mas a não aceitação de uma hierarquia cultural. Há, sim, o espaço para o abraço. É como diz uma canção paraense: quem quiser, venha ver, mas só um de cada vez. Não queremos nossos jacarés tropeçando em vocês.

Importante lembrar que o que se acabou de afirmar acima, é a favor de tudo o que se pensa, em nossa contemporaneidade, já que há espaço para se valorizar o que é regional, abraçando as variantes culturais.

Não há como negar que, ainda que muitos de muitas outras geografias participem da imponente festa religiosa, o que se deseja, além da manifestação da fé em Maria de Nazaré, é fazer com que os de outras geografias conheçam o que é parte da cultura dos que vivem no espaço paraense. Cabe até dizer que o olhar que se deve dar ao Círio de Nazaré, precisa passar pelos paradigmas culturais da região paraense, a mesma onde ocorre a celebração a Senhora de Nazaré, a mãe do Bom Mestre.

Embora a diversidade participe do Círio, o elemento cultural paraense prevalece, mas sempre com o desejo de se fazer reconhecer como parte, que com as outras partes, se promovem como uníssonas. Mesmo que ricos, pobres, brancos, negros e demais diversidades façam parte da festa, é notável a forte presença do lugar onde acontece o fato religioso que intenciona, objetiva agradecer as graças da intercessora.

Uma outra identidade presente e que se torna bastante evidente na festa do Círio de Nazaré, é a que demonstra as desigualdades sociais. O pobre, sem moradia, educação e segurança pública, em vários momentos exprime o milagre da casa própria, do livramento da morte certa, durante assalto e do milagre da aprovação em vestibular. É clara a ideia de que apenas a graça, o milagre, a misericórdia da mãe do menino Jesus poderia levá-los a tão grande experiência com o sagrado.

Pasmem, mas até o sagrado se explicita da mesma forma que se percebe no mundo de nossos dias. O ser mágico, que produz o milagre, aqui representado pela mãe do Bom Mestre, representada por outras divindades, em outras partes do mundo, sempre dando livramento ao mais pobre, além de resolver problemas sociais existentes em quase todas as dimensões do mundo globalizado.

O sagrado, parte que se está avaliando, até esse momento, não é o único elemento existente no Círio de Nossa Senhora de Nazaré. O evento religioso também se evidencia, em função da culinária cheia de especificidades paraenses.

Essa culinária, citada no parágrafo anterior, é uma verdadeira celebração na casa dos que se envolvem com a festa maior dos paraenses. É um momento de confraternização. É a chamada ceia de outubro, considerada por muitos tão importante quanto a ceia que lembra o nascimento do filho da bendita entre as mulheres.

Durante a ceia de outubro, há um cardápio paraense que dá destaque ao melhor da culinária local. Maniçoba, pato no tucupi e o delicioso arroz paraense são servidos. São eles indispensáveis na ceia mariana. Logo após, sobremesa fascinante é servida e sempre utilizando frutas da região. Açaí, que já não é paraense, mas de todos e que alcançou aceitabilidade unânime, além de cupuaçu e bacuri encantam a todos.

Importante é lembrar que o povo paraense, durante o Círio que homenageia a mãe do salvador, além de receber de forma extremamente gentil os que vêm a Belém, capital paraense, apresenta a culinária regional, mas que já faz parte dos manjares da culinária europeia, asiática e por aí caminha, cheia de pavulagem. Não é um ato de natureza excludente, mas reveladora da culinária de nossa geografia, o

que tem, de certa forma, trazido reconhecimento nacional, por exemplo, do açaí que, hoje, é uma febre em algumas regiões da nação brasileira e de regiões internacionais.

Outro fato importante, ainda ligado às questões culinárias, tem a ver com o milagre econômico que produzem. Graças à festa religiosa, há um crescimento da economia papa-chibé. São injetados na economia da região valores significativos, durante os quinze dias de festa.

De acordo com os organizadores da festa de Nazaré, mais de 1,1 bilhão foi injetado na economia paraense, em 2016, durante o Círio, movimentando todos os setores da economia do lugar, sobretudo a indústria, o serviço, o comércio e a agropecuária, além do turismo.

O milagre econômico é tão grandioso, que consegue, durante a festa, gerar mais de sessenta e cinco mil empregos, de acordo com o Departamento Intersindical de Estudos e Estatísticas socioeconômicas do Pará (DIEESE/PA). Com base em dados divulgados por esse mesmo DIEESE, o crescimento não deixa de evoluir. Passam os anos e o crescimento é ainda maior. Só em 2016, mais de dois milhões deromeiros participaram do Círio, o que, necessariamente, foi sinônimo de crescimento econômico.

Ainda em relação ao milagre econômico, a Secretaria de Turismo do Estado do Pará, informou que, com base em mais de oitenta mil turistas que visitaram a capital paraense, foram injetados por esses turistas mais de cem milhões de reais. Não há, portanto, como negar que a quadra nazarena é um propulsor econômico para os paraenses.

Sempre levando em consideração aspectos ligados às especificidades regionais, não há como deixar de valorizar a forma como tudo isso é retratado pelo webjornalismo. O Portal ORM, ao tratar da festa maior dos paraenses, privilegia aspectos ligados aos milagres da mãe do Messias, além de não abrir mão de registrar a grandiosidade da festa. Há uma série de manchetes que indicam o Círio sendo tratado dessa forma.

Na imagem inicial do Portal ORM, quando tratou do Círio de Nossa Senhora de Nazaré, a manchete é %Círio leva dois milhões em procissão de mais de cinco horas+. Nota-se o desejo de demonstrar o número de pessoas que participam da procissão e o tempo em que o grandioso evento se realiza. O que se quer, em manchete desse tipo, é impactar o leitor, levá-lo a dar atenção ao conteúdo da matéria.

A figura dos romeiros também é muito lembrada. Essa lembrança, evidentemente, associada aos grandes milagres da rainha dos paraenses. Em 2016, num dos registros relacionados ao Círio, há a manchete %É em Nossa Senhora de Nazaré move devotos na Romaria dos corredores+. No texto da matéria, evidencia-se o quanto Maria tem realizado, na vida de muitos romeiros, milagres de toda a natureza.

É muito clara a intenção do Portal ORM. Valoriza a grandiosidade da festa e as visitas metafísicas da mãe de Jesus, profundamente imanente na vida dos paraenses. Pouco se percebe uma leitura de caráter horizontal. A interpretação do evento religioso é verticalista. Há uma extrema valorização do lado místico da procissão religiosa que aqui se está avaliando.

No Portal ORM News, além da instantaneidade e simultaneidade na emissão das imagens do Círio, o usuário que assiste a transmissão online, pode contar com ferramentas de compartilhamento em redes sociais e espaço para comentários com réplicas e tréplicas. O usuário pode assistir o Círio tanto em seu computador, quanto em dispositivos móveis, o que amplia a experiência para outros espaços, sem a limitação de se restringir a presença de um aparelho televisivo.

O fato de o usuário poder socializar sua opinião a respeito do que assiste ao vivo, potencializa a interatividade presente no portal, pois o ambiente permite que ele se manifeste através de comentários participativos, críticas, troca de ideias com os demais usuários de dentro e fora do estado do Pará. Essa ideia permite também que o próprio site venha a conhecer o seu público, sabendo o que pensa e espera do portal.

Em meio a tantos recursos tecnológicos e audiovisuais, o Portal ORM News ainda não produz conteúdos em tempo real apenas para o site, sempre se valendo

de profissionais e de transmissões feitas pela Tv Liberal. Um bom exemplo de uso de uma ferramenta tecnológica na difusão de conteúdo ao vivo, foi o que se viu no ano de 2016, quando o Banco da Amazônia anunciou que transmitiria o Círio ao vivo por meio da tecnologia 360°, que usa câmera capaz de captar vários ângulos de imagens no mesmo instante, como mostra a Figura 09.

FIGURA 09 . Transmissão do Círio em 360°, em 08/11/2016.

Círio de Nazaré 2016
Banco da Amazônia - 3 / 4

1 Círio 2016 (Domingo) - Transmissão ao vivo em 360°
3:47:12 Banco da Amazônia

2 Círio 2016 - Trasladação (Sábado) - Transmissão ao vivo em 360°
3:43:20 Banco da Amazônia

▶ Círio 2016 (Sábado) - Padre Antônio Maria (Transmissão em 360°)
8:52 Banco da Amazônia

4 Círio 2016 (Domingo) - Grupo AMA (Transmissão em 360°)
3:00 Banco da Amazônia

Outubro Dez - O Círio (oficial HD)
Leno Rocha
48 mil visualizações
3:02

ZÉ LEZIN- VICIADO EM EXAME DE TOQUE, NO PROGRAMA LANDO CD'S

Fonte: Página Canal do Banco da Amazônia no Youtube. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_5bQLI6DSz0&index=3&list=PLNJT8P4iseC7JWx7oVzj2EdxjXDM-FTzC

Nos dias 8 e 9 de outubro, pela primeira vez na história do Pará, uma empresa que trabalha com a tecnologia de filmagem em 360°, transmitiu a transladação e a romaria em alta definição para o mundo através de publicação na plataforma de postagens de vídeo *Youtube* e na rede social *Facebook*. Nota-se, aqui, os instrumentos de transmissão do mundo. Todos os que fazem webjornalismo, em qualquer parte do mundo, utilizam as plataformas que acabaram

de ser citadas. É comum entre os envolvidos a utilização do que se tem à disposição, ou melhor, do que o mundo globalizado dispõe.

A tecnologia 360° é inovadora e transmite a sensação de se estar presente na Avenida Presidente Vargas durante o Círio de Nazaré. O usuário é quem decide o ângulo que prefere assistir. Ocorre toda uma reconfiguração estética na forma de se levar e receber o conteúdo transmitido. A experiência de assistir o Círio se renova, é criada a sensação de pertencimento e proximidade.

O avanço tecnológico demonstra os caminhos que podem ser visualizados no futuro da transmissão do conteúdo ao vivo. Posteriormente ao Círio, o Banco da Amazônia mantém o conteúdo na íntegra dos dois dias transmitidos em seu canal no *Youtube*, cada um com mais de três horas de duração. Além disso, mantém em sua página do *Facebook* os mesmos conteúdos disponíveis para serem visualizados com óculos de realidade aumentada. Os óculos possuem visor de 360° dividido em dois, gerando a sensação de imersão singular, que transforma por inteiro a experiência do ao vivo, uma vez que a estética de transmissão se transforma, fazendo com que o usuário, mais do que nunca, se coloque como parte do evento.

No webjornalismo paraense, os portais estudados demonstram pouco investimento em recursos do ao vivo que poderiam aumentar o número de acessos e criação do laço social de Wolton (1996), na internet. Tendo em vista o sujeito pós-moderno de Hall (1998), como que se apropriando da ambiência da internet, entende-se um sujeito em constante deslocamento, não estático, mas em mobilidade, transformável. Esse usuário necessita poder se reconhecer dentro do espaço que vê surgindo em tempo real.

O Círio serve de exemplo perfeito no que diz respeito à divulgação de evento tão importante na cultura e representatividade da Amazônia Paraense. Em termos de tradicionalismo regional a temática explorada atrairia o público e serviria de investimento na valorização do pertencimento de Hall (1998).

O ao vivo na internet, por si só, é sinônimo de integração e apreensão do sujeito usuário. Quando é feita a transmissão a partir de um ambiente considerado referência turística, como a Basílica de Nossa Senhora de Nazaré, por exemplo, são

agregadas marcas de presença carregadas de contextos históricos com os quais o sujeito se identifica. O usuário se enxerga representado por meio do que, na televisão, Wolton (1996) denomina de "espelho" de si mesmo, mas que também se encaixa como exemplo do que ocorre em uma transmissão ao vivo online.

2.1.2 A Representatividade do Cidadão nos Conteúdos Audiovisuais

Machado (1995, p.83) afirma que "nos sistemas figurativos, considera-se que quem olha direto para a câmera representa-se a si próprio e pressupõe a mediação de um aparato técnico entre ele e o espectador". No meio online essa realidade se repete, o sujeito vê-se refletido no outro como parte importante do processo comunicativo transmitido. É o que afirma Kehl (2004), dizendo que:

O outro é uma instância pública simbólica, todas as figuras que oferecem suporte para a sua encarnação imaginária são presenças mediadoras entre a pequenez do sujeito e a imensidão do espaço público, espaço onde se tecem os acordos e se estabelecem as linhas de força que sustentam a vida de uma sociedade. Nesse espaço, algumas pessoas se destacam como portadoras de discursos capazes de oferecer, ainda que provisoriamente, sustentação para o laço social. (KEHL, 2004, p. 149)

A participação de fontes oficiais é um grande exemplo do que representa o indivíduo em espaço público. O laço social também se faz presente nos campos institucionais, porém, ainda mais importante é a participação das fontes não oficiais, os cidadãos comuns. As entrevistas audiovisuais dos Portais ORM News e Diário Online, tanto as ao vivo, quanto as pré-gravadas, no período de noventa dias, nos meses de outubro, novembro e dezembro de 2016, chegaram ao índice, respectivamente, de 51,25% e 58,85% dos produtos apresentados (Figuras 10 e 11).

O uso de fontes oficiais pelo Diário Online é de 39,14% e do ORM News é de 55,55%, enquanto que as falas de cidadãos representam 60,86% e 44,45% do total (Figuras 12 e 13).

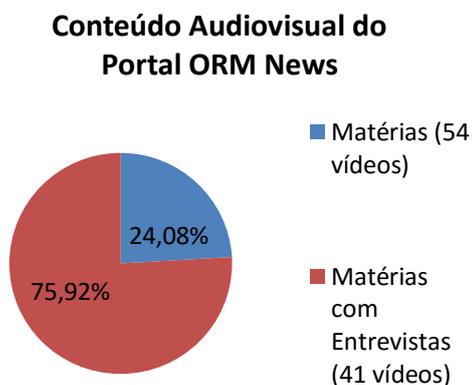


FIGURA 10. Representação gráfica de Conteúdo Audiovisual em vídeo no Portal Orm News no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.

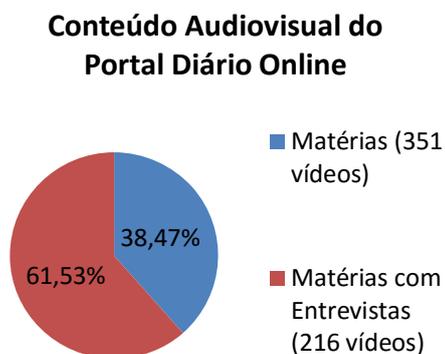


FIGURA 11. Representação gráfica de conteúdo Audiovisual em vídeo no Portal Diário Online no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.

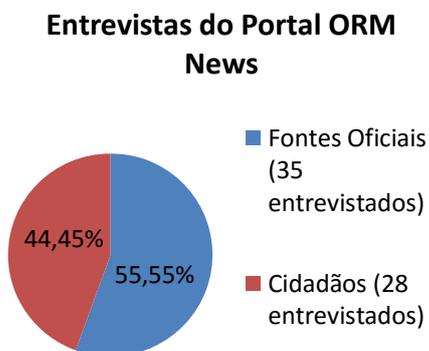


FIGURA 12 . Representação gráfica de entrevistados em vídeo no Portal ORM News no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.

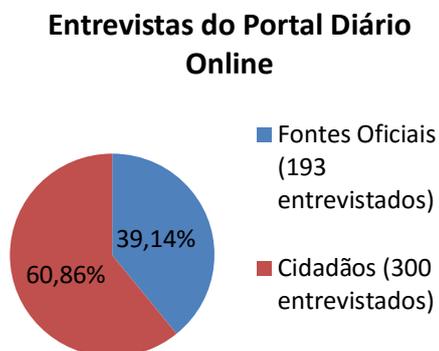


FIGURA 13 . Representação gráfica de entrevistados em vídeo no Portal Diário Online no período de 01/10/2016 a 31/12/2016.

Cabe ao jornalista introduzir no meio online elementos que indiquem a leitura que ele faz de seus interlocutores. Ao agir dessa forma, seu trabalho deve ser constantemente seletivo, atento, capaz de retratar a opinião das variantes interlocutórias.

São inúmeros os exemplos em que essa prática se faz necessária, além de enfatizar a audiência dos portais e fazer o registro dos fatos, o webjornalismo estende seu papel dando voz aos cidadãos, trazendo à tona a representatividade por meio de laços sociais. É importante destacar as dimensões que essas opiniões têm em termos de influência e interferência na realidade local do interlocutor, já que o espaço abre caminhos para cobranças por serviços públicos, destaca projetos comunitários e faz com que muitas de suas requisições resultem em respostas exitosas.

Essa voz que é dada aos interlocutores se dá em virtude do entendimento das características do homem pós-contemporâneo, que deve ser considerado produto de fatos históricos que o metamorfoseou.

Para se ter o homem pós-contemporâneo, o mesmo que se quer fazer representar no mundo online, de forma multifacetada, pluralizada, primeiro se deve perceber o homem influenciado pela concepção iluminista, incapaz de admitir a interação entre as identidades culturais. O homem perceptível naquele instante iluminista era de natureza unilateral. Possuía uma identidade hermética. Prevalcia a perpetuidade de sua identidade. O interagir cultural, da forma como se vê no mundo pós-contemporâneo, nem em sonho se fazia realizar. O que havia era uma relação de enfrentamento entre as identidades culturais. Notava-se até uma espécie de hierarquização das identidades culturais.

Não foi apenas o mundo iluminista que produziu, gerou o homem pós-contemporâneo. Houve um momento em que o sujeito iluminista deu lugar ao sujeito sociológico. Esse, diferente daquele, se abre um pouco mais às variantes de identidade. Não há uma ruptura com a própria identidade, mas passou-se a admitir uma espécie de conversa com os demais paradigmas culturais.

Segundo Hall (1998), o homem ainda tinha o seu eu real, a sua identidade cultural. Todavia em constante diálogo com os demais valores culturais que,

conforme o sujeito sociológico, teria a capacidade de formar ou modificar o eu real de cada indivíduo. Admitia-se, portanto, a possibilidade do processo dialético.

Esse processo dialético se daria, porque os dogmas culturais já não eram inquestionáveis. O sujeito sociológico já não tinha que levar até a sepultura uma identidade cultural. Ao contrário, o sujeito sociológico poderia, através de uma espécie de antítese em relação ao dogma cultural que entendia ser o mais interessante, metamorfosear-se. Já haveria a possibilidade até de reformulação de uma identidade cultural que trazia desde a sua meninice.

O dialetismo do sujeito sociológico foi de profunda importância para a existência do homem pós-contemporâneo, já que, da inadmissibilidade do questionamento de certa identidade cultural, o ser passou a se abrir para uma interação com as demais identidades culturais, até a percepção de que o ideal não é a formação ou reformulação das identidades culturais, mas o complexo convívio entre elas.

É esse homem pós-contemporâneo que quer ter representatividade no webjornalismo, o que torna o trabalho do jornalista bem mais complexo. O profissional que trabalha com webjornalismo, independente de sua identidade, precisa dar ao corpo do texto jornalístico uma cara multifacetada.

A face multifacetada precisa ser construída com enorme habilidade, já que necessita representar, inclusive, os antagonismos culturais, os enfrentamentos ideológicos, sem explicitá-los de forma hierarquizante. O próprio eu real do jornalista deve camuflar-se. Deve, o que produz um texto jornalístico online, atomizar o que se chama de produção textual de natureza subjetiva.

Interessante lembrar que os sujeitos aqui retratados: o iluminista, o sociológico e o pós-contemporâneo são identificáveis na história do webjornalismo da região amazônica, mais especificamente do espaço paraense.

Os homens iluminista, sociológico e pós-contemporâneo, demonstram que o transitório era ainda mais presente. É, porém, multifacetada e por ser multifacetada, ainda é processo transitório. O híbrido ainda se estava construindo. A visão multifacetada ainda entraria num processo, não de anulação, por exemplo, do que

neste trabalho entendemos como *égua paidéguia*, mas com a transitoriedade em processo avançado, menos multifacetado, mais parecido com o homem pós-contemporâneo. Para chegar ao pós-contemporâneo, um caminho longo existiu. Um difícil caminho se fez história, já que a metamorfose entre o homem fetal, embrionário e o pós-contemporâneo não foi produto do nada, mas de transformações que se fizeram necessárias durante a história.

No instante fetal, embrionário do webjornalismo paraense, percebia-se uma forte interferência da identidade cultural da geografia paraense. O foco estava no registro da vida paraense. Aspectos culturais nos campos musical, gastronômico, social, religioso, econômico e político eram, quase que na inteireza, ligados à geografia para-chibé.

Após o instante fetal do webjornalismo paraense, identidades culturais diversas passaram a ser contempladas. Não havia mais espaço para a inadmissibilidade de culturas variadas. Abraça-se uma gama maior de identidades culturais. Passou-se a registrar os mundos além da região onde era produzido o texto jornalístico. Abria-se um leque bem maior de identidades culturais.

Essa interação que se fez realidade com o abraço mais abrangente que o webjornalismo paraense deu às demais identidades culturais, trouxe, por exemplo, a possibilidade do registro das culturas nordestina, sulista e a que vamos denominar de cultura externa, a que não está ligada à identidade cultural brasileira. Nesse caso, o abraço é macro, é globalizado.

Surgem, então, os enfrentamentos. Afinal, não se pode hierarquizar identidades culturais, numa sociedade em que o sujeito não é mais sociológico, mas pós-contemporâneo. Devia e deve o profissional do webjornalismo tomar o cuidado de aprimorar, construir um webjornalismo que não inferiorize culturas. Se o desejo é, segundo o sujeito pós-contemporâneo, fazer o registro do todo cultural, de tal forma que esse todo cultural se sinta representado, impossível se admitir foco maior a uma postura cultural, principalmente quando essa está além mar.

2.3 Convergência, Reiteração e a Transformação dos Processos Comunicativos Online.

Transformar os processos comunicativos é primordial. Os instantes passam por mutação. A sociedade, necessariamente, assume posturas metamorfoseadoras. É inerente ao ser humano as modificações, que ocorrem, inclusive, no mundo online, no webjornalismo.

A transformação, a que é inerente ao ser humano e que já é realidade nos processos comunicativos, se nota, por exemplo, no que se entende por convergência digital. Apenas em momentos bem recentes se começou a imaginar uma integração de mídias que se convergissem para interagir em um único ambiente.

Em momentos pretéritos, o que se percebia era a necessidade de vários instrumentos comunicativos. Uns serviam para entretenimento. Outros tinham o desejo de apenas apresentar notícia. Havia os que eram ligados ao mundo da computação. Cada um agia, existia para o exercício de uma função específica. Não lhes era inerente a pluralidade. O telefone, por exemplo, tinha apenas a função de telefonar. O *smartphone* era uma utopia, um sonho, algo inimaginável.

Como se sabe, o telefone não é mais um instrumento que serve apenas para ligar. Reúne funções das mais variadas. Através dele, congregam-se diferentes funções de comunicação. Com o telefone, possível é filmar, enviar mensagens instantâneas, e-mail, visualizar vídeos, participar de videoconferências.

Por tudo o que se acabou de afirmar, pode-se dizer que, no caso do exemplo do telefone, houve a migração de diferentes funções para um único dispositivo. Quem diria, mas o telefone se tornou um poderoso instrumento para o mundo midiático, o que abraça também o webjornalismo.

A disponibilidade de instrumento tão valioso para o processo comunicativo e que, de acordo com recentes pesquisas, tem se tornado o mais utilizado, colocando

em segundo plano o próprio computador, o que era inimaginável, exigiu do webjornalismo um olhar diferenciado. Necessário era instrumentalizar recurso tão especial. Pode-se afirmar que o webjornalismo se curvou à capacidade pluricomunicativa do que chamamos de *smartphone*.

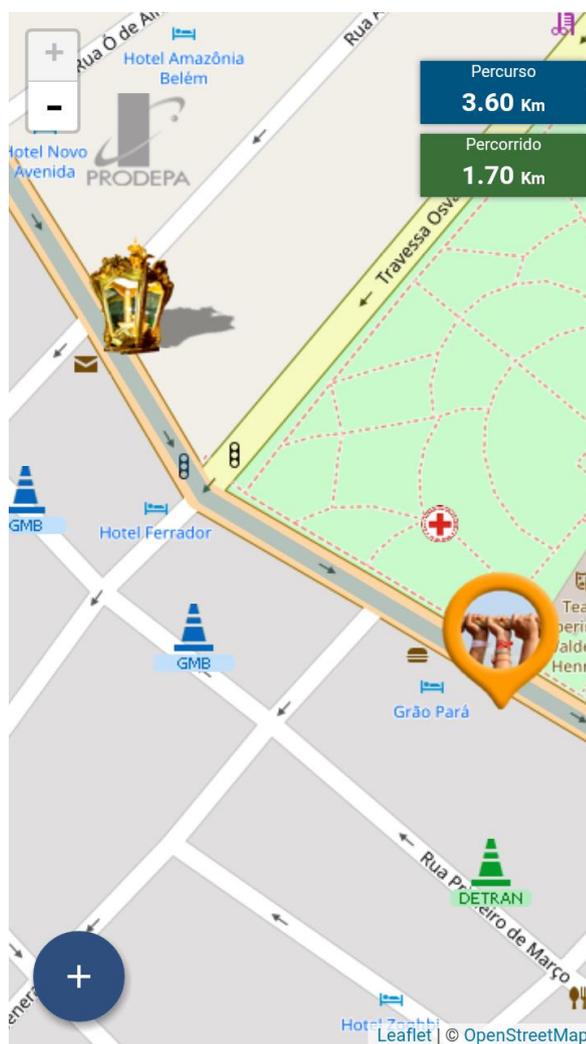
Como se sabe, alcançar o interlocutor é o desejo maior do jornalista. Não é diferente no webjornalismo. Audiência é fundamental. E se a maioria faz uso do smartphone para acessar a internet, o que inclui a busca por tudo o que envolve o webjornalismo, o conteúdo precisa estar ligado à exigência de quem utiliza a ferramenta que aqui está sendo focada.

Ao observar o conteúdo dos portais ORM News e Diário Online, percebe-se que o smartphone tem o suporte suficiente para a visualização de tudo o que é explicitado pelos portais. Há como ter acessibilidade aos textos, vídeos, além de se notar a possibilidade de uma interação instantânea com os usuários das mais diferentes regiões, não só da nação em que a língua materna é o português, mas do mundo.

A acessibilidade, que explicitada foi acima, evidentemente, está ligada a um conteúdo que se doa à regionalidade também, mas que já se percebe com uma ideia de pertencimento do todo. Há, por exemplo, um aplicativo desenvolvido pela Empresa de Tecnologia da Informação e Comunicação do Pará (PRODEPA), denominado Kd a Berlinda? (Figura 14). É de fácil acessibilidade e, como já se disse, trata de assunto ligado ao espaço paraense. Foca o que é cerne na cultura religiosa do Pará, o Círio de Nazaré.

Disponibilizado nas plataformas Android, IOS (Iphone e Ipad) e Windows Phone, é um aplicativo gratuito que já conta com mais de 26 mil downloads. Além dos dispositivos móveis também pode ser acessado no computador pelo site www.kdaberlinda.pa.gov.br.

Figura 14 - Interface do Aplicativo Kd a Berlinda?, em 08/10/2017.



Fonte: Aplicativo Kd a Berlinda?

A ferramenta relaciona à festa do Círio com o cotidiano de quem utiliza o aplicativo e, sobretudo, permite um encontro com caracterizações da Região Norte, principalmente a paraense, mas já não se tem o desejo de enfrentar culturas diferentes. É apenas o desejo de se fazer conhecer, sem enfrentamentos, mas como uma forma de interagir com os demais processos culturais.

Um outro aspecto, agora encontrado nos portal Diário Online, tem o desejo de incutir no dia a dia e na mentalidade dos seus interlocutores aquilo que é conteúdo desses portais. Trata-se do desejo de se implantar marcas de um programa da grade televisiva na mente dos que acessam os portais.

No Portal Diário online, o que se nota é uma espécie de transportação do que ocorre na TV RBA, integrante do império da família Barbalho. Nessa transportação, evidentemente, há uma seleção do que será exibido no portal que, assim como na televisão, terá um poder imenso de persuasão.

A grande sacada é, antes de fazer a transportação, realizar pesquisas dos programas televisivos que mais audiência têm. Serão os programas que mais assistidos são, no mundo da televisão, que serão explicitados no portal. O diferencial é que, a partir de incluídos no portal, o público terá acesso a esses programas, a qualquer tempo, além de se poder compartilhá-los e comentá-los.

Surge, diante do que se está tratando, a pergunta por que certos programas, transportados para o portal Diário online, atraem tanto a atenção dos que têm acesso ao portal? A questão aqui não é apenas a percepção de que são programas adorados por muitos, mas o que os faz tão admirados.

Somente se dirigindo ao portal é que se pôde identificar a resposta para a pergunta proposta. Depois de acompanhar o desenvolver da programação do portal é que se notou que tudo sempre foi muito bem planejado.

O planejamento está, em primeiro lugar, na construção de expressões cheias de regionalidade e que estabelecerão relação com determinado programa. É o caso do programa Cidade Contra o Crime, que acompanha fatos policiais marcantes na região. Nesse programa de jornalismo investigativo, o apresentador faz uso da expressão *o pau te acha*. Tal expressão refere-se àqueles que insistem em não cumprir a lei. A frase é direcionada aos meliantes, geralmente pessoas pobres que se envolvem em furtos pequenos ou que vendem pouca quantidade de droga.

Impressionante é que a estrutura frasal *o pau te acha* se tornou extremamente popular, na geografia paraense. Diante disso, tanto no mundo televisivo, quanto no mundo online, os que gerenciam o império dos Barbalhos, repetem a expressão, exaustivamente.

Repetir foi preciso, para que o *o pau te acha* se tornasse uma expressão causadora de tamanha audiência para o portal. Quando se dá um olhar mais atencioso ao portal, percebe-se que, além de um acesso extraordinário ao programa

aqui já citado, os interlocutores fazem questão de expor comentários e não abrem mão de compartilhamentos fazerem, principalmente nas redes sociais.

O poder do *pauteado*, que não foi selecionado de forma ingênua pelos que produzem o webjornalismo no Diário Online, só se tornou tão eficaz, porque fez uso de uma linguagem não elitista, o que é característica, não só no webjornalismo, quanto nos jornalismos impresso e televisivo.

Parece que na contemporaneidade atual há uma forte tendência da aceitação, no meio jornalístico, o que inclui o *online*, de que as manifestações linguísticas aceitáveis pelos interlocutores dos Portais devem fazer parte do conteúdo a ser explicitado pela mídia *online*.

O que se pretende afirmar é que o texto de fato, aquele que chega aos interlocutores, produzidos são, a partir do entendimento de uma ideologia linguística desses mesmos interlocutores. Afinal, se está diante de um instrumento midiático que deseja atingir o coletivo.

O atingir coletivo passa pela percepção do mundo linguístico dos interlocutores, que se repete, exaustivamente, no Diário Online. É uma ação jornalística proposital e extremamente conectada com todos os que interagem com o mundo do webjornalismo.

2.4 A Imagem no Imaginário Híbrido de Quem Faz Webjornalismo.

Aspecto de interação necessária, não vivenciado, no estado inicial do webjornalismo, inclusive o amazônico, é o que se pretende idealizar nesse instante. É o que está ligado ao mundo linguístico dos interlocutores, dos que laboram no jornalismo online, não só no paraense, mas do mundo em que vivemos.

Antes de mais nada, o mundo linguístico, aquele a ser interpretado pelos interlocutores, não se prende mais apenas aos aspectos ligados ao que se entende por linguagem verbal. A imagem, parte do transitório a ser abordado, já é aspecto linguístico bastante intenso.

Transitoriedade, termo já citado neste trabalho, é fato, inclusive no critério linguístico observado no jornalismo online. Não se tem mais a interação linguística somente a partir da palavra. Aceita-se, como fenômeno de interação linguística, a imagem como significante.

Se a imagem é um significante com potencial inquestionável, o webjornalismo, não só na região amazônica, mas no mundo pós-contemporâneo, de forma unânime, passou a dar bem mais espaço à imagem, não como contraponto do texto, mas como agente de colaboração, o que não significa que tem papel de coadjuvante, nem de protagonista, é claro. É interatividade entre imagem e texto, que produz maior semanticidade à matéria e, conseqüentemente, mais interatividade com os interlocutores que acessam os portais.

A imagem se tornou signo importante nas redações do webjornalismo. Afinal, a imagem dá credibilidade bem mais intensa ao fato. Torna a matéria inquestionável. Verossimilhança passa a se fazer presente. A própria narração textual, com o uso da imagem, se prende a objetividade proposta da imagem. Quebra-se até o paradigma da subjetividade do que escreve. A imagem impõe uma postura ao que trabalha com a produção do texto a ser exposto.

A imagem, já se sabe, é signo significativo, tem semanticidade mais esclarecedora que o texto isolado. O seu uso é parte inerente do webjornalismo globalizado, que inclui o paraense, como formador de um todo. Não se questiona essa realidade, porém à mente vem o desejo de saber o porquê da significação exacerbada da imagem, no espaço webjornalístico.

A mágica da imagem se dá, porque é com a imagem que se tem o fato não subjetivo. O fato de fato, como ele é, sem interpretação, ausente de interferência externa, capaz de dizer e, ao dizer, persuadir os seus interlocutores, ou melhor, imatizá-los.

Nessa perspectiva, a imagem, muito mais que qualquer outra ferramenta cibernética, gera, em seus interlocutores, a certeza de que o registro de um fato não é de natureza imaginária, abstrata, subjetiva. Chega a inibir qualquer espécie de entendimento que não tenha a ver com aquilo que a imagem realmente quer demonstrar.

Sem essa subjetividade, abstração, a imagem, que é registrada pelos recursos tecnológicos, que citados foram neste trabalho, traz o que qualquer jornalista deseja, inclusive o que trabalha com o webjornalismo. E o que traz a imagem sem subjetividade? Impõe o que chamamos de credibilidade. Certeza de que o fato não foi produto do imaginário, sempre muito aguçado em alguns que insistem em trabalhar com um jornalismo que não analisa com seriedade as fontes geradoras de informações.

A imagem, quer através do registro fotográfico ou por intermédio de um vídeo, não permite nem ao interlocutor o questionamento do se vê, o que exclui, evidentemente, figuras públicas que negam o inegável, que tentam esconder o que se tornou revelado.

Tem-se falado em imagem, fotográfica ou através de um vídeo. Afirmou-se que, em todos os espaços, não se abre mão do uso da imagem, mas não qualquer imagem. Há uma espécie de convenção quanto ao uso da imagem. Tanto no espaço paraense, lembrado várias vezes como a geografia do égua paidégua, quanto nas demais partes do mundo pós-contemporâneo, aquela que foi abraçada com infinitas léguas de tréguas. É interseção pura.

Ao começar pelos portais que estão ligados à ideia do égua paidégua, nota-se a imagem, quer fotográfica ou em vídeo, a forte inserção, registro de imagens ligadas à violência, tragédias de toda a natureza, flagrantes de qualquer ilícito, o mundo das estrelas, cultura do lugar, esporte, além de outros que, evidentemente, ocorrem em menor proporção.

Conforme análise laboratorial dos portais paraenses, a maior parte das imagens, fotográficas ou vídeos, tratam dos assuntos que acabaram de ser citados. Isso não pode ser produto do acaso. Há, não só na região amazônica e mais especificamente no espaço papa-chibé, essa espécie de registro da imagem,

fotográfica ou em vídeo. É um fato que se repete nas regiões abraçadas pelas infinitas léguas de tréguas.

Grande parte do que é registrado em imagens, fotográficas ou em vídeo nos portais ORM News e Diário Online, estavam ligadas à violência, tragédias de toda a natureza, flagrantes de qualquer ilícito, o glamour das estrelas e a vida esportiva, sobretudo do mundo futebolístico, o que inclui, abraça, não só Remo e Paysandu, clubes paraenses, mas também do Brasil e do mundo.

Quanto às imagens que se referem ao mundo da violência, os portais ORM e Diário Online deram significativa atenção aos atentados na Europa, às tragédias na Ásia, às ameaças do imperador norte-coreano, à transferência milionária do jogador Neymar, trazendo o antes, o durante e o depois da negociação de transferência para o time de futebol Paris Saint-Germain, além do registro da violência mais próxima dos paraenses, a que ocorre nas ruas da capital Belém e de todo o estado paraense, principalmente a que lembrou, por várias semanas, a execução, por parte de policiais, de agricultores, no sudeste do estado do Pará.

A lembrança das imagens de violência é proposital. É que o nível de interesse é extremo. Não se cansam os interlocutores pelo derramamento de sangue, por mais iníqua que seja a atitude de quem pratica atos que causem todo tipo de trauma.

Quanto mais chocante for a imagem, fotográfica ou em vídeo, o fenômeno da hipnose midiática se faz realidade. O webjornalismo já se deu conta disso, não só no espaço paraense, mas no mundo abraçado pelo égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Essa hipnose midiática, nada mais é que o encantamento provocado pelas imagens. A admiração pela imagem, quer fotográfica ou em vídeo, impede que o foco seja outro. Há, por parte de quem faz webjornalismo, inclusive o amazônico, uma espécie de indução dos interlocutores.

Essa indução, que causa a hipnose midiática, é cirúrgica. Sabem, os que fazem webjornalismo, que a seletividade na escolha da imagem é fundamental.

Escolhe-se a imagem que permite a presença da suscetibilidade dos interlocutores, dos que leem as imagens, quer fotográfica ou em vídeo.

Importante lembrar que o webjornalismo que gera a hipnose a que se refere essa pesquisa torna o interlocutor, o leitor uma figura com graus de passividade, no caso da leitura que esse interlocutor faz da imagem, fotográfica ou em vídeo. Há, não só a aceitação da imagem, fotográfica ou em vídeo, mas uma profunda admiração pela imagem. Torna-se, a imagem, fotográfica ou em vídeo, algo prazeroso, sobretudo porque retrata, expõe aquilo que os interlocutores desejam ver.

Esse mundo webjornalístico, que gera hipnose midiática, é o que, em alguns momentos desta pesquisa, tem sido chamado de pós-contemporâneo que, além de produzir hipnose midiática, também ocorre em processo de interseção com as variantes webjornalísticas, o que inclui a visão %hibernética+

O que se pretende afirmar é que o pós-contemporâneo webjornalístico expõe, em outras geografias, imagens, fotográficas ou em vídeo, com caracterizações similares, sinonímicas. As imagens explicitadas, pelas geografias diversas, por incrível que pareça, retratam realidades que interessam aos leitores. Aquilo que interessa ao mundo %hibernético+, também interessa às demais geografias. Isso nada mais é que ratificar que as imagens que aqui encantam, também encantam lá e acolá, o que nos faz lembrar a mesma ideia que se faz realizar através do webjornalismo égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Só para citar como exemplos significativos, no mundo de nossa pós-contemporaneidade, Europa, América e outros continentes, também sabem do quanto é exitosa a prática de registros de imagens, fotográficas ou em vídeo, com as características citadas há pouco. No Pará, em Londres, em Barcelona, em New York, Paris, Canadá, Alemanha, o instrumento da imagem, na forma que se está explicitando no trabalho, é vida, sangue para a existência de resultados interessantes para os que fazem webjornalismo nesses lugares.

Ao acompanhar, durante alguns dias, os portais de notícias El País, The New York Times, The Guardian e Globe & Mail, respectivamente, da Espanha, Estados Unidos, Inglaterra e Canadá, significativo espaço tem sido dado ao atentado de

Barcelona, às desgraças causadas pelo furacão Harvey e à névoa química que provocou a saída das pessoas no litoral EastSussex. Quanto ao Brasil, esses webjornais, só para lembrar, continuam com uma forte tendência para o registro do estado crítico de corrupção e crise que vivemos.

Também nesses jornais citados, há um espaço que nunca falta para o registro do mundo esportivo. O caso da transferência de time do jogador de futebol Neymar Jr, por exemplo, foi registrado numa dimensão significativa, sobretudo nos webjornais europeus, principalmente pelo valor elevado da negociação.

Para não ficar apenas nos mundos latino-americano e europeu, além da América, resolveu-se olhar a dinâmica do que se tem, em relação ao uso da imagem, fotográfica ou em vídeo, num país da Ásia, aquele que chamamos de Japão. Há, no portal *NHK World*, durante alguns dias, um espaço bem extenso para a possibilidade do conflito com o déspota norte-coreano. Interessante é que o discorrer do conflito, por exemplo, nas edições do dia 26 ao dia 29 do mês de agosto de 2017, tratam o conflito e das consequências na educação, economia e demais áreas da sociedade.

Verifica-se, até no país do nascer do Sol, forte registro da possibilidade de guerra, com a inserção de imagens, fotográficas ou em vídeo, de lançamentos de foguetes por parte do imperador norte-coreano Kim Jong-un. A ameaça real, mais real se percebe, com a inclusão de imagens no portal japonês verificado.

Investigar os webjornalismos, nos aspectos ligados à imagem, fotográfica ou em vídeo, nos contextos europeu, americano e asiático, trouxe, sem dúvida, a perspectiva da abordagem do que é objeto central deste trabalho.

O objeto de análise central, o que chamamos de *égua paidéghua*, com infinitas léguas de tréguas, faz-se presente, com nitidez, nas imagens, fotográficas ou em vídeo, contempladas nos webjornais aqui citados. Todos eles têm uma dinamicidade. Investem, com o registro das imagens que registram, como se vivessem próximos. Parecem vizinhos do *égua* e o mais *paidéghua* é que nos avizinhamos deles. É relação de *ilharga*. Iminência mesmo.

Concreta é a ideia de um mesmo caminhar. Não se trata de interseção combinada, o que faz o conceito de égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, ser um fenômeno que ocorre até na inconsciência do webjornalismo e em qualquer pedaço do planeta que chamamos de Terra. Tornou-se intrínseco, inerente.

As imagens, fotográficas ou em vídeo, passam, em todos os espaços aqui citados, pelo mesmo processo de seletividade. Seleção que faz a leitura da vontade dos interlocutores. Há, em todos os espaços webjornalísticos que aqui foram avaliados, a percepção de que o todo tem se tornado uno, único, uníssono, híbrido, inseparável.

Não se trata apenas do uso dos mecanismos tecnológicos que se têm à disposição, o que seria até mais natural aceitar. O que se está tratando é de uma postura seletiva das imagens, fotográficas ou em vídeo, que fazem. Ela é de caráter sinonímico. Parece um fenômeno metafísico, divinamente inspirado. Está no espírito dos seres de diferentes geografias. É como se fossem treinados para isso. Repetem o ato, não por imposição, mas por impregnação dos saberes híbridos do webjornalismo da pós-contemporaneidade, que nada mais é que aquilo que faz parte do hoje, daquilo que se segue hoje, dos paradigmas de agora.

É possível afirmar que a pós-contemporaneidade está ligada mais ao este que ao esse, em função da relação de proximidade que o este tem com o objeto ao qual se refere. Fazer um trabalho pós-contemporâneo, que tem a ver com a ideia proposta pelo webjornalismo com cara de égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, pressupõe conectividade com o que é absolutizado, considerado necessário para o nosso instante. É seguir a linha que se segue no instante em que se vive.

O que se tem pretendido afirmar, além do que já se afirmou, também tem a ver com o que está impregnado na internalidade dos que fazem webjornalismo, não por imposição, mas por meio de um processo de interseção. O que se percebe é que o imaginário dos que labutam na área webjornalística percebeu que melhor é se tornar híbrido.

Isso é tão real, que, como já se exemplificou, distantes geografias agem da mesma forma, quando fazem o uso da imagem. Essa mesma postura não é mecânica, mas fruto do imaginário híbrido. A hibridização está no ser, no seu

imaginário, na sua psique, na sua estrutura interna, ainda que muitos nem imaginem a existência desse imaginário híbrido.

São atos webjornalísticos que ocorrem como se fossem orquestrados pelo imaginário híbrido. Tudo se constrói em função da influência do imaginário híbrido, globalizado, com a cara de égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas. É como se fosse um processo de robotização dos atos webjornalísticos. Todos agem de forma sinonímica. Caminham sob orientação do ser que se está denominando de imaginário híbrido.

O agir de forma sinonímica a que a pesquisa se referiu há pouco, perceptível se torna, quando se verifica o que diz Trivinho (2014) em A condição glocal: configurações tecnoculturais, sociopolíticas e econômico-financeiras na civilização midiática avançada.

Na obra que agora foi citada, nota-se, em primeiro lugar, que o glocal, termo que será esclarecido durante os instantes de análise do que disse Trivinho (2014), surge sem ser planejado e como resultado do que é denominado, na obra citada, de transmissão instantânea, aquilo que se transmite em tempo real, a comunicação instantânea.

Essa comunicação instantânea, como se percebe na ideia do glocal, foi fruto dos aparatos tecnológicos que se tem na modernidade. A máquina, termo que é relacionado ao que se tem como instrumento tecnológico, foi a grande responsável para o estabelecimento de um mundo que repete aquilo que o agir mediático impõe.

Isso significa que os meios de comunicação, através dos mecanismos tecnológicos extremamente poderosos, passaram a ter em suas mãos a possibilidade de fazer transmissão instantânea, em tempo real e com alcance de natureza macro. Passou a ter um alcance global, o que gerou o que a obra em análise chama de invenção tecnocultural.

É chamada de invenção tecnocultural, porque se impõe, através dos instrumentos tecnológicos mediáticos, culturas a serem seguidas e em todos os campos da vida do ser humano. Percebe-se que a influência da invenção tecnocultural não tem limitações, envolve inteiramente a prática do indivíduo, que

será a prática proposta por tudo aquilo que se faz realidade nas transmissões, comunicações instantâneas.

Importante lembrar que a influência mediática, não tem limitações geográficas. Sua ação é intercontinental. Ásia, África, Oceania, América e Europa sofrem influência significativa. Invadidos são os continentes, por aquilo que aqui já foi chamado de tecnocultural. Poderia até se dizer que, sem o mínimo direito de defesa, os continentes são dominados pelo imperativo tecnocultural.

São continentes que passam por um processo de contaminação tecnocultural. São os potenciais da comunicação eletrônica em tempo real que isso faz, sem a mínima condescendência, o que resultará, de acordo com o texto que aqui se está analisando, em comportamentos híbridos, nos espaços intercontinentais. Não se pode esquecer que o híbrido intercontinental, tem a mesma ideia do webjornalismo égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, pois o entrelace ocorre, o mesmo pensar se impõe, o mesmo fazer webjornalístico se faz realidade, de forma intercontinental.

Como se está afirmando, máquina, tecnologia dos instrumentos mediáticos, tem sido base para se construir o imperativo tecnocultural, sem limites geográficos e sem limites quanto aos seguimentos por ele construídos. Diz o texto que trata do fenômeno glocal, que a ideologia tecnocultural se torna também um ser imperativo, nas dimensões política, institucional e interpessoal.

Os campos induzidos a uma prática tecnocultural não são irrelevantes. Trata-se de tecnoculturação dos mundos político, institucional e interpessoal, tão importantes para o funcionamento da sociedade. Isso pressupõe que até esses mundos, que acabaram de ser citados, permitiram o agir invasivo das tecnologias mediáticas, de comunicação eletrônica em tempo real.

Ao se atomizarem, diante da eficácia dos saberes impostos pelo processo de tecnoculturação, setores essenciais para a sociedade, como é o caso dos três que forma abordados, reproduzem o comportamento, aquele que instituído foi pela inserção do fenômeno tecnocultural. Esse domínio de parte nunca considerada periférica no contexto social, dará um empoderamento ainda maior a uma postura recheada de hibridização.

Trivinho (2014), ao continuar a análise do fenômeno glocal, também nos faz saber que a hibridização que se impõe pelas mídias tecnológicas, as mesmas que deram base para a tecnoculturação, já citada nesta pesquisa, também se faz imanente nas práticas econômica, trabalhista e moral da vida prática, o que será interpretado com maior profundidade, posteriormente. Nesse instante, se quer apenas fazer a importante lembrança de uma hibridização, via tecnologia, via máquina, que se perpetua como o que tem que ser seguido, pois se seguido não for, considerado será como um ser dissonante, à margem de tudo e de todos. Ou se deixa tecnoculturar, ou será interpretado como pessoa distante dos paradigmas econômicos a serem seguidos, assim como interpretado será como antagônico ao que se impõe como moralidade e relação de trabalho.

A grande sacada é assimilar o que é produzido e circulado, como cultura tecnocultural, a mesma que surge de forma multilateral e que, segundo Trivinho (2014), torna-se signo cultural socialmente criado e transmitido de uma geração para outra. São signos que se reproduzem, que se transmitem, que se afirmam como um fundamento mundial, global, glocal, que permite que o todo seja produto de uma variação cultural que se fez hibridização pura, irremediável, irretratável, indissolúvel, com princípio, mas sem fim.

Essa transmissão de geração para geração do pressuposto glocal, tecnocultural, na perspectiva de Trivinho (2014), passa a ser o que ele chama de *modus vivendi*, que se faz realidade, como *modus vivendi*, inclusive nas mais diversas formas de governo, não se importando se nesses governos o regime é democrático, monárquico, ditatorial. Diz Trivinho (2014) que, de alguma forma, esses regimes já foram visitados pela ideia do glocal, aquela que pode ser considerada sinônimo de globalização, hibridização, já que foi construída a partir da pluralidade cultural que deixou de ser pluralidade e se tornou um.

Não há mais como fugir da tecnoculturação. O que se tem a fazer é conhecer, autopoieticamente, a dinâmica daquilo que é gerado através das tecnologias de ponta. O que se deve é buscar a compreensão do processo, da forma irreversível de como se dá desse encantamento produzido pela tecnoculturação, pois, embora algo existente e imposto, está em processo de construção ininterrupto, o que o caracteriza como pós-contemporâneo.

Todo esse processo que implicou em tecnoculturação, segundo Trivinho (2014), surgiu da promiscuidade entre cérebro e telas e mélange entre imaginário individual e imagèrie das redes, gerando o *modus vivendi* pós-contemporâneo.

Promiscuidade mesmo. Mistura não projetada, não pensada, porém admitida, internalizada, chegando ao ponto de se tornar inelidível, ineliminável, insuprimível, tamanha é a dimensão da tecnoculturação, da relação de interdependência entre homem e máquina. Pode-se afirmar que a inelidibilidade do glocal, via tecnoculturação, tornou-se imune a qualquer possibilidade de se desejar implantar um modelo que não seja o modelo vigente, uno, uníssonos, que é paidégua, ao mesmo tempo que tem infinitas léguas de tréguas, pois está aberto para se tornar um, uma única pessoa cultural, híbrida, nascente dos impactos multilaterais.

Nota-se que a escala da tecnoculturação, alcançada pela civilização mediática, é de massa, interativa e híbrida. Por ser de massa, macrotecnoculturação ocorre, em diversas e distantes geografias, sem a mínima condescendência com a pretérita forma de se estabelecer fronteiras culturais. Isso faz com que, através das tecnologias mais recentes, se desenvolva a concepção, ideia, o entendimento, a ideologia da hibridização, do pensar da mesma forma, do fazer da mesma forma, do absorver, do interagir com mentalidade híbrida.

As geografias, ao se tornarem hibridizadas, são tratadas, por Trivinho (2014), como sociedades que passaram pelo processo de glocalização dromocratizada, ou seja, articuladas para se tornarem híbridas, acima de tudo em função das exigências multilaterais, o que foi chamado, em outro momento desta pesquisa, como impactos multilaterais e isso na mesma dimensão da velocidade tecnológica. Logo, é de urgência urgentíssima se tornar, se fazer híbrido.

A máquina foi fundamental para essa dinâmica da urgência em ser híbrido. Historicamente, parece que o recurso tecnológico dos instantes históricos é que determinou o grau de velocidade de se ter uma sociedade tecnocultural. Com o telégrafo, segundo Trivinho (2014), se inicia a transmissão das ideias híbridas, numa dimensão do tamanho da dimensão do telégrafo.

A fomentação, porém, do objeto chamado tecnocultural é fomentado, intensificado, a partir do século do século XVI, mas ainda sem a presença da

velocidade estonteante, com o aparecimento do telefone fixo, através de sua operacionalidade bidirecional. Essa troca de informações telefônicas, o que também indica trocas culturais, começam a desenhar o híbrido, porém em estágio embrionário, fetal.

O rádio já traz um desenvolvimento significativo dos instrumentos, máquinas tecnológicas de expansão e identificação de um paradigma cultural além das fronteiras. Mais que isso, desrespeitador de fronteiras, unificador, desde que se aceitasse aquilo que o pressuposto tecnocultural explicitava.

Com a televisão, na primeira metade do século XXI, o que se percebe, de acordo com Trivinho (2014), é uma espécie de reescalonamento. A coisa se torna ainda maior. O meio televisivo invade os lares e impõe valores culturais. A máquina passa a interferir no meio social e em todos os aspectos. Máquina e homem começam a interagir, porém numa perspectiva em que, hierarquicamente, a máquina faz o papel de dominador.

Já a partir de 1960, Trivinho (2014) indica um novo reescalonamento, pois surge o ciberespaço, que, segundo o autor da obra que trata do glocal, está, desde 1960, estagiando nesse mundo glocalizado. Todavia, hoje, esse estágio que se fez iniciar em 1960, passou a ter uma relação com o mundo em que vivemos, numa velocidade bem mais estonteante, impondo, na mesma velocidade, a ideologia tecnocultural. Com o ciberespaço, a comunicação em tempo real se tornou de uma instantaneidade que supera a velocidade do vento, da luz.

Impressionante é observar o quanto a internalidade da tecnocultura, nos dias atuais, se fez realizar, não somente no que diz respeito à velocidade da introspecção do tecnocultural, mas também o quanto essa influência tem influenciado todos os aspectos da vida humana. Cultura, política, economia, educação, sociabilidade, segurança, guerra, consumo, entretenimento, esporte, medicina, alimentação, corpo, ecologia, turismo, Direito, relações internacionais, administração governamental, empresarial e residencial, navegação terrestre, aérea e marítima, além de tantas outras áreas, tem se tornado uma espécie de dependente da máquina, dos recursos tecnológicos.

Apenas para ratificar a ideia de que a máquina está presente em todos esses campos citados anteriormente, Trivinho (2014) expõe que o que passamos a viver foi uma máquina que invadiu a vida humana, de tal forma, que este homem se tornou dependente dessas máquinas, dessas ferramentas tecnológicas.

Na cultura, a transmissão pode ser unidirecional ou online de produtos culturais de massa. Existe a disponibilização online e transmissão streaming de produtos interativos, além de acessibilidade a rádio, jornal, televisão, revista, filmes, artigos. Tudo isso, a partir de um *tablet*, por exemplo.

Agir, politicamente, requer máquina, ferramenta tecnológica. As eleições ocorrem via eletrônica. As campanhas eleitorais são vi redes de massa e interagem com os interlocutores. Através das redes sociais, se expõe o pensamento antiglobal, antiglobalização, trabalhado nesta pesquisa, nas mais longínquas partes do planeta e tudo ao vivo, em tempo real. Até as ações de hacker e cracker se tornaram ideológicas.

Na economia, que Trivinho (2014) faz questão de afirmar que tem um *modus vivendi* capitalista, já se percebe caixas eletrônicos, operados por leituras de mãos. A informatização de todas as formas de se fazer negócio é fato. O virtual nas operações financeiras se tornou um imperativo. A digitalização do papel-moeda já se fez realidade. Na verdade, tudo o que pressupõe negócio, que mexe com as questões econômicas, são gerenciados por homem e auxílio da máquina, da ferramenta tecnológica, geradora do glocal, do tecnocultural.

Quando se trata de educação, Trivinho (2014) indica o caminho cibernético. Impõe a necessidade de aulas virtuais, de saberes acadêmicos produzidos via online. Bibliotecas, bancos de dados são acessados através de um telefone móvel, de um *tablet*, de um computador. Educar se tornou uma prática pedagógica que pode existir sem o calor humano das superadas salas de aula, sem estrutura, sem mecanismos tecnológicos, sem a máquina, sem a ferramenta tecnológica adequada.

A ideia do homem como um ser social, de acordo com o maquinário tecnológico, já não se aplica, necessariamente, da forma como se deu historicamente. O contato, o face a face já não é tão fundamental. A distância, inviabilizada pelas ferramentas tecnológicas, jaz. O interagir, hoje, se tornou

cibernético, em tempo real, mas sem a necessidade da presença corporal, física. Até sexo se faz online e em tempo real. É sextecnoculturação pura. É a natureza orgásmica da máquina, que produz o seguro, sem a mínima chance de aproximação das DSTS da vida.

Segurança, no mundo tecnocultural, se faz com câmeras de segurança, com monitoramento remoto. GIS e GPS são instrumentos que servem para rastrear geografias, territórios e seres humanos. Policiamento se tornou melhor, em função do uso da radiofrequência. Blindagem automotiva, implica em possibilidade de não ser assaltado ou assassinado. É máquina que age para evitar o crime, para ajudar, auxiliar, assessorar o que faz segurança pública.

Consumir, hoje, segundo Trivinho (2014), também pode ser produto de assessoramento da máquina. Faz-se compras, apenas a partir de um toque no computador e com entrega inteiramente grátis. Compra-se via telefone ou internet, disponibilizando mais que o produto, mas o descanso, o conforto, a tranquilidade gerada por não necessitar sair de casa, para se fazer compra.

Fazer Medicina, hoje, pode significar, em algumas circunstâncias, fazer cirurgia à distância, com o uso, assessoramento robótico. Nesse campo também se percebe a possibilidade de se fazer diagnóstico de patologias, através de softwares especialistas online.

Quanto ao entretenimento, a máquina também se faz presente e em tempo real. É o que ocorre, quando se joga em redes, são os games online. Há, inclusive, campeonatos nacionais e internacionais, via online, em tempo real, numa velocidade estonteante. Brincar já pode ser feito em quatro paredes, sem ninguém ao lado, mas à distância.

Os games, citados no entretenimento, também servem de exemplo para aquilo que é parte do mundo esportivo. Não só isso, mas transmissões em tempo real de campeonatos de qualquer esporte. Tudo isso através da via online. É a máquina trazendo o mundo esportivo, levando a todos tudo quanto se pode assistir e que está relacionado ao mundo esportivo.

Com um toque apenas, informações e receitas culinárias são colocadas a nossa disposição. Iguarias de toda a natureza invadem os nossos computadores, televisões e ferramentas tecnológicas. Hoje, realmente, se está ao sabor do pressuposto tecnocultural. Esse é o paladar que se tem como *modus vivendi*.

Não poderia deixar de expor o que Trivinho (2014) trata a respeito do corpo, parte também visitada pelo tecnoculturalismo. O homem, hoje, tem próteses interativas satelizadas. Controlam-se presos, com o uso de chips, pulseiras ou tornozeleiras eletrônicas, tudo pela instrumentalização do poderosíssimo GPS. Não como escapar, não só dos olhares do GPS, mas sobretudo da ideologia tecnocultural.

Embora o tecnocultural seja abrangente, abraçador de tudo e de todos, há, por mais incrível que isso pareça, forças contrárias a esse paradigma que, como em outro momento dissemos, se tornou irremediável, inelidível. Trivinho (2014) afirma que há um paradoxo imanente, ativo, presente, agente, entre o que a pesquisa chama de glocal e o Estatuto da crítica do *modus operandi* da civilização mediática. É uma espécie de enfrentamento, do questionamento do horizonte híbrido que se perpetua nas práticas sinônimas das sociedades de todos os continentes.

O enfrentamento, o que coloca em oposição o fenômeno tecnocultural, glocal, global, híbrido e a crítica teórica, se dá, se constrói, em primeiro lugar, em razão da diferenciação que se deve fazer entre fenomenologia do glocal e episteme, análise de natureza científica, hermética, elitista.

A questão é que a crítica do fenômeno glocal, por entender a natureza empírica desse fenômeno, não admite que o mesmo possa alcançar nível de credibilidade com grau de excelência. O fenômeno precisaria passar pelo crivo epistêmico, científico que, segundo Trivinho (2014), não aceita fazer a leitura do fenômeno glocal, se não pela submetida à crítica teórica do que se chama tecnocultural. Somente a crítica teórica terá o condicionamento de dar ao fenômeno status de grandeza.

Percebe-se, no que se disse acima, no parágrafo anterior, um estado de tensão significativo entre fenômeno e episteme, sempre numa relação hierárquica, em que episteme está acima de fenômeno. Isso se dá, principalmente pela crítica

chamada de descritiva, por Trivinho (2014) que, segundo ele, quer separar, como se possível fosse, o fenômeno da episteme.

A submissão do fenômeno ao episteme é muito clara. O ideal, porém, de acordo com Trivinho (2014), seria uma postura de interseção, de fazer do fenômeno e da episteme, fatores fundamentais para ser dar, ao objeto glocal, a importância que lhe é inerente, assim como importante é a tensão existente na relação entre episteme e glocal.

O que se tem, por parte da episteme, é a suspeita intelectual que se tem em relação ao glocal, que se faz em práticas, em sócio-cultural, empírica, não crivada pelo estado laboratorial por onde tem que passar tudo aquilo que a crítica teórica afirma que tem que passar. Há, pela crítica teórica, uma forma de demonstrar que se deve mapear e classificar certo objeto de análise, no caso o glocal. De acordo com a crítica teórica descritiva, esse mapear e classificar, tem a capacidade de afastar qualquer possibilidade de ausência de neutralidade.

Esse agir da crítica teórica, a descritiva, segundo Trivinho (2014), comete um significativo erro, pois tenta inibir, atomizar o fenômeno social, histórico, tão necessário, inclusive para que a própria episteme reconheça a importância do fenômeno que, segundo Trivinho (2014), está acima dos chamados esquemáticos e maquiéistas.

O grande segredo, na perspectiva sugerida por Trivinho (2014), é que a episteme absorva, observe, interaja bem mais com o fenômeno glocal, tecnocultural, global, cheio de hibridização, sem ter apenas o desejo de fazer um estudo teórico, mecanizado, metodológico.

CAP. III É MUDANÇA NAS REDAÇÕES MEDIANTE OS CAMINHOS DO WEBJORNALISMO HÍBRIDO

O capítulo anterior tratou de como os Portais ORM News e Diário Online apresentam fatores de identidade e integração em seus formatos e modos de produção. Percebemos que a conexão de diversos elementos característicos da linguagem webjornalística, faz com que os usuários que acessam o site se tornem parte do que veem representado em rede. O conteúdo noticioso que integra os portais, por diversas vezes, transporta o leitor à condição de sujeito participante do que se produz e é divulgado nos sites. Esse fenômeno já sugere transformação, dentre as transformações que se pretende trabalhar nesse capítulo.

3.1 Relações de Audiência do Webjornalismo

Na perspectiva do *égua paidéghua*, com infinitas léguas de tréguas, esse ser sujeito, que participa, intensa e ininterruptamente do processo de interlocução com os portais, é parte de qualquer prática webjornalística, no mundo de nossos dias. Inadmita-se a ausência desse paradigma, dessa necessária relação entre o webjornalismo e seus interlocutores, que já não são passivos, mas agentes da própria elaboração do que se terá como conteúdo a ser exibido nas mídias webjornalísticas.

Não se quer mais, nem em sonho, a interferência de uma concepção que fazia dos interlocutores do webjornalismo seres que recebiam conteúdos, sem fazerem qualquer espécie de reflexão e interação. Ao contrário, o webjornalismo, não só da ambiência latino-americana, mas global, exige de si mesmo um agir que interaja com os seus leitores, não de forma ingênua, mas crítica.

A forma crítica a que referiu o parágrafo anterior, implica, não apenas na percepção de um webjornalístico que nunca mais deve dar lugar ao pensamento pretérito, engessado, monopolizador, que servia apenas para impor cultura dominante e dos dominantes, sem ouvir os demais interlocutores, o todo interlocutor, o possível maior de massa, aquilo que as redes sociais dizem para os que fazem jornalismo para web.

É interação crítica, que impõe mudança, que exige transformação dos paradigmas webjornalísticos. É fazer realizar aquilo que os interlocutores afirmam. Já não tem a ver apenas com interlocutores que apenas registram suas insatisfações, mas que inibem a possibilidade de que as redações do webjornalismo se tornem insensíveis à exigência comum de seus interlocutores.

Essa interferência crítica, não ingênua, não é fenômeno de certas geografias. É fato global. Está internalizada por todos. E se é um fato globalizado, isso significa que há um mesmo pensar, um mesmo agir, um mesmo entendimento, o que nos lembra a ideia do *égua paidégu*, com infinitas léguas de tréguas.

Não é *fake*, nem sonho, mas uma realidade que tem tomado conta até das decisões de quem deve ou não fazer parte do corpo das estruturas do webjornalismo mundial. O considerado inaceitável pelos interlocutores, inadmissível se torna em seu meio. É um webjornalismo que age em função da consulta que faz dos seus interlocutores. Se alguém manifesta comportamento contrário aos valores de seus interlocutores, isso implica em inadmissibilidade da permanência deste nos espaços redacionais de uma empresa jornalística.

Isso pode ser exemplificado em recente episódio, num dos maiores impérios jornalístico do mundo de hoje, a Rede Globo. Em novembro de 2017, começou a circular pelas redes sociais um vídeo no qual William Waack, jornalista e apresentador do Jornal da Globo, ao se preparar para uma emissão ao vivo, irritou-se com buzinas e disse: *“Tá buzinando por quê, seu merda do cacete? Nem vou falar porque eu sei quem é. É preto. É coisa de preto+”* Ao manifestar comportamento considerado racista, as redes sociais reagiram de tal forma, que o império jornalístico citado não conseguiu fazer permanecer em seu meio a figura ilustre que lá já tinha muitos anos de trabalho.

Percebe-se mudança significativa no fato que se acabou de expor. Caciques jornalísticos deixam de fazer parte da tribo, quando ferem o pensamento, a cultura dos interlocutores, não apenas da geografia brasileira, mas de todos os continentes. Isso significa que o cerne deixou de ser o profissional que faz webjornalismo, mas como esse se enquadra, se conforma ao que a sociedade sugere, ou melhor, impõe. Atomiza-se o que labuta no webjornalismo, quando este não se propõe a um estado sempre atento ao que se diz nas redes sociais. Estar alerta ao estabelecido pelos interlocutores não é privilégio de um grupo, etnia, raça, mas uma necessidade imposta pelo fenômeno da globalização. Está em Belém, Pará, Brasil e demais nações. Está no égua paidégua, mas se abre, porque assim se faz perceber, para o infinitas léguas de tréguas.

3.2 A velocidade do Webjornalismo do Égua Paidégua

Ainda tratando de metamorfoses geradas pelo webjornalismo, não se pode esquecer da velocidade da notícia, da notícia que deve se fazer realidade em caráter de urgência urgentíssima. Essa velocidade da notícia será uma característica predominante no webjornalismo. Pode-se até afirmar que a instantaneidade em grau de excelência ocorre muito mais, quando se tem as ferramentas tecnológicas necessárias para se exercitar o jornalismo para web.

Pode-se dizer que a rapidez da notícia tem a capacidade de fazer a afirmação do webjornalismo, além de impor a necessidade de se ter a notícia até em tempo real. É uma espécie de exigência de produtividade de notícia e de forma ininterrupta, o que encontra espaço significativo no webjornalismo de nosso tempo. Essa instantaneidade se impõe nas esferas regionais, nacionais e globalizadas. O mesmo ocorre aqui, nos Portais que estão sendo analisados, mas também se tornaram fato no Brasil e no globo, o que nos leva à ideia proposta pelo égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Muito importante é lembrar que a instantaneidade da notícia tem um caráter valorativo da notícia. O mercado impõe essa realidade. Os consumidores exigem o fenômeno da instantaneidade da notícia. Ou se trabalha webjornalismo dessa forma ou passa a ser considerado ultrapassado. A ideia aqui é a de que quem chega primeiro à fonte da notícia, terá o privilégio e o reconhecimento de trazer a informação em primeira mão.

Com o aumento do espaço para a divulgação de informações e a noção de tempo real, o webjornalismo virtualiza a informação sobre os fatos importantes do mundo. A impressão difundida por essas características é a de que tudo o que merece virar notícia estará em veículos webjornalísticos assim que ocorrerem os acontecimentos. Isso torna o webjornalismo a primeira fonte de consulta dos indivíduos interessados em informações com ineditismo.

O webjornalismo, de acordo com o que se tratou a respeito da instantaneidade da notícia, difere do jornalismo tradicional sobretudo nesse aspecto, até porque, assim como ocorre na pretérita forma de se fazer jornalismo, o webjornalismo valoriza o que se denomina de singularidade da notícia, da informação, do conteúdo a ser registrado e disseminado pelo profissional que labuta no webjornalismo.

Verdade é afirmar que a singularidade, o diferencial da notícia tem a ver com os interlocutores das regiões onde se faz webjornalismo. A singularidade decorre daquilo que é considerado singular para os que se doam a estar sempre atentos ao que se torna notícia no webjornalismo. Isso impõe ao profissional do webjornalismo uma atitude de investigação *online* daquilo que mais se discute nas redes sociais em tempo real.

Infelizmente, de acordo com o que se acabou de explicitar, não há como deixar de identificar um comportamento que, de certa forma, macula o webjornalismo, já que a dinâmica passa a estar apenas na leitura do que é top notícia, sem uma investigação maior da veracidade dos fatos. Isso indica o cuidado que se deve ter com a busca pelo inédito, pelo que se chama de notícia em primeira mão, sem a seletividade necessária da notícia.

Cabe lembrar que essa instantaneidade da notícia impõe um outro problema ao que deseja fazer webjornalismo sério. É que os textos produzidos por muitas redações têm retirado do leitor o direito de filosofar, interpretar o texto produzido. Parece que muitos imaginam que fazer webjornalismo é sinônimo de notícia enlatada, sem o mínimo desejo de fazer os interlocutores refletirem diante dos fatos noticiados em tempo real.

A questão a ser reavaliada não deve diminuir, em hipótese nenhuma, a instantaneidade, caracterizadora do jornalismo web, mas não se pode apenas pensar em leitores que desejam saber dos fatos em tempo real, porém de leitores que interajam com os fatos noticiados em primeira mão. Difícil, porém essa deve ser a prática de um profissional que não deseja produzir leitores robotizados, interessados nos fatos em tempo real, mas em interlocutores que interpretam os fatos noticiados instantaneamente.

Nota-se que, nesse processo de instantaneidade da notícia, a checabilidade precisa agir como insurgente. Ainda que milhões de notícias invadam as redações webjornalísticas, consultar é preciso, perscrutar é fundamental, investigar nunca será inapropriado.

Além de tudo o que já se afirmou, sem querer retirar a natureza textual do webjornalismo, aspectos técnicos precisam ser respeitados, não só na relação que deve existir entre edição e reportagem, mas também na produção do texto webjornalístico que, infelizmente, passam, em nosso instante, por um empobrecimento considerável, inclusive na dimensão do texto que, em qualquer parte do globo, passa por um processo reducional.

3.3 O Webjornalista e a Produção de Conteúdo.

Um outro aspecto negativo do que se percebe nas redações onde se faz webjornalismo, é que a figura do profissional que trabalha nessa área tem sido levada a agir como se fosse apenas um consolidador da notícia. O jornalista faz

apenas o papel de trazer a ideia de que a notícia é veraz, digna de confiança. Passa a ser um disseminador do que é ou não *fake*, sem a mínima preocupação em interagir com os interlocutores. Não haverá, nesse caso, a mínima preocupação em produzir leitores mais críticos, mas conscientes, não dos fatos, mas das implicações desses em suas vidas.

Não é *fake* afirmar que esses paradigmas maculadores do webjornalismo pós-contemporâneo estão impregnados nos mais distantes espaços redacionais onde se faz webjornalismo, talvez pela insistência dos impérios jornalísticos que, embora com ferramentas tecnológicas diferenciadas, continuam com o mesmo desejo de monopolizar, através da notícia, inclusive a que ocorre no jornalismo web, os interlocutores, as massas, as pessoas, os leitores. Tal fenômeno não ocorre apenas nos Portais estudados por esta pesquisa, representantes do que repetimos ser o *égua paidégu*, mas tudo isso se faz presente nos demais espaços. É um fenômeno global.

Outro fator que identifica metamorfose no webjornalismo está relacionado às mudanças tecnológicas, produto do progresso, da evolução da Web. É a modificação que surge através de uma forma diferenciada de produzir conteúdo, que deixou de ser centralizada.

Na verdade, o webjornalismo teve que abandonar a forma barroca, medieval, ultrapassada de produzir conteúdo, que era, como se sabe, privilégio das redações. As redações é que davam as cartas, quanto à produção e disseminação dos conteúdos. Não havia muito espaço para os interlocutores e o que se discute hoje nas redes sociais. A verdade é que o webjornalismo se dobrou ao que se chama interatividade e sua importância para os que trabalham nas redações webjornalísticas.

3.4 Interatividade e Sua Relevância Para o Webjornalismo

Antes de tratar a questão da importância da interatividade entre webjornalismo e interlocutores, consumidores, necessário é ter um conhecimento

mais amplo do que se entende por interatividade e o quanto conhecê-la é fundamental para a produção e disseminação da notícia.

O vocábulo interatividade tem sido colocado em estado laboratorial por diversos autores e com uma maior intensidade, desde o surgimento da internet, até os dias atuais, principalmente pela relevância da temática. Todavia, o significado, a semântica de interatividade tem se tornado ainda mais complexa, em virtude de se tratar de um assunto exacerbadamente abrangente, macro e aplicabilidade em várias geografias, em vários contextos.

Enquanto alguns estudiosos enfatizam o enfoque da interface, relativo às trocas que ocorrem entre usuários de um sistema informático e a máquina, outros destacam a possibilidade de modificação imediata de conteúdo de um ambiente computacional por meio da participação do usuário e ainda há os que, destacam a ideia de bidirecionalidade, relativa à comunicação que ocorre entre indivíduos ou grupos nos dois sentidos. Essa última, sem dúvida, bem mais voltada para o *feedback*, para o interagir entre indivíduos, mas também entre indivíduos e redações que tratam do webjornalismo.

Primo (2007) entende a interação pressupõe, necessariamente, uma forma de ação entre os participantes do encontro que se faz através da máquina. O computador é interpretado como meio de relação entre o que se chama interlocutores, interagentes. Essa interação se faz realidade em dois níveis: interação reativa e a interação mútua. A primeira é limitada por relações estímulo resposta; já a segunda, vai além da ação de um e da reação de outro, apresentando um complexo de relações onde o comportamento de um interagente afeta diretamente o do outro e vice-versa, ocasionando transformações sucessivas.

O que se nota, na visão de Primo (2007), é que a interação mútua está muito mais presente no webjornalismo moderno, já que há uma forte tendência, não só num processo ingênuo de interação, mas transformacional. Nesse caso, os interlocutores metamorfoseiam as suas práticas, quando o instante exigir tais mudanças.

Já Thompson (1998, p.78) aponta que as interações mediadas resultam do uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) que

possibilita a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo, ou em ambos+. Diz o autor que os sujeitos atuam inclusos em um apanhado de circunstâncias que possibilitam várias propensões e oportunidades, o que ele denomina de %campo de interação+. Percebe-se uma interpretação que sobrepõe os instrumentos tecnológicos, verificados como os mecanismos geradores da interação entre os que dialogam no mundo das redes.

A tecnologia, os instrumentos tecnológicos são colocados numa dimensão bastante acima dos interagentes, dos interlocutores, o que não significa a anulação dos mesmos, mas a diminuição da importância desses, quando entram em processo de comparação com as ferramentas tecnológicas.

Rodríguez (2005), afirma que a interatividade se realiza dentro do contexto do webjornalismo e indica que o grau de interatividade ocorre de acordo com o nível de participação do usuário. Dá a nomenclatura de interatividade de leitura ou navegação, quando o usuário escolhe o que há de ver. O interlocutor é apresentado como um ser de natureza seletiva dos conteúdos.

Rodríguez (2005) ainda trata da interatividade de resposta limitada, quando a interatividade se restringe a oferecer ao usuário um conjunto pré-definido de opções. Impõe-se ao usuário o que é objeto de interação.

Já em relação à interatividade criativa condicionada, o autor indica que o usuário pode ter uma participação criativa. Isso significa que o usuário, o interlocutor, o interagente pode também acrescentar novos conteúdos ou alterar os existentes, mas de maneira limitada e condicionada a uma série de temas, pautas, e regras propostas pelo autor.

Quanto à interatividade criativa aberta, o usuário pode até criar conteúdos originais, propor temas e alterar conteúdos existentes livremente, sendo que todo conteúdo gerado fica aberto à participação de qualquer usuário. Nesse caso, há uma liberdade muito mais intensa dos interlocutores. A interferência no espaço webjornalístico é bem mais evidente.

Os referentes, as concepções que aqui acabaram de ser abordadas, estão ligadas, como vimos, não só à participação, mas também aos níveis de participação.

Também não se pode negar que as concepções dos autores citados possuem uma capacidade enorme de nos fazer compreender o panorama da participação do público nas diversas fases do desenvolvimento do webjornalismo. E o que é interessante também é que todo esse panorama ocorreu e ocorre numa dimensão global e com fortes impressões híbridas, de conexões culturais, de abraços de várias geografias. Pode-se até afirmar que a panorâmica ocorreu de forma similar nos diversos instantes, na trajetória do webjornalismo. Essa sinonímia nos remete ao égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

3.4.1 Fases da Interatividade nos Portais DOL e ORM News

O que se quer, nesse momento, é contribuir para um breve exame de como a interatividade se construiu no espaço webjornalístico. É importante ressaltar a panorâmica de como tudo se construiu, tanto no espaço papa-chibé, quanto nas geografias mais distantes, implicam em evolução de um interagir que, hoje, se perpetuou em qualquer espaço do globo e com uma mesma dinâmica, já que há uma clara tendência em fazer a interseção entre o regional e os demais paradigmas culturais.

Para Quadros (2005) a interação entre mediadores (jornalista) e público (usuário) pode ser definida de acordo com a evolução dos webjornais. Sugere que é necessário, para se ter uma interação mais dinâmica entre webjornal e interagentes, fundamental é que esses recebam, por exemplo, respostas de seus e-mails, para que a interatividade saia do campo da promessa e alcance o mundo da realidade.

Nos Portais que aqui estão sendo verificados, o mundo da realidade é fato. As páginas não só registram os *e-mails* ou qualquer outra forma de interatividade, como a resposta aos interagentes, levando-os à plena convicção de que são ouvidos e atendidos.

Do tempo de suas criações, até os dias de hoje, ambos os portais aqui estudados demonstraram de modo ascendente a evolução dos níveis que esta participação interativa viabiliza, criando novas experiências em rede ao seu público de acesso. Quadros (2005) aponta fases que descrevem os diferentes momentos em que essa interatividade começou a ser percebida. Fases essas que exemplificam a evolução vista nos Portais DOL e ORM News. Na primeira fase a interatividade se apresenta mais como algo que muito se espera do que necessariamente uma prática, já que o público envia *e-mail* à redação dos portais e diversas vezes não consegue resposta. Por vezes, o *e-mail* passa a ficar disponível em espaço que lembra as seções de cartas enviadas aos meios impressos.

Num segundo momento do que aqui se está tratando de evolução da interatividade, as possibilidades do usuário foram ampliadas, ainda que de forma incipiente, pelo uso do hipertexto que já permite, por exemplo, enviar e receber *e-mail* diretamente para o jornalista. Foram ofertadas também possibilidades de escolhas através de formulários estanques.

Num terceiro instante, foi proposta ao usuário a oportunidade de interagir através de conversas esporádicas com pessoas famosas ou com os próprios jornalistas, sendo que a intenção do mediador era apenas atrair a atenção dos usuários, porém sem a preocupação de fomentar o espírito crítico neles. Pode-se afirmar que, nesse momento, ainda havia uma espécie de robotizar o que pensava ser interagente numa dimensão maior.

Numa quarta fase, abriu-se a possibilidade para que o usuário pudesse enviar comentários sobre os assuntos em pauta. Todavia, não havia uma comunicação mais intensa entre o mediador e o usuário. Era o mediador o responsável em determinar se a citação de alguma mensagem enviada pelo usuário se tornaria algo a ser registrado em um certo webjornal.

Num quinto momento o profissional do webjornalismo, chamado de mediador, passou a permitir que o público viesse a produzir matérias, com o seu apoio, evidentemente. Foi nesse momento que também se passou a permitir que se disponibilizasse conteúdos audiovisuais. Mesmo ainda inconscientes de suas responsabilidades, essas novas experiências trouxeram resultados inesperados,

tanto do ponto de vista negativo, quanto positivo, já que foram percebidas participações que apresentaram matérias críticas e, infelizmente, participações inócuas, improdutivas.

Já num último instante do que estamos afirmando ser a evolução da interação dentro do jornalismo voltado para a *web*, novamente perceptível nos Portais estudados, foi o que Quadros (2005) evidencia como um estágio difícil de ser atingido, uma espécie de utopia, pois nessa etapa passou a ocorrer uma inversão de papéis entre emissor e receptor, com a intencionalidade, o objetivo de construir um discurso de maneira mais interativa.

O agir do mediador que surgiu nas diversas fases aqui citadas teve importância. Porém, nessa última fase, não cabe mais apenas ao perfil da empresa que trabalha com webjornalismo, mas com o perfil dos interagentes, interlocutores, usuários. Agora, embora ainda não se tenha alcançado o que se entende como uma participação ilimitada dos usuários, o que se tem pode permitir aos usuários uma participação que, por exemplo, dê aos interagentes o direito de disponibilizar conteúdos audiovisuais, o que, de certa forma, é um avanço, principalmente quando, preteritamente, os ouvintes eram ouvintes no sentido literal.

Ainda que com toda essa interatividade, não se pode ser ingênuo, ao ponto de afirmar que, em muitos espaços webjornalísticos, não existam profissionais. Deve existir um processo seletivo aos conteúdos enviados por interagentes, o que não é totalmente ruim, desde que não se tenha nessa prática o desejo de perpetuar o desejo de repudiar o que não é politicamente admissível para certo espaço webjornalístico.

Pode-se afirmar que, ao se falar de webjornalismo, os fatores e mecanismos de interação e a autonomia dos mesmos, possuem variáveis formas, de acordo com o que disponibilizam os portais. Isso também ocorre nos Portais ORM e Diário Online, todavia isso não tem o poder de atomizar uma dinâmica cada vez mais crescente do processo de interação ainda mais democrático, o que é visto de forma global e híbrida, sem a mínima intenção de impedir os registros da cultura materna em interconexão com as demais variantes culturais.

Interessante é lembrar que todo esse formato gera nos interagentes uma sensação de participação que, de forma mais crítica, pode ser interpretado como uma espécie de ato mantenedor de audiência que, embora seja um ato maculador do webjornalismo, tem sido extremamente eficaz nas diversas regiões do mundo. Sabem as empresas de webjornalismo que, quanto maior for a interatividade, maior o nível de audiência e, evidentemente, de patrocinadores do espaço jornalístico chamado de webjornalismo.

Um novo paradigma tem surgido, aquele que procura cada vez mais estabelecer, através dos próprios interagentes, uma espécie de enfrentamento aos que insistem em perpetuar o intermediário, o jornalista, o produtor, o programador, o redator, a equipe jornalística como detentora do poder de manipular as interações que se fazem realizar no webjornalismo. É exatamente isso que Primo e Träsel (2006, p.11) afirmam, quando indicam que:

Ío controle sobre o conteúdo da página e seus múltiplos caminhos alternativos permanecem em poder de um redator, programador ou equipe, que detém a senha de acesso a esses arquivos e ao próprio servidor+ (PRIMO & TRÄSEL, 2006, p.11)

Embora com muitos obstáculos a serem superados, não se pode deixar de afirmar que os interlocutores, como se acabou de explicitar, passaram a ser agentes de produção de conteúdos, principalmente quando o interlocutor passou a ter a nomenclatura de consumidor, o que pressupõe relação de mercado entre webjornalismo e interlocutor, nesse caso o que chamamos há pouco de consumidor. Agora, quem também passa a dar as cartas não é mais um único canal, mas outros meios passam a produzir e disseminar informações. É um empoderamento significativo dos que estão além das redações do webjornalismo.

Este panorama está ligado ao que se pensa de webjornalismo hoje. Há, como se vê, um novo modelo estrutural, que indica que o webjornalismo tem sua própria cara, tem características próprias. O acréscimo dos ambientes de interação com o

usuário, possibilitando a ele vez e voz, para elaborar informação noticiosas, como acabamos de ver, é uma dessas características.

Com os recursos que possui, capazes de registrar e publicar informações noticiosas a qualquer hora e em qualquer lugar, fez do usuário um ser com a sensação de que poderia ser um *reporter* em potencial, o que é um grande equívoco. Produzir notícias, no caso dos interlocutores do webjornalismo, não é sinônimo de fazer reportagem, mas ser fonte de informações.

Não se quer, com isso, negar a importância da interatividade, todavia necessário é restringir o papel dos interlocutores a uma espécie de fonte importante de informações. Isso se dá, principalmente, quando o webjornalismo passa a estar atento ao que surge nos *blogs, Facebook, Twitter, Instagram* e todos os mecanismos de interação das redes sociais. Ter o interagente como fonte de informação é comum em todas as redações webjornalísticas. Isso ocorre de Norte a Sul, de Leste a Oeste, não somente nas terras de Cabral, mas na dimensão do *égua, paidégua*, com infinitas léguas de tréguas. Parece até que foi ensaiado tal fenômeno o que se fez realidade na esfera global. A aceitação é unânime. Não há quem deseje se insurgir contra tal prática.

Esse consumidor, aqui tratado como sinônimo de interlocutor, passa a ser monitorado, sobretudo com a intenção de fazer a leitura daquilo que o seduz, o persuade, o imatiza e, conseqüentemente, ser levado em consideração para a produção e disseminação do que se elabora no webjornalismo do nosso tempo.

Interessante é que esses interlocutores, que nesse instante estamos denominando de consumidores, já não são tão propensos a uma cega obediência aos mandamentos midiáticos. Subvertem-se, muitas vezes, àquilo que se socializa no meio webjornalístico, fazendo críticas contundentes, por exemplo, a posicionamentos de certos redatores. Santa insurgência. Insurgência das redes sociais na esfera global. É uma insurgência que se faz realidade em qualquer geografia.

Jenkins (2009, p.45) chega a afirmar que os antigos interlocutores consumidores eram tidos como passivos, enquanto os novos consumidores são exacerbadamente ativos. Ainda afirma que os antigos consumidores eram

previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, já os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Diz ainda que, se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são conectados socialmente. Sugere também que, se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos.

Isso significa que as redações webjornalísticas tiveram que absorver a ideia de que produzir e consumir a notícia é produto da interação entre o profissional do jornalismo, a própria notícia ser produzida e por quem será produzida, além da própria sociedade. Isso impõe a ideia de que o controle do que deve se tornar notícia não está mais, como historicamente se realizava, em mão única. O jornalista passa a ser interpretado como mais um no processo de construção e disseminação da notícia, o que não diminui a sua importância, mas apenas empodera outros meios.

3.5 Reconfiguração dos Métodos Organizacionais

No webjornalismo, a linguagem também acabou sofrendo metamorfoses significativas, pois passou a ser determinada por diversos fatores e características que criam uma aproximação entre os usuários e os produtos jornalísticos dos grupos de comunicação, dos quais os dois portais de notícias aqui analisados são integrantes. É determinante ressaltar que os dois portais tiveram suas origens locais ampliadas para regionais em vista da percepção dos grupos de mídia de que teriam que se adaptar aos modelos atuais, tudo em função de incorporar um número maior de público para os sites.

O desejo de expandir e aproximar o público alvo dos sites é uma determinação que, posteriormente, acabou por expandir o conteúdo dos portais para notícias nacionais e internacionais. O importante aqui é destacar de que modo as

tecnologias da era digital vêm afetando o fazer jornalísticos nos portais de notícias da região paraense. Ambos os portais argumentam serem comprometidos com a prática de levar à sociedade, conteúdos relevantes e culturais, mas não podemos esquecer que os dois fazem parte de grupos também movidos por interesses mercadológicos, são ligados a administrações impulsionadas por recursos financeiros provenientes de anunciantes publicitários.

A relevância de se averiguar as mudanças e a repercussão das transformações do webjornalismo na região da Amazônia Paraense, toma força a contar do entendimento do processo como um todo, na sua essência empresarial, no caráter tecnológico do conteúdo em rede, nos fatores culturais e comunicacionais. Todos esses quesitos estão atados a cultura de convergência, quando a linguagem sofre transformações por meio da aceitação de novos suportes de produção. Os grupos comunicacionais passam por reconfigurações em seus métodos organizacionais e dessa maneira, acabam por também reconfigurar a sociedade em algumas proporções.

Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. (JENKINS, 2009, p. 29-30).

O webjornalismo regional aqui estudado pode ser observado da perspectiva da convergência tecnológica de Jenkins (2009), pois é a partir desse conceito que o processo de produtividade dos portais vem sendo configurado. Existe um esforço cada vez maior de ir além dos modelos tradicionais, de explorar as potencialidades tecnológicas e produzir um novo modelo de processo produtivo e divulgação de notícias. Por meio dessas mudanças, acrescentam-se também novas relações profissionais e um nível diferenciado de afinidade com a audiência, já que as

condições de aproximação com a audiência acabam por proporcionar um maior espaço a esse público alvo.

O perfil do profissional de ambos os portais, atualmente, se equipara aos dos profissionais dos tempos de convergência. Ambos procuram por conhecedores nas áreas de multimídia e variadas linguagens. Dentre os requisitos exigidos para os repórteres e jornalistas, além dos básicos, estão também a habilidade e prática com recursos multimídia e uso e divulgação de conteúdos em redes sociais, como *Twitter, Instagram e Facebook*.

No Portal Diário Online, a estrutura é dividida em: Comercial, contando com gerente e coordenação de produtos; Desenvolvimento, com gerente e equipe de cinco integrantes; e Redação, com diretor, editor chefe, quatro funcionários na equipe de Editores, onze Repórteres, três encarregados do setor de Multimídias e três Social Mídia. No Portal ORMNews a divisão é feita em: Gerência, com dois profissionais; Jornalismo, com editor e três repórteres; Desenvolvimento, com um Webmaster e um Desenvolvedor Web; e Multimídia, com Coordenador de Auxiliar de Web, Editor Multimídia e Auxiliar de Web. Como mostram os quadros abaixo:

FIGURA 15 - Composição funcional do Portal Diário Online

SETOR	FUNÇÃO	NÚMERO DE PROFISSIONAIS POR FUNÇÃO
Comercial	Gerente	1
	Coordenador de Produtos	1
Desenvolvimento	Gerente	1
	Equipe	5
Redação	Direção de Redação	1
	Editor Chefe	1
	Editor Sênior	1
	Editores	4
	Repórteres	11
	Multimídias	3
	Social Mídia	3

Fonte: Pesquisadora Lucas (2018)

FIGURA 16 - Composição funcional do Portal ORM News

SETOR	FUNÇÃO	NÚMERO DE PROFISSIONAIS POR FUNÇÃO
Gerência	Gerente	2
Jornalismo	Editor	1
	Repórter	3
Desenvolvimento	Webmaster	1
	Desenvolvedor web	1
Multimídia	Coordenador de Auxiliar de Web	1
	Editor Multimídia	1
	Auxiliar de Web	1

Fonte: Pesquisadora Lucas (2018)

O investimento na construção dos portais deu destaque a profissionais que dominassem áreas específicas do desenvolvimento para a *web*. Ambos os grupos comunicacionais sentiram a necessidade de contratar e gerar novos cargos específicos para os que trabalham na divulgação de notícias via internet. Dentre as habilidades exigidas, está a correta utilização de ferramentas capazes de criar maiores vínculos de interação entre os portais e a audiência. Os dois sites estimulam a participação do público alvo através da instrumentalização de redes sociais, como *Whatsapp*, *Facebook* e *Twitter*.

Os profissionais das redações se utilizam dessas ferramentas diariamente, aceitam sugestões de pautas, incentivam o público a participar e dar opiniões relacionadas aos conteúdos publicados. Mesmo com essas ferramentas disponíveis, ainda existe espaço para antigas mídias, como telefone e mesmo pedidos feitos pelo público que vai até a redação, no entanto, cada dia mais, esses recursos vão sendo deixados de lado e o público tem dado preferência pela utilização dos novos meios tecnológicos.

O perfil profissional exigido pelo Diário Online e ORM News prioriza o domínio de recursos multimídia, exige o acompanhamento de redes sociais, demanda

familiarização com as linguagens da internet e com produção e edição de vídeos para publicação em rede.

O processo de digitalização dos grupos Comunicacionais aqui estudados caracteriza um novo meio de produção de conteúdo. Muito além da simples divulgação de dados digitais, os portais possibilitam rapidez na divulgação de notícias, uma ampla disposição de arquivos noticiosos e culturais, bancos de dados com espaço para vídeos e imagens que podem ser acessados de forma ágil, uma mudança por conteúdos produzidos exclusivamente para a internet e investimento em profissionais e maquinário avançados. Todos esses aprimoramentos geraram uma maior qualidade dos produtos digitais apresentados pelos grupos comunicacionais da região paraense.

3.6 Os Portais e as Redes sociais

Como se tem percebido, já não se pensa, na pós-contemporaneidade, em produções jornalísticas sem o uso da internet. A informação chega de maneira fácil e rápida através das Redes Sociais. Muitos veículos de comunicação fazem uso destes artifícios que fornecem maior pluralidade de fontes e acabam moldando a interação jornalista-comunidade.

Marcondes Filho (2000) afirma que não há responsáveis por toda essa virada na forma de se fazer jornalismo. É a civilização humana como um todo que se transforma a partir de uma variável independente: a informatização. Percebe-se, portanto, que é um fenômeno mundial, globalizado, está na alma, na internalidade das pessoas e tem invadido os espaços webjornalístico. Não é uma realidade de específicas geografias. O todo se dobrou e se doou a esse novo paradigma, que aqui temos chamado de égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

O mesmo Marcondes Filho (2000) impõe a ideia de que o processo digital, de tempo real, de comunicações online, muito evidente nas redações onde se propõe fazer webjornalismo, estabelece novos parâmetros sociais. Esse novo implica em dizer que tudo muda. É mudança ininterrupta, constante, sempre alerta às alterações que se tornam perceptíveis nas redes sociais.

Tudo isso significa que seria profundamente incoerente não ser sensível às revoluções tecnológicas, as que têm a ver com técnicas de inscrição, armazenamento e reaproveitamento de informações. Não há, por essas razões, como fazer sobreviver uma postura que não admita o novo, a transformação produzida pelas revoluções impostas pelos mundos tecnológico e das redes sociais.

Prosperar neste novo modelo de informação parece impossível, se forem comparados o velho e novo modelo de jornalismo, que passa pelo impresso, falado e audiovisual. Mister é se dobrar à internet, onde habita o webjornalismo, já que nesse meio são proporcionados diferentes métodos de reportagem. Texto, imagem, vídeo, áudio, animação, tudo em uma única plataforma convertidos em um conteúdo dinâmico.

As funcionalidades que acabaram de ser expostas eram impossíveis alguns anos atrás, mas os aparatos tecnológicos hoje são capazes de proporcionar tudo em um único lugar, o ambiente virtual. Hoje, o que se tornou impossível de aceitar, é um webjornalismo que não tenha esses recursos.

Interessante que tudo o que acabou de se afirmar, impôs ao profissional do webjornalismo a ideia de que ser mais eficiente exige conhecimentos, habilidades nesses novos instrumentos tecnológicos. Ou se busca saberes tecnológicos ou as redações webjornalísticas se tornam obsoletas. Mudaram os tempos, o que implica em mudanças nas rotinas produtivas, que precisaram e precisam interagir com as redes sociais.

Por meio das rotinas de produção, na prática de verificação das redes sociais o webjornalista consegue descobrir os assuntos que passaram a circular entre as pessoas. O público já não sente que é necessário recorrer aos grupos de mídia para fazer reclamações ou denúncias. O domínio das redes sociais agrega um poder tão

forte, que os usuários apenas publicam uma imagem, postam um pequeno texto no *Twitter* ou *Facebook*. É nesse instante que a notícia começa.

A função do webjornalista passa a ser analisar também o repercutir da informação divulgada e verificar se existe um fundamento no que é postado em rede. Pelo *Facebook* ou *Twitter*, no *Youtube* ou *Google+*, ou no *Blog*, qualquer um pode criar, o leitor e o criador são sempre a mesma pessoa . um consumidor/produtor+(LEVINSON, 2013 p.2). Com as Redes Sociais, o usuário, não jornalista, pode produzir conteúdos que englobam tanto, informações de seriedade, quanto meras especulações. O trabalho do webjornalista é observar e divulgar as informações verídicas.

As redes sociais *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* foram analisadas com o intuito de organizar e esquematizar o nível e a maneira que os portais ORM News e Diário Online publicam e divulgam seus respectivos conteúdos. O uso das redes sociais na realidade cultural estudada se mostra de grande valor, pois as mesmas são capazes de transmitir um retrato do novo modo comunicacional produzido em tempos de convergência digital. São essas mídias sociais ferramentas capazes de produzir na audiência uma forte tendência participativa e de inclusão, onde os mesmos podem se tornar críticos e atuantes influentes no conteúdo noticioso e cultural que, na grande maioria das vezes, inclui sua própria realidade.

3.6.1 Os Portais e as Redes Sociais *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*

A rede social *Twitter* já foi utilizada por ambos os portais. Verificamos que o Portal DOL possui uma maior atividade, como aponta a Figura 17. Disponível no

endereço <https://twitter.com/doldiarioonline>, conta com o número de 85 mil seguidores e 221 mil *tweets*².

O Portal ORM News possui perfil na rede social *Twitter* disponível para acesso no endereço <https://twitter.com/ormnews> e conta com 78.300 seguidores e 92.600 *tweets* postados³. No entanto, encerraram sua participação na conta em 25 de dezembro de 2016, como mostra a Figura 18. O conteúdo do portal é agora divulgado na conta do *Twitter* do Jornal O Liberal, pertencente ao mesmo grupo de mídia.

No *Facebook*, o Portal DOL possui conta ativa, como mostra a Figura 19, possui o número de 697.937 seguidores e 700.489 curtidores⁴. O Portal ORM News não possui perfil no *Facebook*, sua participação na rede social é por meio de outros perfis também pertencentes ao grupo de mídia ORM. Assim como no *Twitter* seu conteúdo é divulgado na página do Facebook do jornal O Liberal.

O conteúdo postado por cada portal também foi analisado, pois refletem o nível de importância dado aos diversos conteúdos noticiosos e culturais explorados e divulgados pelas duas plataformas.

O uso de postagens nas plataformas *Twitter* e *Facebook* é, em grande parte, utilizado para divulgar as programações televisivas dos grupos comunicacionais, manchetes de notícias com *links* direcionados às matérias completas nos portais e conteúdos multimídia.

² Dados verificados pela última vez em setembro de 2018.

³ Dados verificados pela última vez em setembro de 2018.

⁴ Dados verificados pela última vez em setembro de 2018.

FIGURA 17 Perfil do Portal DOL no Twitter.



Fonte: Aplicativo do Twitter para a Plataforma Android.

FIGURA 18 Perfil do Portal ORM News no Twitter.



Fonte: Aplicativo do Twitter para a Plataforma Android.

FIGURA 19 Perfil do Portal DOL no Facebook.



Fonte: Aplicativo do Facebook para a Plataforma Android.

O *Instagram* é uma rede social de postagens de imagens para usuários de celulares nas plataformas *Android* e *IOS*, mas também possui endereço na internet onde as mesmas publicações podem ser visualizadas. Essencialmente, é um aplicativo que pode ser baixado para o celular de maneira gratuita e, por meio do mesmo, é possível tirar fotos com o dispositivo conectado à internet, aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com os seguidores.

Os dois portais disponibilizam perfis no *Instagram*, mas fazem uso de maneiras distintas. Os perfis foram monitorados durante o período de quinze dias, e mostraram participação efetiva na rede. O portal Diário Online já conta com o número de 1.494 publicações e a marca de 42.200 mil seguidores⁵, já o portal ORM News tem publicadas 6.612 postagens e 43.300 mil seguidores⁶.

Os altos números refletem resultado do esforço dos grupos em se manterem ativos em rede, não se limitando apenas as suas participações nos portais, afinal as redes sociais são o melhor meio de interação e veiculação das informações do site para com os usuários.

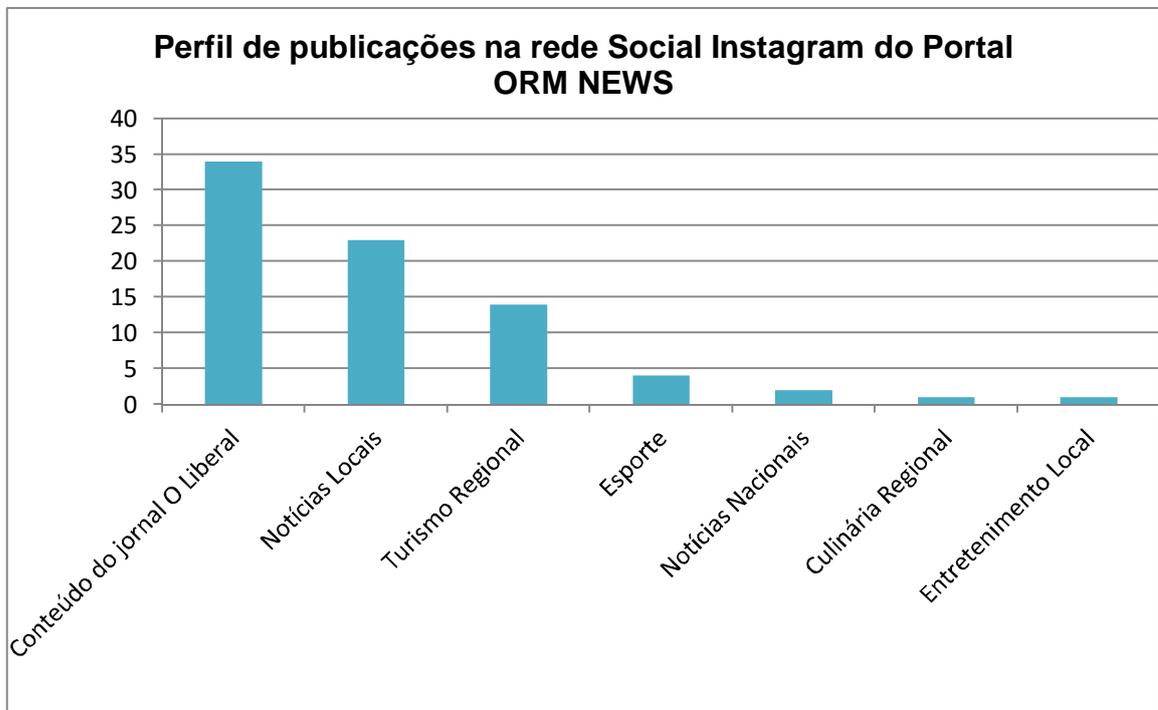
Ainda que possuam um número bem próximo de seguidores, nota-se que os portais optaram por utilizar a plataforma *Instagram* de forma distinta. O portal ORM News utiliza o endereço www.instagram.com/oliberal na web. O grupo comunicacional optou por um endereço que englobasse os diversos produtos do grupo em um só perfil, não existe um perfil exclusivo no *Instagram* para o site, e este se descreve como um veículo das Organizações Romulo Maiorana (ORM), onde o usuário pode ficar por dentro de tudo que acontece no Pará, Brasil e o mundo com informações de credibilidade+.

A Figura 20 mostra o perfil de publicações no *Instagram* e aponta que a prioridade ainda é a divulgação de conteúdos dos produtos do grupo ORM, diariamente são postadas capas das edições de revistas e jornais do grupo que estarão nas bancas no próximo dia (Figura 21), além de charges publicadas pelo cartunista do jornal O Liberal impresso.

⁵ Dado verificado pela última vez em abril de 2017.

⁶ Dado verificado pela última vez em abril de 2017.

FIGURA 20 . Perfil de publicações da rede social *Instagram* do Portal ORM News.



Fonte: Pesquisadora Lucas (2017)

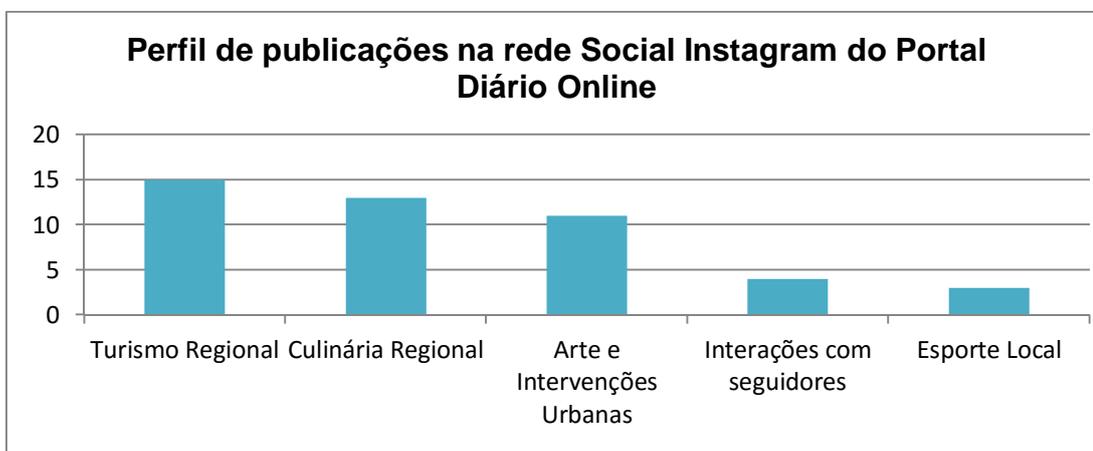
FIGURA 21 . Postagem da capa do jornal O Liberal no perfil do Instagram do Portal ORM News.



Fonte: Postagem da capa do jornal O Liberal no perfil do Instagram do Portal ORM News em 15.04.2017. Disponível em <https://www.instagram.com/p/BS5nJJulfcQ/>.

O portal Diário Online utiliza o endereço <https://www.instagram.com/doloficial/> na web. O grupo possui um perfil exclusivo para a divulgação do Portal DOL. A Figura 22 mostra que, diferente do Portal ORM News, o *Instagram* é utilizado de forma mais descontraída, onde podemos encontrar fotos relacionadas a turismo e culinária local, arte e intervenções urbanas e até mesmo fotos enviadas pelos leitores do site. Já a Figura 23 exemplifica em imagens o que se afirmou acima.

FIGURA 22 . Perfil de publicações da rede social *Instagram* do Portal Diário Online.



Fonte: Lucas (2017)

FIGURA 23 . Postagem do perfil do Instagram do Portal Diário Online.



Fonte: Postagem do Portal Diário Online em 03.04.2017. Disponível em <https://www.instagram.com/p/BSbWwZjB-eO/?taken-by=doloficial>.

Podemos perceber que a produção de conteúdo cultural e noticioso passa por uma reorganização. O uso de novas redes sociais visto do ponto da convergência tecnológica vem determinando o processo de se fazer e divulgar notícias em rede. A partir dessas novas ferramentas também podemos perceber um forte avanço e abertura no ato de se comunicar e interagir com o usuário. Foram criados canais de interação capazes de alastrar conteúdos entre diferentes suportes e amplia conceitos de comunicação em massa por meio de mídias digitais. O acesso a diferentes informações culturais tem seu potencial ampliado. Santaella (1996) aborda essa questão e discute como as transformações provenientes dessas mudanças podem refletir também na cultura:

(...) quanto mais as mídias se multiplicam mais aumenta a movimentação e interação ininterrupta das mais diversas formas de cultura, dinamizando as relações entre diferenciadas espécies de produção cultural. A multiplicação das mídias tende a acelerar a dinâmica dos intercâmbios entre as formas eruditas e populares, eruditas e de massa, populares e de massa, tradicionais e modernas, etc. (SANTAELLA, 1996, p.31)

O que se nota, claramente, em Santaella (1996) é o intercâmbio cultural, o que expõe o fenômeno da hibridização, tão evidente entre os que fazem webjornalismo em nosso instante e em todas as geografias. Até o que sempre foi antagônico se dobrou ao fenômeno do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. É só perceber que o intercâmbio está ocorrendo entre o erudito e o popular, além da interação entre o tradicional e o moderno. Essa mistura encantadora, que torna um o que foi dois, três ou quatro, nada mais é que hibridização, aqui interpretado como sinônimo de égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

A cibercultura é causadora de várias alterações no mundo de hoje. Isso não poderia deixar de influenciar o webjornalismo, afinal, foi por meio dela que a necessidade de proximidade com a tecnologia se fez presente no jornalismo aqui estudado.

O webjornalismo, na dimensão híbrida, com aspectos fundamentados na ideia do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, que hoje é um fato de natureza global, precisa, antes de ser observado, da forma que se tem verificado nesta pesquisa, como uma realidade que se tornou o que hoje é, graças a esse fenômeno que acabamos de explicitar no parágrafo anterior, chamado de cibercultura. Nesse sentido, o webjornalismo é o gerador de um jornalismo que, ou se conformava aos padrões ciberculturais, ou assumia o risco de ter sua existência ameaçada.

Até aqueles que são excluídos do mundo cibercultural estão envolvidos, mesmo que não se sintam parte da cultura da tecnologia. Isso é perceptível em câmeras espalhadas por todos os lugares que, de certa forma, interagem com os que estão à margem do mundo tecnológico, cibercultural. Em outras palavras, o que se quer dizer, é que não há como fugir da cibercultura. Mesmo os que optarem em se tornarem distantes do mundo tecnológico, necessariamente, serão envolvidos por ela. Já não é questão de opção. As pessoas, no mundo, já não têm a capacidade de fazerem parte de um grupo de excluídos da cibercultura. Tal cultura se tornou um bem inalienável e em escala global. Não existe mais a opção de não aceitação. Faz parte da vida do homem de todos os continentes, exatamente na dimensão do égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

3.7 Transformações Geradas pelo Ciberculturalismo

Nesse instante do trabalho, não se quer apenas tratar da cibercultura, mas também das possibilidades, transformações positivas geradas por ela. Essas transformações, verificadas como hibridizações globais, como ligadas ao fenômeno égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas, serão claramente colocadas como elementos exitosos, já que somaram à sociedade, beneficiaram os meios sociais, trouxeram avanços interessantes para a vida do ser humano, numa escala global.

O fundamental é entender que o cibercultural foi tomando conta de todas as dimensões da sociedade. Bilhões de pessoas foram inseridas no ciberculturalismo, mesmo sem ter noção exata dessa inserção. Além das câmeras, citadas anteriormente, o conceito de cibercultura, na prática, se percebeu e se percebe com a introdução de *home banking*, cartões inteligentes, celulares, *palms*, *pages*, voto eletrônico, imposto de renda via internet; ou por meio de práticas comunicacionais digitais, como e-mail, listas de discussão na internet, blogs e etc. (LE MOS, 2003, p.12)

A percepção da cibercultura, como elemento que se tornou inerente a qualquer ser humano, inclusive dos que insistem em dizer que não são afeitos ao ciberculturalismo, passa também pelo próprio entendimento do termo. Estudar a semântica do vocábulo cibercultura será importante, inclusive para que entendamos com mais clareza a sua natureza híbrida, com cara de égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Lemos (2003, p.12) afirma que a cibercultura pode ser interpretada como uma forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática.

Interessante é que o autor indica que a existência, a realidade do fenômeno cibercultural é produto de uma forma cultural que resulta de relação simbiótica. Isso nos impõe a necessidade de se entender o sentido de simbiótica.

Simbiótica nada mais é que aquilo que se relaciona com a simbiose, que tem a ver com a associação de dois ou mais seres que, embora pertençam a diferentes espécies, são definidos como um só organismo. Cabe lembrar que simbiótica está ligada ao organismo que se mantém vivo por simbiose, por essa associação.

Com a interpretação de Lemos (2003), não há como evitar a ideia do híbrido, do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, já que, por analogia, podemos afirmar que o webjornalismo de nosso momento, necessariamente é produto de interseção, de interconexão, de simbiose, entre os elementos culturais do todo, das diversas culturas, do intercâmbio cultural, do abraço cultural que tem a capacidade

de tornar uno, híbrido, simbiótico, o que preteritamente era interpretado como antagônico, diferente.

Assim como na simbiose, a manutenção da vida precisa da associação de dois ou mais seres, no que diz respeito ao jornalismo contemporâneo exercitado na web, a associação entre as dinâmicas culturais é que terá a capacidade de preservar a própria existência do mesmo. Ser híbrido, desenvolver um hábito webjornalístico com a mesma ideia do *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas, será sinônimo de sobrevivência.

Outro aspecto a ser lembrado, no conceito de Lemos (2003), é a ideia de que, dentro da simbiose citada anteriormente, elementos tecnológicos também fazem parte. Significa que o profissional ligado ao webjornalismo precisa de habilidades inerentes ao mundo da tecnologia web e, como já se afirmou nesta pesquisa, de forma convergente, híbrida, o que nos lembra o conceito que se tem dado ao *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas.

Embora absorver saberes tecnológicos, necessários para se fazer webjornalismo, não se pode, todavia, afirmar que esses fundamentos, saberes, pressupostos tecnológicos, subjuguem, não só o que se apresenta como cibercultura, como também o próprio webjornalismo, que não é só aparatos tecnológicos. Também é o cultural, a sociedade, a interação e etc.

É perceptível, como já afirmava McLuhan (1964), que as tecnologias afetam a sociedade e de forma implícita provocam mutações sociais, mas os aparatos tecnológicos criados com intuito de solucionar alguma dificuldade ou facilitar tarefas e operações e, acima de tudo, do domínio da natureza, ainda não controlam por completo o humano.

O que se quer afirmar é que webjornalismo não é apenas o tecnológico, entretanto, em resumo, é possível concluir que a cultura e o tecnológico precisam ter interatividade.

Há uma concordância, no compreender sociológico e antropológico, de que cultura é algo que se aprende e que seu aparecimento se dá de modo variante,

podendo ser percebível no modo de viver e no lidar com o dia-a-dia. Para Straubhaar & Larose (2004):

Cultura requer compartilhamento e conhecimento, que só podem advir do contato com outros elementos, sejam eles de ordem natural (fenômenos da natureza), social (interação com os pares independentemente da localização geográfica) e/ou utilização de coisas materiais (ferramentas, por exemplo). Uma das mais importantes funções da cultura humana é permitir que compartilhem ideias, valores, técnicas e conhecimento de uma geração para outra (STRAUBHAAR & LAROSE, 2004, p. 283) .

Notável na interpretação acima é que há, mas não de forma subjugadora, a inserção das ferramentas, que no caso do profissional do jornalismo web, tem a ver com as tecnologias do seu tempo, as mesmas que darão habilidades necessárias, para o exercício do seu trabalho.

A relação com as tecnologias teve a capacidade de promover uma constante transformação no agir do ser humano, inclusive na dos que labutam no jornalismo para *web*. Eles precisaram aprender a lidar com novos métodos e a acrescentar valores e saberes aos já estabelecidos exercícios da profissão.

Novas práticas surgiram com a cibercultura. As relações que se estabelecem entre pessoal, o ambiente de ofício e o que se produz nele, são as que mais sofreram alterações. Muitas tarefas do fazer cotidiano do trabalho passaram a estar sujeitas à tecnologia computacional e às redes e a ser mediadas por elas. Surgiram novas maneiras de construir, elaborar e metodizar as tarefas, além dos modos de conseguir e compartilhar conteúdos informativos.

Não há como negar que as técnicas que acabaram de ser citadas sejam indícios da existência da cibercultura no jornalismo. Isso se aprofundou bastante no final da década de 80 e começo da década de 90.

Na verdade, foi a partir de 1990, que o serviço de reportar do jornalismo passou a integrar a era da comunicação feita na web. Diante disso, algumas concepções do jornalismo e suas técnicas passaram a ser revistas, assim como o que se entendia como notícia, seu público consumidor e quem a produzia.

Os procedimentos de elaboração de conteúdo e publicação passaram por transformações significativas. De acordo com o avanço tecnológico computacional, o jornalista se encontrava com a necessidade de aprender a trabalhar mediante as exigências dos recursos disponíveis em rede, como a interatividade, memória, hipertextualidade e personalização.

O conjunto dessas novas particularidades do jornalismo demandou uma atitude, uma postura diferente mediante a cibercultura, que, na prática webjornalística, já ia se incorporando ao dia-a-dia do ofício.

Essas tarefas não eram nada fáceis para os que vinham de uma geração anterior ao uso do computador na redação. Alguns profissionais do jornalismo chegaram até a se recusar em colocar um computador na sua mesa de trabalho, tamanho era o medo e despreparo como novo, com a cibercultura, com as novas ferramentas tecnológicas.

Os profissionais jornalistas mais antigos, que atuavam desde os anos 60 e 70, gradualmente passaram a dominar a utilização dos computadores. Transformaram-se em internautas. Foi esse o momento inicial para a imersão na cibercultura.

Como se sabe, novas competências e aptidões passaram a ser demandadas. O exercício computacional e as atividades em rede fizeram nascer novos agentes nas equipes redacionais, como o *webdesigner*, o *webmaster* e o programador de sistemas, com os quais o jornalista precisou se enturmar. Wurman (2005) alerta para a ideia de que:

Os jornalistas [...], os arquitetos de informação . toda essa gente que formata informação para as massas agora é forçada a repensar a maneira de apresentar seus produtos. E isso acontece porque o apetite das pessoas por informação está muito mais seletivo e

refinado. A forma de organizar e apresentar a informação é tão importante quanto o conteúdo. Estão surgindo novos campos (a bioinformática, por exemplo) para explorar maneiras de armazenar e usar informações, ultrapassando a ideia de apenas reuni-las. (WURMAN (2005, p. 9-10))

O que se passou a perceber tinha a ver com adequação ao movimento da cibercultura que, de acordo com esta pesquisa, já havia invadido a vida de todos e em todas as áreas. Não seria o jornalista que deixaria de ser influenciado pela cultura ciber.

Com o ciberculturismo, alguns chegaram a afirmar que era o fim do profissional jornalista, o que era, na visão de Machado (2003, p. 13) um grande equívoco, ainda que a matriz tecnológica tenha servido de álibi para os que pregavam o fim do jornalismo como profissão.

Na verdade, pesquisas realizadas nos últimos anos, indicam que, mesmo com funções e feições muito distintas, o jornalismo segue como o tipo de conhecimento essencial para a organização das sociedades complexas. A diferença mais marcante é que, ao contrário de profissionais convencionais, o jornalista deve operar em perfeita sintonia com o departamento de tecnologia das organizações, para poder projetar soluções adequadas às demandas do processo produtivo. (MACHADO 2003, p.13)

Importante, perante o que se acabou de dizer é que, a partir de uma ótica histórica, cabe observar, lembrar, enfatizar que a cibercultura provocou no espaço jornalístico alterações expressivas, levando quem atua na área a ter um agir relacionado aos saberes tecnológicos e, com isso, passar a ser mais exitoso em suas rotinas.

E seguem as alterações, fruto da ciberculturação da sociedade, inclusive na relação entre profissional do webjornalismo e interagentes, consumidores, interlocutores. As ferramentas computacionais, o ciberespaço, ganham ênfase nessas transformações, pois, sem dúvida alguma, devem ser interpretadas como as novas formas de se viver socialmente, redesenhando o relacionar social, criando outras formas de entendimento e compreensão.

Lemos (2007) afirma que as práticas comunicacionais pessoais atuais da cibercultura mostram a pregnância social para além da assepsia ou simples robotização. Isso significa que a utilização das ferramentas tecnológicas, para determinados fins, para as finalidades webjornalísticas sobretudo, veio permitir o surgimento de comunidades dos mais diversos tipos, interesses e tamanhos, interagindo e articulando-se.

De acordo com Santaella (2007, p.03), uma sublevação cultural cuja propensão é se alastrar, tendo em vista que a tecnologia dos computadores tende a ficar cada vez mais barata. Santaella (2007) diferencia a cultura das mídias da cibercultura, afirmando que a primeira faz referência ao dispositivo oferecido pelos meios de comunicação, enquanto a segunda é o que possibilita a escolha daquilo que se almeja produzir, assistir, ler ou escutar.

A cibercultura proporciona uma liberdade que transformou o fazer jornalístico. No entanto, devemos destacar que essa mesma cibercultura não ofusca a cultura, mas pode contribuir com novos significados para as que existem.

O que se quer é não atomizar o webjornalismo ao campo das ferramentas tecnológicas, já que o ciberculturalismo é bem mais que isso, pois abraça mais elementos, necessários ao fazer webjornalístico de hoje.

O webjornalista não pode esquecer do que afirma Lévy (1999, p. 27). Para o autor é a cibercultura que mergulha os seres e as coisas no mesmo banho de comunicação interativa. É nesse mesmo banho que reside o fenômeno da hibridização, do égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Mesmo que Lévy (1999) não utilize as nomenclaturas reterritorialização, desterritorialização, transculturação e hibridação, notamos uma forte relação com as mesmas ideias dessas nomenclaturas, quando faz uma comparação que pode ser aplicada a visão de um ciberespaço que permite essas interações entre os fenômenos citados.

Quando Noé, ou seja, cada um de nós, olha através da escotilha de sua arca, vê outras arcas, a perder de vista, no oceano agitado da comunicação digital. E cada uma dessas arcas contém uma seleção diferente. Cada uma quer preservar a diversidade. Cada uma quer transmitir. Essas arcas estarão eternamente à deriva na superfície das águas (LÉVY, 1999, p. 15).

Mais uma vez o égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas se faz presente. Lévy (1999) demonstra que na era da cibercomunicação o jornalismo está diante de um dilúvio informacional. Diz ainda o autor que as arcas são diversas, mas estão nas mesmas águas. Tal dilúvio, de acordo com o autor, não tem volta, é eterno, chegou para ficar para sempre, de eternidade em eternidade.

Tudo isso, evidentemente, tem preocupado os profissionais do webjornalismo, exigindo deles um olhar que venha a atender a um público tão diversificado. Entretanto, interagir de maneira híbrida exige cuidados. Saber selecionar as informações é fundamental. Se antigamente o jornalista precisava gastar mais tempo e se dirigir a determinado local para coletar informações, hoje, com a cibercomunicação, existe uma enorme praticidade para encontrar algum conteúdo específico.

O que agora preocupa é como garimpar e filtrar o que é encontrado, o que inclui também todas as informações que, por vezes, nem são requeridas. É o caso de inúmeros correios eletrônicos que chegam aos usuários sem prévia autorização. Ken Burns, cineasta de Nova York (apud WURMAN, 2005, p. 9), demonstra preocupação com o enorme conjunto de informações disponíveis e como o público lida com as mesmas:

Como bombardeados com tantas imagens [...] que começa a acontecer o contrário: em vez de nos enriquecermos, como seria de imaginar quando obtemos maior quantidade de alguma coisa, na verdade criamos um tipo de pobreza+ (KEN BURNS apud WURMAN, 2005, p. 9)

Não tem sido fácil para o profissional do webjornalismo, que diante das tecnologias, tem se tornado um profissional em situação de metamorfose ambulante. A cada instante precisa se reinventar. Já existem até aqueles que afirmam que a notícia, objeto considerado o mais excelente na vida do jornalista, já não é mais a bola da vez. Além de informar bem, o jornalista agora deve ter a capacidade de atrair o cibernauta. O grande problema é que o interagente, o internauta é um ser que flui com facilidade pela rede, tem muitas possibilidades de informação à disposição, interesses diversos e cuja audiência fiel é um desafio para os comunicadores, o que inclui o webjornalismo.

Agradar a toda essa gente é abraçar a diversidade, porém como parte de um mesmo oceano, de um mesmo mar, de um mesmo rio, de um mesmo igarapé, com a cara do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, híbrida, uma, uníssona, indivisível, interconectada, unha e carne, alma gêmea.

3. 8 Webjornalismo Colaborativo e o Filtroprodutor

Esse número exacerbado de informações, faz lembrar o que já se afirmou nesta pesquisa: o interagente, o interlocutor, o internauta, sonha em ser pessoa importante na formação da informação. O novo fazer jornalístico precisa entender que a ciberculturação passou a impor essa realidade.

Ele, o internauta, o interagente, o interlocutor, passou a ser um ~~produtor~~produtor+ (WURMAN, 2005), termo que surgiu da interação vocabular entre produtor e consumidor. Essa justaposição é clara, no fazer jornalístico de hoje. Essa prática é imperiosa. Até os vocábulos se hibridizam, criando expressões que explicitam a ideia do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Nos Portais ORM News e Diário online, o internauta é convidado a enviar foto, vídeo ou áudio de um fato noticioso ou é estimulado a falar sobre um fato importante. Abre-se um largo espaço para que acontecimentos que não foram

cobertos pelos jornalistas, por não entrarem na pauta ou não fazerem parte dos critérios de noticiabilidade mais importantes, se é que se deva fazer esse tipo de consideração, se transformem em notícia. Necessário, portanto, é estar atento a toda essa dinâmica.

Essa prática, a que é denominada de Prossumidor, também se fez denominar de jornalismo cidadão, uma espécie de webativismo, onde o interlocutor é parte do processo de construção da informação. Passa a ser carne do webjornalismo. Chega a ser a mosca que pousou na sopa das redações, um *chat* interagente+.

Essa figura do Prossumidor trouxe ao profissional do webjornalismo um novo fazer jornalístico, o que tem a ver com um filtro da notícia, mas com uma peculiaridade, a tão desejada credibilidade. Não é mais apenas o filtro da notícia, mas se essa tem o abraço da seriedade do que se informa. A ideia, agora, é consultar a inteireza de caráter da informação.

Nos Portais em análise, o responsável pela seletividade, pelo filtro das informações, recebe bastantes registros dos internautas. As participações são cada vez maiores, o que fez sair de um certo diretor da empresa que, qualquer dia desses, iriam contratar uma espécie de *filtroprossumidor*+, um profissional específico, serviria apenas para selecionar as interações, as participações dos internautas, tamanha a demanda de participações diárias.

Não se pode mais questionar a representatividade da cibercultura para os profissionais jornalistas, inclusive os que fazem webjornalismo na Amazônia paraense, nos Portais ORM News e Diário online, sobretudo porque, através do ciberculturalismo, notamos transformações significativas. Novas possibilidades de atuação no campo webjornalismo se tornaram mais evidentes.

Nessas mudanças, o profissional do jornalismo web precisou lidar com uma estrutura mais complexa de se fazer jornalismo, o que significa um fazer jornalístico que passou a entender que produção de notícia, hoje, passa pelas competências tecnológicas. Isso significa que, ou se tem habilidade com as ferramentas tecnológicas, ou não se tem jornalismo web exitoso.

Todavia, como esta pesquisa, trata de hibridismo, de *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas, não se pode esquecer que há uma forte tendência, diria necessidade, de que haja união, interseção, interconexão, entre as tecnologias computacionais e as comunicacionais que, nesta pesquisa, têm sido tratadas como tão importante quanto ao que se tem denominado de evolução tecnológica.

Para o jornalismo com a cara do *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas, esse encontro, essa ligação, essa interação entre tecnologias computacionais e as interações sociais, comunicacionais, são essenciais, fundamentais, vitais. Não há mais a possibilidade de webjornalismo sem interações, inclusive as existentes entre máquina e redes sociais. Isso também é indispensável, indissolúvel, uno, inseparável, híbrido.

Essa nova realidade deve ser entendida como propulsora de mudanças históricas e significativas nas práticas da profissão e da introjeção da cibercultura pelo profissional. Ao contrário de uma cultura profissional construída e engessada por décadas, a cibercultura, dentro do seu espaço por excelência, o webjornalismo, está fazendo com que os jornalistas repensem questões relacionadas à audiência e importância da notícia. Questões essas que eram decididas unicamente através de recortes ideológicos dos meios de comunicação clássicos.

Esse mergulho sem volta nas questões tecnológicas em interconexão com as redes sociais, tem colocado à disposição de todos uma fartura de material oferecida pela internet, dando opção aos consumidores e libertando-os do atrelamento ao consumo dos produtos oferecidos pela indústria de massa. O próprio interlocutor já não se enxerga apenas como um consumidor de produtos midiáticos. Percebe-se um sujeito interlocutor, agente, não mais robotizado em sua inteireza, mais consciente de sua função no espaço web, menos integrado com a cultura do seguir a linha, do como nossos pais, do onde a vaca vai, o boi vai atrás.

As mudanças provocadas pela cibercultura, no espaço webjornalístico, estão em curso e os profissionais jornalistas são levados a repensar o fazer, cotidianamente, ininterruptamente, tamanha é a intensidade dessas mudanças. Essas transformações avançam. Chegaram ao campo da transitoriedade absoluta, nos aspectos tecnológico e interacional.

O que se tem de mais recente, indica, claramente, um constante processo de transformação, no que agora se está afirmando ser metamorfoses em processo de ininterrupta transitoriedade. O fazer, o agir jornalístico, dentro do espaço da rede mundial chamada internet, além de já ser uma realidade de algumas décadas, demonstra que se tem reinventado em realidades, numa dinâmica de mudanças extraordinária e numa velocidade estonteante. O tempo tem demonstrado isso e, evidentemente, necessário será fazer um passeio histórico pelas metamorfoses em velocidade estonteante, tanto em sua natureza tecnológica, quanto nas interações provindas dessas constantes mudanças tecnológicas.

À medida que se fará a abordagem das mudanças, da transitoriedade histórica dos fenômenos tecnológicos e, conseqüentemente, dos interacionais, expostas no parágrafo anterior, notar-se-á que a própria existência e resistência do webjornalismo, tem, claramente, uma relação de interdependência com essa transitoriedade.

A transitoriedade terá papel prevalecte, até porque, na perspectiva desta pesquisa, a própria identidade do webjornalismo pressupõe que tudo se torna pretérito, rapidamente e, como se tem percebido, numa dinâmica global, com as mesmas características, com a inserção de ferramentas tecnológicas sinônimas e convergentes, bem a cara do égua, paidégu, com infinitas léguas de tréguas.

Na verdade, a transitoriedade dos fenômenos tecnológicos e, conseqüentemente, dos interagentes, se tornou uma espécie de idealização do webjornalismo, confunde-se até com a própria identidade do jornalismo web. Almeja-se a transitoriedade. Busca-se a metamorfose. Sonha-se com as mudanças. Insiste-se no novo tecnológico com vida curta, sobretudo porque levará o interagente ao acesso a ferramentas que darão possibilidades maiores de participação ainda mais ativa no jornalismo que se pretende fazer no espaço cibernético.

Num primeiro momento, seria bastante interessante afirmar que, o empoderamento do uso da plataforma HTML, deve ser interpretado como um iniciador de um processo que passa por ininterruptas transformações que, nessa pesquisa, será interpretado como evolutivo, dinâmico, incontrolável, insurgente a

tudo quanto tenta ser perpetuado, já que o novo sempre vem, sem se poder evitar que ele venha.

O novo, como se tem notado, se tornou vital para o webjornalismo. Novo que se tem demonstrado com um importante avanço nas discussões ligadas aos meios tecnológicos, aos instrumentos necessários ao jornalismo web. Nesse avanço tecnológico, qualquer estudioso que se tem doado à investigação do webjornalismo e de sua evolução, revolução tecnológica, concorda em afirmar que o desenvolvimento de novas ferramentas tecnológicas produziu e produz, como sabemos, in' uências diretas, tanto na produção jornalística como na recepção das informações.

O que se está pretendendo é afirmar que a plataforma HTML, a hipertextualidade, multimídia, interatividade, personalização e memória, elementos que traduzem as diferentes gerações do webjornalismo, modificaram, significativamente o webjornalismo e quem com ele trabalha. Avaliar esses elementos será necessário, sempre lembrando que nenhum deles se tornou imunes à mudança, ao novo.

3.9 Evolução e Gerações do Webjornalismo

Sólidos autores servirão de base, para a análise dos eventos tecnológicos inerentes ao webjornalismo e que se fazem cada vez mais pretéritos. Não se poderá, por exemplo, omitir o entendimento de pesquisadores, já que, como se perceberá no decorrer desta análise, são figuras que dão a clara dimensão da importância das fases por que passaram o webjornalismo, o que inclui as evoluções tecnológicas e a conseqüente mudança dos interagentes.

McLuhan (1964), por exemplo, afirma que o conteúdo de qualquer mídia é sempre uma antiga mídia que foi substituída. Isso impõe a ideia de que o novo

sempre vem. Não há como imaginar a possibilidade de se impedir o novo e isso numa escala mundial, globalizada, com a mesma face, com o jeito égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

A relação com o novo e de forma desmedida, no espaço chamado internet, onde se realiza o webjornalismo, é muito clara e, como veremos, resulta em dizer o quanto foi importante para a evolução do exercício jornalístico em cada fase do webjornalismo. Diz-se que quatro ou cinco gerações indicaram esse evoluir webjornalístico.

Ao fazer um trabalho extremamente sistemático, metódico, no ano de 2008, Schwingel (2008, p.58) indica que as formas de produção no webjornalismo, passou por cinco fases, que recebem as nomenclaturas de experiências pioneiras, experiências de primeira geração, experiências de segunda geração, experiências de terceira geração e experiências ciberjornalísticas.

Schwingel (2008, p. 58) afirma que experiências pioneiras ocorreram no , nos anos sessenta, acima de tudo em função do envio de informação via fax, clipping via telnet, e provedores Internet de acesso restrito a clientes. Aqui ainda se percebe o elemento restritivo, ao que diz respeito à acessibilidade aos provedores de internet. A acessibilidade estava ainda em estado embrionário. A partir daí se entende um iniciar que jamais terá fim, do que estamos chamando de transitoriedade e, como se está percebendo, em altíssima velocidade.

Quanto às experiências de primeira geração, ocorridas sobretudo a partir do ano de 1992, percebe-se que os produtos são transpostos do impresso para a *web*. Era uma espécie de mudança de casa, de residência, numa via sem volta. A redação webjornalística absorvia o jornalismo impresso, mas já proporcionando ideias de uma característica inerente apenas ao webjornalismo. A geografia mudava. Os instrumentos tecnológicos impunham aquela metamorfose. Já não havia mais sentido o antagonismo ao ciberjornalismo, muito mais eficiente que os pretéritos atos jornalísticos. (SCHWINGEL, 2008, p. 58)

Essa primeira geração do Webjornalismo, ou período que já se denominou como o da transposição, ainda não fazia essa transposição de forma integral, mas apenas de parte do conteúdo produzido pelo jornalismo impresso. Não havia

naquele instante uma preocupação maior em uma espécie de adequação, conformação ao texto produzido para a mídia, para a ambiência da internet, webjornalística.

Interessante lembrar que, nessa primeira geração, não se imaginava ainda criar profissionais com habilidades ligadas às novas tecnologias. O novo ambiente não tinha sua própria dinâmica, seu próprio ritmo. Ainda havia uma espécie de jugo do jornalismo impresso. Pode-se afirmar que era uma singela, porém importante tentativa de se fazer webjornalismo.

Como se sabe, natural era a existência de um medo às mudanças, porém também transitório. Medo até dos recursos tecnológicos que, de tão novos, causavam temor aos que insistiam em dar significado maior ao jornalismo impresso.

Na obra de Silva Jr. (2000, p.63) percebe-se que é possível até afirmar que o jornalismo *online* era reprodutor do jornalismo impresso. A internet e as novas tecnologias eram submetidas ao critério utilizado pelo jornalismo impresso. Não há nenhum absurdo em dizer que, no estado embrionário do webjornalismo, verificava-se, identificava-se que o conteúdo exposto no ciberjornalismo era a mesma do que se colocava no jornal impresso e isso de forma parcial, com apenas algumas páginas, literalmente reproduzidas. O papel é que dava a dinâmica, a linha jornalística a ser seguida

É bem feliz se afirmar que o webjornalismo era uma figura coadjuvante. Servia para fazer uma espécie de trabalho publicitário para o jornalismo impresso. Apontava para o jornalismo impresso. Submetia-se ao jornalismo que ainda insiste em existir, na forma do papel. Sua única função era dar publicidade ao jornalismo impresso. Tinha a intenção maior em persuadir, conquistar mais assinantes para o jornal ou revista.

A transmutação não foi tão fácil. Era, acima de tudo, o medo transitório de mudar que, para Dreves (s/d, p.2), levou o webjornalismo a demorar mais do que devia, para implantar as suas marcas, a sua identidade, o seu jeito de fazer jornalismo, com um potencial inimaginável, encontrado nas ferramentas tecnológicas.

Enquanto da geração pioneira até a primeira geração se levou mais de trinta anos, nota-se que entre a primeira geração e a segunda, apenas três anos se passaram. A velocidade das mudanças foi muito maior, revestida de uma espécie de transitoriedade, cheia de imediatismos, rapidez, urgência urgentíssima.

Mesmo com todos esses impeditivos, em 1995, não houve mais como não admitir o avanço. Embora influenciado pelo jornalismo impresso, o mundo se permite colocar, em suas redações, profissionais específicos, dedicados exclusivamente ao ciberjornalismo, ao jornalismo voltado para a *web*, explorando, evidentemente, as novas ferramentas tecnológicas. A produção passou a ser de conteúdo exclusivo do webjornalismo. Passou a tratar de notícia, conteúdo gerado para a mídia, para a internet, para o mundo do jornalismo web.

Não se pode negar que era tudo muito incipiente, em estado geracional que, como se sabe, fazia o aproveitamento dos textos tratados pelo jornalismo impresso. As ferramentas, todavia, eram outras. O tratamento do texto se dava com mecanismos muito mais avançados. Tecnologia e texto se unem e se tornam prática do profissional web.

Segundo Mielniczuk (2001, p. 2), é nessa fase que surgiram, além da transposição do jornalismo impresso para a página web, as chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições, além do e-mail, que passou a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, por meio de fóruns de debates. Percebe-se a clara ideia de que elaborar notícias teria que passar pela exploração dos recursos oferecidos pelo hipertexto, importante ferramenta tecnológica do espaço ligado ao ciberculturismo, ao mundo do webjornalismo.

Nessas experiências de segunda geração, ocorridas a partir de 1995, os produtos ainda permaneciam vinculados à estrutura que simbolizava o modelo do jornalismo denominado de impresso. Todavia, não há como evitar dizer que foi nesse instante que ocorreram, de forma bem mais acelerada, intensa, bem mais dinâmica as transformações nas redações webjornalísticas. A inerência do webjornalismo ficou ainda mais evidente, mais clara, diferente da prevalecente daqueles dias.

Importante também lembrar que a posição coadjuvante do webjornalismo, em relação ao jornalismo impresso, se dava em virtude do entendimento que muitas empresas jornalísticas tinham, imaginando ser o jornalismo impresso gerador maior de recursos financeiros, o que, com o tempo, se foi verificando que tal interpretação deveria se tornar pretérita.

Como se percebeu que as tecnologias e o webjornalismo tinham potenciais econômicos significativos, empresas partem para o lançamento de produtos exclusivos para a Internet. Isso significava vida própria, sobretudo em função do potencial mercadológico do webjornalismo, principalmente diante de uma economia liberal, vivenciada pelo mundo globalizado.

É nesse contexto que surge a terceira geração do Webjornalismo. É o período de êxtase midiático, hipermidiático. De acordo com Santi (2009, p.186) a fusão que ocorreu em 1996, entre a empresa do meio da informática, Microsoft, e o grupo comunicacional NBC, exemplificam muito bem esse momento: www.msnbc.com talvez tenha sido o pioneiro site de jornalismo que não surgiu como decorrência da tradição e da experiência do jornalismo impresso. Somente a partir desse instante é que se percebe o uso dos cinco elementos citados nesta pesquisa, os que foram denominados como produto da multimídia, os que são conhecidos como convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória.

Houve, nesse outro momento, o da terceira geração, a inserção de produtos no jornalismo web, porém apenas explorados pelos potenciais das novas tecnologias. Surge a insurgência ao jornalismo impresso. Cabe lembrar que, nesse momento, os produtos também teriam fins especificamente jornalísticos. Foi nessa etapa que se explorou de forma macro os potenciais oferecidos pela web. Utilizaram recursos de multimídia, como sons e animações, enriquecedoras da narrativa jornalística, além dos recursos necessários para a introdução de uma interatividade maior, mais abrangente.

Segundo o que se notou, foi nesse momento que surgiram os chats, com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões. O webjornalismo passou a oferecer opções para a configuração do produto, de acordo com interesses pessoais de cada leitor, interagente, interlocutor, usuário. Mielniczuk

(2003, p.36), indica que passam a fazer a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos.

Foi o instante que a ruptura com o modelo impresso se tornou irreversível. Os produtos passaram a ter uma espécie de autonomia proporcionada pelo ciberculturismo, pela tecnologia ligada às redes mundiais. A internet deu aos produtos uma identidade diferente da forma de ser do jornalismo impresso. Foi dolorosa, mas a separação, o divórcio era iminente e necessário. O mundo queria o divórcio, sobretudo porque percebia o quanto as tecnologias da computação, da internet, do mundo webjornalístico, dariam mais êxito ao fazer jornalístico. Tudo isso indicava a terceira geração, ocorrida a partir de 1999. Cabe lembrar que foi essa a geração responsável pela introdução dos sistemas de gestão de conteúdos e utilização de banco de dados.

Todas as tecnologias trouxeram, formularam, criaram a ambiência apropriada, perfeita, para que se fizesse uma espécie de reengenharia do fazer jornalístico. Era o surgimento das experiências ciberjornalísticas, que se iniciou a partir do ano de 2004. Naquele instante, não era apenas a utilização de banco de dados, mas de banco de dados integrados. Os sistemas de produção de conteúdos e a incorporação do usuário passaram a ser interpretados e vivenciados como produtores de um jornalismo colaborativo, interativo, interconexo, convergente, global, uno, com a mesma cara nas diversas nações, com a semântica do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

O momento chamado de experiências ciberjornalísticas, iniciado em 2004, além do que já se afirmou no parágrafo anterior, ligado à quarta geração do Webjornalismo, passou a proporcionar significativos avanços na programação dos códigos de fonte, permitindo uma ainda maior interatividade entre o que se noticia e os interagentes, usuários, interlocutores.

Também é essencial lembrar que a quarta geração trouxe uma flexibilização maior, no que diz respeito às estruturas. Pode-se até afirmar que essa flexibilização maior é uma espécie de selo novo da quarta geração. É algo marcante, diferenciado, distinto, existente somente, de forma imanente, na quarta geração.

Santi (2009, p.187) indica que, com a chegada da quarta geração, ocorre a efetiva industrialização dos processos jornalísticos para a web que até então eram elaborados de forma intuitiva e artesanal. Isso implica em uma natureza mais tecnicista da estrutura onde se faz webjornalismo, já que o processo de automatização daquilo que se produz se tornou fato irreversível, o que, sem dúvida, resulta num impacto muito maior de participação dos usuários, maior beneficiado com o fenômeno tecnicista implantado pela quarta geração.

Parece que a quarta geração impôs a ausência, falta de limites, quanto à participação dos internautas, interagentes, usuários, consumidores. As tecnologias de mídia, extremamente avançadas, deram o suporte mais que necessário para as ilimitadas possibilidades de participação dos interlocutores, independentemente dos objetivos de cada um. Não existiria mais limitações, quer para os que exploram o webjornalismo de forma mercadológica ou os que visitam as páginas do webjornalismo com o desejo de apenas opinar a respeito de assuntos variados.

3.10 Webjornalismo Colaborativo

Enquanto o internauta foi bastante beneficiado pela automatização do que é produzido no webjornalismo, o profissional que labuta no ciberjornalismo sofreu danos bem intensos. O maior, sem dúvida, está ligado à distância entre a subjetividade necessária ao ato de produção e a forma de produtividade automatizada, insensível, objetiva, sem sentimento, robotizado, baseado na nova base de arquitetura da informação, tirando das mãos do profissional o controle de como se produz notícia e demais conteúdos ligados ao webjornalismo. Esse controle, agora, passa pela automatização, pelo banco de dados integrados, pelo chamado jornalismo colaborativo.

O jornalismo colaborativo, dentre as transformações ocorridas no jornalismo web, deve ser considerado um dos mais significantes. Afirma-se ser Jornalismo

Colaborativo, também conhecido como Jornalismo Cidadão, Jornalismo Democrático ou ainda Jornalismo de Rua. Tal conceito é de natureza incluyente, pois traz para o meio cidadãos comuns, sem formação acadêmica, com participação intensa na busca, na coleta dos elementos fundamentais para se fazer a reportagem, além de disseminar notícias, informações.

Tal fenômeno está inteiramente associado às ferramentas tecnológicas que estão sendo tratadas nesse capítulo. Acontecimentos como a popularização dos celulares, uso maior da internet, além de outras mais tecnologias, as chamadas NTICs (Novas tecnologias de informação e comunicação), impuseram a existência do jornalismo colaborativo.

Interessante é que as ferramentas tecnológicas, à disposição dos interagentes, tiveram a capacidade de fazer com que a informação chegasse mais rapidamente aos internautas, tornando-os instrumentos valiosos para o webjornalismo, retirando, como já se disse neste trabalho, o controle das mãos do profissional do jornalismo, no que diz respeito à forma de se produzir notícia, além de disseminá-la.

O profissional da web se tornou mais um. Pode-se afirmar que ocorreu um processo de massificação da construção do fazer jornalístico ligado ao mundo da internet, exigindo mecanismos tecnológicos eficientes, para a recepção de incontáveis informações direcionadas às redações do webjornalismo.

A realidade do jornalismo colaborativo se faz presente, quando se nota que portais do mundo inteiro compartilhando notícias, fotos, vídeos e até mesmo textos enviados pelos internautas. Inevitável é essa realidade, de forma globalizada, agindo de uma mesma forma, utilizando as mesmas ferramentas tecnológicas, de forma convergente, com a mesma proposta do *égua paidégua*, com infinitas léguas de tréguas.

Importante lembrar que uma outra, bem interessante metamorfose, gerada pelo jornalismo colaborativo está ligada ao campo da democratização da coleta, produção, edição e disseminação dos atos jornalísticos do espaço web. Até as grandes mídias já perceberam que, no mínimo, já há a obrigação de se ter um profissional que faz o filtro do que procede dos infinitos colaboradores do jornalismo colaborativo.

Interessante notar que o jornalismo colaborativo, que ganhou grande destaque em 2000, teve sua origem em noticiário sul-coreano chamado OhmyNews⁷. Foram abertas possibilidades de participação para pessoas que não tinham, na produção e divulgação de notícias. Isso fez surgir outros editoriais que seguiram a mesma linha, como foram os casos do CMI⁸, o Slashdot⁹, Overmundo¹⁰, e vários outros, de nações como o Japão, Israel, Estados Unidos, Canadá, Argentina, França, Grécia, além de outros.

Percebe-se, claramente, o fenômeno égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. A linha, como se acabou de afirmar é a mesma. Ásia, América Latina, Europa e demais continentes se abriram para o jornalismo colaborativo e com um padrão de natureza sinonímica, com o mesmo fazer jornalístico.

Os Portais ORM News e Diário Online também se deixaram envolver pelo jornalismo colaborativo. Há uma intensa relação entre redação desses portais e interagentes, como figuras que se tornaram bem-vindas, não só para participação de natureza diminuta, mas como pessoas que interferem no processo de levantamento, produção e disseminação daquilo que é inerente ao jornalismo web.

O Brasil também passou a apresentar indícios de consolidação, perpetuação do jornalismo colaborativo. A mídia de massa se tornou fato irreversível, numa dimensão bidirecional, já que se percebeu que não havia mais espaço para a retrógrada ideia de que o profissional das redações é o único a manipular o processo de coleta, produção e disseminação do fato, da notícia. Globo, R7, Uol, Terra, além de outros começaram a colocam suas tecnologias a serviço de todos aqueles que se apresentam como potenciais colaboradores e que se tornam compartilhadores de fatos a serem checados pelas redações.

As redações perceberam que, mais que participação, as pessoas precisavam ser encaradas como capazes de interferir num espaço em que, historicamente, foi

⁷ Agência de Notícias da Coréia do Sul que foi a primeira a aceitar publicações e edições de artigos feitas pelos seus leitores. Com um estilo aberto de reportar notícias, a OhMyNews carrega a frase "Cada cidadão é um repórter" como lema.

⁸ O Centro de Mídia Independente é uma rede internacional composta por produtores de conteúdo informativo preferencialmente de natureza política e social. O CMI se identifica como completamente independente de interesses do governo ou empresariais.

⁹ *Website* de notícias que possui a maior parte de seu conteúdo composto por artigos de notícias publicadas em outros sites. Seu principal atrativo é o espaço aberto para comentário dos leitores.

¹⁰ *Website* de conteúdo colaborativo sobre cultura brasileira.

restrito às figuras consideradas profissionais do webjornalismo. Embora impactante, necessário foi o processo de adaptação a essa nova realidade. A metamorfose foi imperativa, sem a mínima possibilidade de resistência. Era e é o caminho a seguir.

Cabe lembrar que tudo o que se está afirmando está ligado à convergência de mídias, supervalorizada pelas ininterruptas revoluções tecnológicas, onde um aparelho de celular, por exemplo, com acesso à Internet, passou a poder abrigar várias formas de captação de conteúdo. É nesse contexto que nasce o jornalismo cidadão. Isso fez com que inúmeras informações passassem a chegar nas redações web.

Embora extremamente aceitável, o jornalismo colaborativo não é de natureza autônoma. O crivo é necessário, o que não pressupõe censura, mas apenas uma espécie de seleção, análise, triagem do que chega às redações. Desmacular, linguisticamente, por exemplo, é necessário, já que o leitor precisa de uma textualidade acessível. Checar a intensa participação do público é necessário. Essa checagem trará à tona o que se conhece por conteúdo colaborativo, uma espécie de fazer jornalístico que fez passar por processo de purificação os milhares de informações enviadas pelos interlocutores do webjornalismo.

Diante de tudo o que já se explicitou, percebe-se que o jornalismo colaborativo, includente, assim como as redações do jornalismo voltado para a *web*, existem, necessariamente, numa espécie de diálogo com os mecanismos tecnológicos, responsáveis pela funcionalidade dessa inter-relação, interconexão, interação. Verificar como se dá a funcionalidade dos instrumentos tecnológicos será fundamental, para que se entenda o que cada um pode proporcionar ao webjornalismo, tornando a prática webjornalística ainda mais eficaz.

3.11 Intertextualidade, Multimídia, Interatividade, Personalização, Memória e Banco de Dados.

Como já se tratou do webjornalismo colaborativo, observar-se-á os demais elementos indicados como os responsáveis pela funcionalidade do jornalismo web. Haverá uma análise do que se chama de intertextualidade, multimídia, interatividade, personalização, memória e banco de dados. A relevância maior se dará à importância desses instrumentos, para que o webjornalismo tenha resultados exitosos. Além disso, também se observará as implicações, consequências da ausência desses elementos de funcionalidade.

O primeiro elemento a ser verificado e que faz parte das características do Webjornalismo é o que se chamará de hipertextualidade, compreendida, interpretada como a base que proporciona as relações entre o profissional jornalista e máquina e entre o leitor e o jornalista, possibilitando perfeito encadeamento das funções de multimídia e interatividade.

Nessas relações geradas pela hipertextualidade, que criada foi devido às novas tecnologias, utilizadas a partir de 1990, através do uso de Compact-Disc Read Only Memory, os chamados CD-ROM. Lévy (1999, p.55) chega a dar grande relevância ao surgimento dessas mídias, quando afirma que:

Independente do conteúdo das mídias, quem consulta um CD-ROM navega pelas informações, passa de uma página-tela ou de uma sequência animada para outra, indicando com um simples gesto os temas de interesse ou as linhas de leitura que deseja seguir. (LÉVY, 1999, p.55)

Foi Theodor H. Nelson que, lá pelos anos 60, fez uso, pela primeira vez, do vocábulo hipertexto, trazendo a semântica, a definição, o significado de um gênero

textual de natureza web, eletrônica. Ao tratar de hipertexto, Theodor H. Nelson, em primeira pessoa, diz:

Com hipertexto re, ro-me a uma escrita não sequencial, a um texto que se bifurca, que permite que o leitor eleja e leia melhor numa tela interativa. De acordo com a noção popular, trata-se de uma série de blocos de textos conectados entre si por nexos, que formam diferentes itinerários para o usuário (Landow apud Nelson, 1995, p.15)

Necessário é lembrar que o hipertexto nada mais é que um conjunto de textos. É a junção de fragmentos textuais que, para serem considerados de natureza hipertextual, precisam ter os nexos eletrônicos que os conectam entre si. Tudo isso forma uma única composição, se tornam um, inseparáveis, na perspectiva do híbrido, do água e óleo, com infinitas léguas de tréguas.

Na verdade, a hipertextualidade está um pouco além das conexões textuais que se tornam um, uno. Lévy (1999, p.56) explicita que os hiperdocumentos ou hipertextos são muito mais que isso, pois também interagem com a imagem, assim como com os sons. Diz o autor citado que esses hipertextos podem até ser identificados em ambiências, geografias distintas das que estão ligadas ao mundo das tecnologias da informação. As bibliotecas até são lembradas por ele, como exemplo de hipertextos fora do ambiente *web*, o que, cabe lembrar, não é objeto de análise.

Na perspectiva ainda da hipertextualidade, a que ocorre na ambiência *web*, Landow (1995, p.53) proporciona uma ideia ainda mais interessante, macro, maximizadora do sentido do vocábulo em análise. Diz o autor que a hipertextualidade precisa ser avaliada a partir de cinco elementos que a caracterizam: intertextualidade, multivocalidade, descentralização, rizoma e intratextualidade.

Para a intertextualidade na dimensão que se está analisando, o link, recurso da geografia do webjornalismo, seria o instrumento a ser utilizado. Seria o agente de referências feitas a outros textos, fazendo com que sejam realizadas as vinculações entre os blocos de textos. Intertextualizar seria fazer as analogias necessárias entre os textos que se fazem interconexos, no que diz respeito ao objeto de análise que tratam. É uma espécie de interseção textual. É um consultar a mais variada textualidade que trata de um mesmo assunto, sobretudo para implantar a ideia de coesão do pensamento que deve prevalecer, quando certo assunto está sendo exposto no espaço webjornalístico. Trata-se de uma comparação entre os mais diversos textos que tratam de um mesmo objeto e que chegam às redações. Esse agir jornalístico implica numa dinâmica que faz os textos interagirem, levando à produção de um texto que resulta dessa interação.

Um outro aspecto caracterizador da hipertextualidade, a multivocalidade, deve ser associada à ideia de polifonia de Bakhtin (1981), que indica a razoabilidade de coexistência de diversas vozes na narrativa literária, aqui ligada ao webjornalismo. Isso significa que, no contexto da hipertextualidade, a multivocalidade caminha para a ideia de que a existência de uma única voz já não faz sentido. O que se deseja é que a experiência interativa se perpetualize, sempre levando em consideração as várias vozes, os vários entendimentos, não numa dimensão bifurcadora, mas híbrida, na perspectiva do *égua paidégua*, com infinitas léguas de tréguas.

Quanto à descentralização, nota-se um antagonismo em relação aos textos impressos, já que estes indicam uma linha de leitura, uma dinâmica de leitura a ser seguida. Na descentralização, característica do hipertexto, há blocos de textos interconectados sem, no entanto, assumir postura centralizadora, como no caso impresso. Aqui, os textos estão em constante movimento, não numa dimensão hierárquica absoluta, mas relativa. Quem vai determinar o centro da dinâmica da leitura são os interagentes, interlocutores. O que para o interagente é centro da leitura, hoje, não será amanhã. Percebe-se um ato de descentralização e centralização ininterruptos. Pode-se afirmar que o centro é transitório.

O Rizoma, outro elemento da hipertextualidade, deve ser entendido como uma ideia desenvolvida por Deleuze & Guatarri (1997), na obra *Mil Platôs*. Os escritores utilizam, de forma metafórica, um tipo de vegetação aquática, que se

desenvolve na superfície da água, que não possui tronco ou caule. É uma vegetação inteiramente ramificada.

De acordo com Landow (1997), o rizoma é contradizente aos valores que impõem o que se chama de hierarquia, já que, de forma contraditória à estrutura de qualquer outra árvore, um rizoma, em tese, pode se conectar com qualquer ponto a qualquer outro ponto, oferecendo muitos começos e muitos , ns. Novamente se percebe a interconexão com todos os pontos, com a dimensão do todo, da totalidade que se torna uma, bem voltada para o processo de hibridização, o mesmo que lembra o conceito do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Em relação ao campo da intratextualidade, a melhor forma de absorvê-la está no entendimento de Mielniczuk & Palácios (2001, p.4), quando afirmam que intertextualidade se relaciona às ligações internas entre léxias dentro do mesmo sistema ou site. É um olhar metalinguístico do texto produzido. É um agir jornalístico que coloca em estado laboratorial o próprio texto em produção. Nesse caso, não se busca, como no caso da intertextualidade, textos de fora, outros textos, mas apenas, somente se faz interferência ao texto que está ali, diante dos olhos de quem o produz.

Cabe esclarecer que, nesse instante, o da intratextualidade, o texto jornalístico, mesmo construído como produto de coleta de vários textos, informações sobre um tema específico, linear, de forma hierarquizada e que leva em consideração a veracidade dos fatos e os valores da notícia, a prioridade é assumir um olhar para o texto iminente que, por ser hipertextualidade, está sempre em processo de formação e transformação.

Interessante é que, na perspectiva da hipertextualidade, o interlocutor, o internauta assume posição que vai além da coautoria, utilizando, é claro, os novos recursos tecnológicos, sobretudo com os potenciais advindos do que é necessário para se ter domínio do uso de links. Não é mais simplesmente fazer um tour na rede, mas ser um ser que participa da estruturação do que se tem nessa mesma rede. Sua capacidade, a do internauta, estará ligada, não somente à seleção que fará dos links, mas também da criação de outros links.

Com a criação de novos links e com os links que produziram a criação desses outros links, haverá um agir além do poder de modificar links, mas acrescentar a eles novos textos, imagens e sons, além de conectar um hiperdocumento a outro, fazendo desses um único documento, indivisível, revestido de hibridismo, de água paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Outro aspecto da hipertextualidade é o que se chama de multimídia, que nada mais é que um jornalismo web que se utiliza dos recursos sonoros, vídeo e imagens. De acordo com Lévy (1999, p.63), o termo multimídia signi, ca, em princípio, aquilo que emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação. Esse mesmo autor, porém, afirma que a terminologia assumiu semânticas equivocadas, quando passou a ser entendida e aplicada como multimodalidade e a integração digital.

Lévy (1999, p.63-65) afirma que quando uma informação se faz realidade através de vários suportes, como textos, imagens e áudio, o que se tem está ligado ao multimodal, já que alcança mais de um dos sentidos humanos. Visão, audição, tato, por exemplo, são visitados. Além disso, o vocábulo que aqui se está verificando, o que se está chamando de multimídia, lembra o movimento geral de digitalização que deve ser pensado, interpretado, entendido como as diferentes mídias.

Evidentemente, diante do que se acabou de verificar, o melhor caminho é o que faz a afirmação de multimídia nada mais é que a utilização de mídias distintas, com a intenção de fazer uma espécie de promoção, supervalorização do que se está informando. Significa, por exemplo, fazer de desenhos animados, jogos de vídeo game, utensílios de toda a natureza, para que se gere, produza o que se deseja produzir. Importante lembrar que são distintas mídias que se tornam um. É a mesclagem, a mistura, o híbrido, o água paidégua, com infinitas léguas de tréguas. É fazer de vários apenas um, indivisível, incapaz de ser dissolvido.

Impressiona qualquer um o quanto é híbrida a definição de multimídia que até é interpretada como unimídia, pois esse último termo dá de forma bem mais evidente, o significado da funcionalidade multimidiática. Não se pode evitar que existe o processo de convergência de mídias distintas, separadas, mas direcionadas

a uma rede digital integrada. Já não se pode mais afirmar que estamos diante de suportes, canais diferentes, variados. O que se tem que entender é que se está diante de uma interconexão, integração. Isso é hibridização do tipo sangue puro. É, sem nenhuma sombra de dúvidas, o fenómeno égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

No agir jornalístico da web, a inserção de elementos que não são textos, impõe uma metamorfose significativa. O profissional do webjornalismo assume uma condição de gerador de conteúdos multimidiáticos exclusivos do espaço, da geografia da internet.

Por sua vez, de acordo com Dreves (s/d, p.5), o indivíduo que utiliza o serviço passa a ser interpretado como mais que um leitor. Não se tem mais a ideia de telespectador, simples leitor, ouvinte, passivo, pois o webjornalismo necessita da integração, de um interagir multimidiático, levando o interagente à firme convicção de não é apenas mais um, porém um agente. Isso significa que temos, ao mesmo tempo, o espectador e o produtor do que se expõe no espaço webjornalístico. É um fazer jornalístico que interage, que interconecta emissores e receptores.

Estamos, agora, diante da maior obra causada, produzida pela internet. É o momento de se falar de interatividade que, na verdade, é um objeto quem vem sendo tratado, de forma intensa nesta pesquisa. Para Recuero (2009):

Rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. (RECUERO, 2009, p.25)

O conceito de Recuero (2009), mais uma vez traz a impossibilidade de não ser híbrido, quando se trata de webjornalismo, já que, para a autora, os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem o grupo. Impossível não falar em interconexões, em um produzido por vários. Isso

implica em afirmar que o égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas é previsto pelo conceito de Recuero (2009).

Outro aspecto interessante, além do que se verificou no parágrafo anterior, é que a indústria da informática não é a mãe da interatividade, mas a aperfeiçoadora desta. Não se pode negar que interatividade já havia, nas mídias tradicionais, porém de forma bastante diminuta, se comparada à interatividade que se percebe no webjornalismo de nossa contemporaneidade.

Nas mídias tradicionais já se percebia relação de interatividade. Cartas de leitores eram publicadas por jornais impressos. Músicas são pedidas, até hoje, em programas de televisão e rádio. O diferencial de nossos dias está ligado ao grau de participação, à intensidade da interação, à velocidade da interação e, acima de tudo, hoje, interagir é bem mais que relação de passividade entre internauta e redações do webjornalismo. Nesse instante, o internauta é agente, coautor, produtor e disseminador do que se produz no jornalismo web.

Percebe-se, diante do que se acabou de afirmar, que mudou o *modus operandis* da interatividade e os efeitos resultantes desse novo modelo de ação na geografia do webjornalismo. O fazer jornalístico, na perspectiva da interatividade via web, tem elementos inerentes, únicos, identificadores de uma prática jornalística que transforma o ser que interage que, de coadjuvante, passou a ser protagonista.

Mesmo que já se tenha afirmado que interatividade esteja ligado às mídias tradicionais, Primo (2009) entende que existe a possibilidade de se dizer que Apesar da relação com as mídias tradicionais, é possível afirmar que a interação é um dos conceitos básicos, no sentido de suporte, coluna do que chamamos de comunicação mediada por computador+(PRIMO, 2009, p.21).

Para não ser prolixo, melhor é tratar, de forma objetiva, das formas de interação, uma de natureza menos complexa, ainda que exija recursos tecnológicos e a outra com complexidade maior.

As que estão ligadas às interações mais simples, possibilitadoras de *feedback*, de forma automática. Nesse caso os componentes envolvidos são bem

menores. São, por exemplo, intercâmbios entre dois bancos de dados, o que é bem utilizado numa pesquisa feita por um estudante, ao buscar sites do tipo *Bing*¹¹.

Ainda no campo da interatividade de natureza mais simples, pode-se afirmar que um outro exemplo se encontra em intercâmbios em que pouca coisa está, anteriormente definida. Podem ser exemplos os bate-papos no, *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp*¹² e as relações mercadológicas realizadas por esses meios ou outros meios, como o Skype.

Todos os caminhos expostos, no parágrafo anterior, são produto da criação dos próprios interagentes, interlocutores. Nada se definiu a respeito dos resultados dessas interações. Isso será construído, a medida em que as discussões, interações vão crescendo. É possível afirmar que os interagentes tinham certos objetivos, mas o que será construído nessas dinâmicas interacionais, nem por revelação divina pode ser identificado. É algo de momento, que se faz realizar no instante das interações.

Não há como deixar de lembrar que, a interatividade que se está trabalhando, é bastante diferente da mais comum, a do software, a mesma que precisa de pré-determinação, para que tenham uma funcionalidade que alcance os objetos de determinados projetos.

O segundo processo de interatividade, de natureza mais complexa, já não é futuro. É presente, agindo como um verdadeiro presente aos internautas. Sua base está ligada a uma interação mútua, com ilimitadas participações e intenções, com a presença de bancos de dados de toda a natureza e com uma velocidade estonteante, de resultados imediatos. Aqui, o termo ilimitado é o que representa muito bem a interação segunda, mais dependente de recursos tecnológicos bem mais significativos e agindo de forma convergente, com o cheiro do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

A interação, nessa perspectiva última, que é parte do presente e sempre aberta para as evoluções e revoluções tecnológicas futuras, proporciona atualizações ininterruptas. Não se fala mais em fonte primária de informação apenas

¹¹ Motor de pesquisa desenvolvido pela empresa de informática Microsoft.

¹² Aplicativo multiplataforma para compartilhamento de mensagens instantâneas e chamadas de voz.

no site em que se navega. *Links* variados são colocados à disposição do internauta para que, através de um clique, aprofunde temáticas diversas, com um grau de instantaneidade e eficiência que beira a estupidez, termo aqui utilizado para apenas indicar a proporção absurda de perspectivas exitosas no webjornalismo de nossos dias. O uso multimidiático é fato constante, com recursos inimagináveis. A consulta, coleta de informações, se dá num plano multidirecional e ao mesmo tempo, numa busca alucinante pelo imediatismo da notícia, pelo ineditismo da informação.

Outro elemento que indica as metamorfoses causadas, geradas, produzidas pelos recursos tecnológicos, tem a nomenclatura de personalização. Isso significa que as plataformas buscam o reconhecimento de si mesmas. Com o primeiro acesso, o usuário obtém a informação que procura e reconhece o site como plataforma ou tela *smart*. As plataformas *smart*, inteligentes, pensando no que o usuário, no primeiro acesso deste, se utiliza das informações disponibilizadas pelos interlocutores. Cabe lembrar que também que fazem uso das informações armazenadas, por exemplo, os *cookies*, os registros que ficam no cachê do computador de cada usuário, levando este à informação desejada por ele, mas também com o desejo de persuadi-lo, envolvê-lo com as informações certas.

A personalização trouxe um potencial de informações sem tamanho, grandiosíssimo, exacerbado, ilimitado. Conteúdos inúmeros passaram a ser armazenados, porém não mais com a singela intenção de simplesmente armazenar, depositar, arquivar, mas dar a toda essa dinâmica do armazenamento de conteúdos a possibilidade de atualização a todo instante, sem pausa, sem descanso, constantemente, vinte e quatro horas por dia.

Necessário é lembrar que a atualização ininterrupta a que nos referimos, tem caráter individualizado, leva em consideração as especificidades do histórico armazenado pelo internauta. O sistema, a plataforma *smart*, inteligente opera de forma diferenciada. Age conforme as preferências de navegação de cada internauta. Admirável saber, por exemplo, que, cada um de nós, ao entrarmos em certas plataformas, sem solicitação nossa, notamos que nos é oferecido conteúdo que anteriormente verificamos.

Não se deve imaginar que a personalização não seja praticada em mídias tradicionais. No jornalismo impresso, por exemplo, observa-se os cadernos especiais direcionados a um público específico. Nas rádios e televisões, temos programações diferenciadas e direcionadas a públicos específicos. Isso também é personalização. Não há como negar.

A diferença da personificação, ocorrida no webjornalismo, está no ser que se deseja alcançar. No jornalismo tradicional se busca alcançar um público alvo, já na ambiência da internet, do webjornalismo, deseja-se apenas o indivíduo, cada indivíduo e suas peculiaridades. Isso implica em afirmar que o agir jornalístico praticado na web precisa exigir de si mesmo uma atitude que metamorfoseie os meios de comunicação em massa para uma mídia de massa individual.

O que produz essa possibilidade é o que se chama de avanços tecnológicos. Sonhado nos anos 90, hoje, o meio digital levou-nos à possibilidade de sermos ouvidos individualmente, afastando-nos, libertando-nos, como diz Pellanda (2007, p.3), da tirania de mídia de massa, nos possibilitando consumir somente o que acharmos pessoalmente interessante, o que produziu a ideia de personalização de conteúdos.

Ao se poder selecionar o que se vai consumir, se inseriu, na rede, na web, uma espécie de colaboração, não somente via rede, mas em rede, além da escrita coletiva, segundo Lévy (1999). Isso trouxe o que Gillmor (2004), indica ser a liquefação da fronteira entre emissão e recepção, proporcionando duas vias em um ambiente rizomático. Mais uma vez, agora com o termo liquefação, se traz a percepção do híbrido, do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Chegou-se à usabilidade, que nada mais é que, tornar fácil, a navegação. É fazer com que os interagentes do webjornalismo perceba, de forma extremamente clara, o produto apresentado pela plataforma webjornalística. Para se perceber usabilidade, mister é que se tenha e, ciência, aprendizagem, ' exibibilidade e atitude do utilizador.

Nielsen (1993; 1995) afirma que cinco parâmetros, entendidos como aceitáveis, têm a capacidade de trazer a ideia correta de usabilidade. Sem esses

cinco parâmetros, na perspectiva de Nielsen (1993; 1995), não há nem como iniciar a discussão a respeito de usabilidade.

Em primeiro lugar, usabilidade está ligada à fácil absorção do produto webjornalístico, o que inclui a forma de interação com o sistema, com os recursos da plataforma do jornal web. Isso significa saber lidar com a funcionalidade dos botões, com as opções de navegação. A usabilidade, aqui, pode ser sinônimo de facilitadora, no que diz respeito ao uso das ferramentas existentes em certas plataformas. Pode-se também afirmar que, nesse instante da usabilidade, tem-se o que se chama de aprendizagem. É aprender a interagir com as ferramentas que dão funcionalidade ao espaço onde se está fazendo webjornalismo.

O segundo elemento da usabilidade, a eficiência, é posterior à aprendizagem. Pode-se interpretar como habilidades, competências adquiridas do primeiro momento, já denominado de instante de compreensão, aprendizagem. Essa eficiência implica em afirmar que a aprendizagem foi exitosa, levando o internauta aos terceiro, quarto e quinto momentos indicadores da usabilidade.

A eficiência leva ao terceiro momento da usabilidade, chamado de fácil de lembrar, porque a natureza eficiente implica em não esquecer o que aprendeu, ainda que volte a utilizar as ferramentas de uma página, uma vez ou outra. Neste caso, isso nos indica que não haverá a necessidade de aprender de novo, até porque a aprendizagem foi eficiente, impregnando nos internautas saberes ligados à funcionalidade de plataformas um dia visitadas.

Assim como ao terceiro momento, a eficiência levará o usuário ao quarto momento da usabilidade. É o instante em que se pode até afirmar que a eficiência inibe a possibilidade de muitos erros, em virtude do êxito do *modus operandi* pedagógico da plataforma visitada.

O domínio das ferramentas, também produto da natureza eficiente do *modus operandi* pedagógico de certa plataforma, é o quinto momento aqui tratado. O domínio das ferramentas se torna fato nesse momento, levando o internauta a uma interação orgásmica com o sistema. A navegação se torna prazerosa, agradável. Torna-se até difícil a não ser persuadido a voltar a visitar tal plataforma.

Ainda no campo da usabilidade, interessante lembrar que Smith & Mayes (1996), indicam que a usabilidade se faz presente através das características denominadas de facilidade de aprendizagem, facilidade de utilização e satisfação no uso do sistema pelo utilizador. Parece que, embora apenas três aspectos, em vez das cinco, tratadas anteriormente, não há como diminuir o grau de aproximação, de sinonimidade entre as concepções de Nielsen (1993; 1995), Mayes & Smith (1996).

Para se ter ideia do quanto se torna fascinante o fenômeno da usabilidade, após o *modus operandi* pedagógico exitoso das plataformas webjornalísticas, o internauta, senhor todo poderoso diante das ferramentas, passa a ter habilidades que os leva à possibilidade de alteração das cores da página e tamanho das fontes, como também a seleção de editorias de interesse do usuário, que aparecem em destaque sempre que o site é acessado. Além de tudo isso, é possível acessar uma barra de rolagem lateral, seguindo até o , nal da página, junto ao mapa do site, e encontrar uma aba para customização da página, onde o usuário pode escolher aplicativos como música, tempo e canais de TV. Aqui, o internauta passa a ser alguém que fará parte da composição da *Homepage*. Até se tornou possível escolher a cor temática da página.

Esse interagir das plataformas com os internautas, que também lembra o que se chama de personificação, já que se individualiza o atendimento, tem um efeito tão prazeroso na vida do interlocutor, do internauta, que esse assume uma postura de fidelização, sem que da empresa jornalística haja essa exigência. É fidelidade sem força contratual, mas por espontaneidade. É produto de vontade do interlocutor. Não há imposição. O que passa a ocorrer é um desejo incontrolável de estar, ficar, viver na plataforma que, como já se disse, assume um *modus operandi* pedagógico exitoso.

Um outro elemento gerador de mudanças significativas no webjornalismo foi o que se denomina de memória, sobretudo em virtude das vantagens trazidas pela Internet. Memória significa arquivar documentos, destruindo, de uma vez por todas, as limitações do espaço físico. Também é impactante no aspecto econômico e ambiental, já que o que é arquivado passa por uma constante reconsulta, reaproveitamento e isso a qualquer tempo. O próprio tempo não pode mais apagar o que é armazenado, a não ser por vontade do próprio usuário. Em muitas vezes, nem

isso é possível, já que as informações são preservadas pela própria máquina, ainda que deletados pelos usuários.

A Memória, de acordo com Palácios (2002, p.7) no Jornalismo na Web, pode passar por processo de recuperação, sobretudo por duas figuras protagonistas, a do produtor e a do que está fazendo uso de arquivos online, através de instrumentos de busca, os chamados *search engines*, permitindo uma infinidade de cruzamentos de palavras chaves e datas, conhecidos como indexação. E isso sem nenhuma limitação de espaços, numa velocidade estonteante e com uma intensa e desmedida participação do usuário.

Não se pode deixar de lembrar que tudo o que se acabou de dizer, ainda é somado pelas interferências híbridas do que temos chamado de hipertextualidade, o que se tem entendido como o conjunto de textos que se tornaram um, com o jeito égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. Apenas para dar ainda mais a ideia do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, Palácios (2002) afirma que todos esses elementos citados se tornam realidade, no espaço webjornalístico, de forma cumulativa, conjunta, numa interação indissolúvel, com graus intensos de inseparabilidade.

Como já acontecia com a hipertextualidade, multimidialidade, interatividade e personalização, a memória também foi e é produto midiático tradicional. Apenas recebeu adaptações para o webjornalismo. O que houve foi um processo de transição do jornalismo tradicional para o mundo webjornalístico.

O banco de dados é um outro significativo elemento produzido pelas novas tecnologias, pelos avanços dos instrumentos utilizados via internet. Porém, não se pode indicar que é algo novo. Em 1970, como se sabe, era utilizado, mas apenas por profissionais do jornalismo. Servia, evidentemente, para armazenar informações, além de servir para conferência dos dados ali armazenados, assim como para a contextualização e qualidade das reportagens.

No caso do jornalismo para a *web*, o elemento diferenciador, que se torna realidade a partir da década de 90, numa espécie de vaticínio da convergência eletrônica que surgiria da internet, está na intensa utilização dos bancos de dados.

Tudo isso, cabe lembrar, produto de desenvolvimento da *Computer Assisted Reporting*.

Koch (1991), chega a afirmar que as bases de dados de informação online trariam os benefícios da revolução da imprensa do século XVIII para o jornalismo do século XXI justamente pelo impacto e o nível de mudança que trariam.

Embora seja uma ferramenta de dimensão grandiosa, para se fazer realidade no webjornalismo, precisou de adaptações, tratamentos adequados. Segundo Barbosa (2005, p.3), o BD passa por um processo de *remediation*:

A Internet, por sua vez, remedia todos os meios, melhorando-os em muitos aspectos e acrescentando recursos novos, enquanto a web, especialmente, tem uma natureza remediadora, operando de modo híbrido e inclusivo (Bolter & Grusin, 2000, p. 198). As bases de dados, mesmo não sendo um meio de comunicação, um espaço visual, social ou urbano, são remediadas, melhoradas, pelo fato de que a Internet vai garantir novas técnicas e linguagens para a sua construção e aplicação (Sousa, 2002), de um lado, como sofrerão remediações, ganhando novas funcionalidades de acordo com os usos e apropriações no Webjornalismo. Portanto, *remediation* se mostra um conceito apropriado, pois nos permite perceber a ampliação do significado de bases de dados, compreendendo a sua concepção tanto como forma cultural simbólica na contemporaneidade (Manovich, 2001), quanto como a de formato no jornalismo digital (MACHADO, 2004a).

Novamente se vê, na forma de tratar o significado de *remediation*, a ideia do híbrido, do inclusivo, já que, como disse o autor, não se pode mais adaptar-se ao webjornalismo, sem ser, necessariamente, um profissional que percebeu que o movimento de inclusão do todo, formando um outro uno, indissolúvel, é regra, se tornou fundamento pétreo, com a mesma concepção do égua, paidéguas, com infinitas léguas de tréguas.

Ao se aplicar ao Webjornalismo, o uso de banco de dados implica em metamorfoses no agir jornalístico realizado na Internet, além das modificações no

sistema de obtenção e produção de informações, assim como na difusão das mesmas.

Ao exaurir o objeto de análise banco de dados, nesta pesquisa, cabe também lembrar que as bases de dados definem a estrutura e a organização das informações, assim como a forma de ser apresentado. A própria notícia, quando no banco de dados, precisam ser classificadas, atualizadas e, quando necessário, recuperá-las, o que não é tão simples, já que precisarão ser tratadas de forma diferente, com recursos tecnológicos da própria ambiência do webjornalismo. Necessário será, por exemplo, o entendimento de natureza técnica ligado ao significado do que é resolução semântica, metadados, relato imersivo ou narrativa multimídia, e jornalismo participativo.

O que se deve entender deste parágrafo último é que fazer webjornalismo implica em conhecimento técnico, aqueles ligados às transformações tratadas nesse capítulo. Transformações que não se esgotam e que não estão delimitadas, geograficamente, já que se está diante de um fenômeno intercontinental, globalizado, híbrido, como o mesmo sabor, com o cheiro de água, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

CAP. IV É AS FRONTEIRAS DE LINGUAGEM DO WEBJORNALISMO HÍBRIDO

A análise do que se chama fronteira, como já se sabe, não possui ineditismo nem é considerado um agir cheio de originalidade. Na verdade, ao se falar de fronteira, percebe-se que é um termo ligado a todos os campos do saber. Geografia, História, Ciências Sociais, Matemática, Medicina, direito e demais áreas tratam das fronteiras ligadas a cada área que acabamos de citar. Todos se doam à análise das fronteiras, alcançadas ou superadas pelas diversas áreas. Tornou-se uma ocupação natural e até necessária, essencial, não periférica.

As geografias dos saberes apresentam, hoje, suas próprias fronteiras, o que nos faz buscar o entendimento de que se necessita de uma análise de natureza específica. Fundamental é que se examine as fronteiras de um saber, de uma área específica. No caso da pesquisa explicitada neste trabalho, o que se verificará está ligado ao campo das fronteiras midiáticas voltadas para o exame, estudo do webjornalismo híbrido, o mesmo que é sinônimo de chibernético, de égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Repete-se nessa pesquisa o entendimento de uma redação webjornalística construída numa perspectiva da interseção, da interpenetração, do conluio, do acordo, do uno, da inseparabilidade, da coesão, da hibridização. Não se fez, inclusive, nenhum esforço para trabalhar a pretérita ideia de um webjornalismo que busca tratar, de forma paralela, o que se tem no tempo presente. Facilmente se percebe a prevalescência do imaginário híbrido, imposto pela cultura do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Com o híbrido aparecendo de forma exacerbada, surge um problema a ser dissolvido, já que fronteiras, de acordo com a etimologia do termo, impõe limites, restrições. Isso se entende na perspectiva pretérita do vocábulo. Semântica dessa natureza, por imperativo pós-contemporâneo, passou por metamorfoses significativas. O que mais se passou a trabalhar parece indicar a possibilidade de estabelecimento de muros que inibiriam a concepção pretérita de fronteira. Com a ponte, não haveria mais fronteiras. A desterritorialização se faria presente e o

conceito passado de fronteira cairia por terra, ratificando o óbvio, a hibridização, o égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Já não existem, como já se afirmou, um rio divisor de águas. Estende-se o rio, pois as águas são as mesmas, do Oriente ao Ocidente. Não se estabelece mais a divisão. Os limites se tornaram ilimitados e ilimitáveis. Os regionalismos passaram a interagir e se tornaram uma mesma criatura, transbordando hibridização, abraçando o égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. A ruptura com a limitofobia é irreversível. Não há mais como impedir a intransitoriedade do híbrido webjornalístico, sem fronteiras, limites, sem a mínima cerimônia para afirmar que há uma espécie de neoliberalismo webjornalístico, um fenômeno globalizado, com a face do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Pode-se afirmar que a dimensão semântica literal de fronteiras perdeu sua força. Devemos até assumir, sem irreversibilidade possível, que venceu a batalha dos que assumem a interpretação de fronteiras sem limites e ilimitáveis. O mercado já entendeu isso, com o neoliberalismo globalizado, híbrido.

No webjornalismo, principalmente com as perspectivas trazidas pelos recursos tecnológicos, atomiza-se, ainda mais intensamente, os obstáculos, os muros, as fronteiras, as divisões, a impressão falsa de um mecanismo diferenciador, sem as marcas das regionalidades híbridas, casadas, sem a possibilidade de divórcio, numa interatividade absoluta, sem relativismo. É isso mesmo. É a absolutização do híbrido, da desterritorialização, do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

No que diz respeito ao webjornalismo, as especificidades de cada lugar, de acordo com a pesquisa, podem avançar, ultrapassar as demarcações territoriais e podem exercer e sofrer influência. O exercício das influências implicará no fazer híbrido, desterritorializado. Na troca, as especificidades interagem, de tal maneira, que se identificarão como uma, num contexto global de inseparabilidade, na dimensão do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Interessante lembrar que, no fenômeno égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, não há, em hipótese alguma, o desejo de assumir uma postura excludente dos chamados regionalismos jornalísticos. Ao contrário, já que o

encontro gerador de hibridização, necessariamente, implica na afirmação da presença de diversidades regionais, mas que se tornaram um, inseparáveis, uníssonos e sem nenhuma hipótese de que isso deixe de ser pétreo. Pode-se até assumir o entendimento de que a insurgência contra o isolacionismo do regionalismo, visão pretérita do webjornalismo, se tornou irretratável, irrevogável.

No caminho do *online*, do webjornalismo, do fazer jornalísticos, os instrumentos se sinonimizam cada vez mais. A produção do jornalismo web se faz através de fontes em que os sujeitos produtores de notícia também fazem parte do espaço de fora das redações. Isso se dá, por exemplo, com o crescimento exacerbado de *blogs*, por exemplo. Isso também é perceptível nas ações expostas pelos verbos *twittar*, *whatsappear*. Os portais de notícias, sem nenhuma exceção, investem na ideia de se olhar para o que esses mecanismos informam. Os ouvidos do webjornalismo estão incessantemente atentos ao que dizem os interagentes. Não é um fenômeno regional. Está em todo canto, desde os espaços mais simplistas até os mais desenvolvidos.

Não é nenhum equívoco afirmar que, assim como nos demais continentes, a América Latina, sempre foi visitada por fenômenos geradores de hibridização, inclusive na própria formação sócio-política, o que foi fundamental para que outras áreas, o que inclui o webjornalismo, internalizassem a cultura do híbrido, do *égua paidé*, com infinitas léguas de tréguas. Canclini (1998) afirma que:

Na América Latina, por sua vez, a abrupta interpenetração e coexistência de culturas estrangeiras e dissímiles gerou processos de mesclagem que, em diferentes momentos do século XX, serão chamados de ocidentalização, aculturação, transculturação, heterogeneidade cultural, globalização e hibridismo. Tais terminologias desenvolveram-se no afã de designar os novos processos e produtos resultantes das ordens simbólicas, que, desde o final do século XV, concorreram para a formação dos países latino-americanos.

O choque da conquista desencadeou a justaposição conflitiva de conquistadores e conquistados, cujas diferenciações culturais irão desembocar tanto em ajustes ou negociações quanto na sujeição do outro. (CANCLINI, 1998, p.24)

A diferença da semântica proporcionada por Canclini (1998) é que, em nossa contemporaneidade, o híbrido tem um grau de aceitabilidade bem maior. Os enfrentamentos foram diluídos, em função de que o espírito da desterritorialidade, da hibridização, do *égua paidéguua*, com infinitas léguas de tréguas, não tem forte resistência, mas clara absorção por parte de quem faz webjornalismo. É cultura fazer webjornalismo nessa dimensão. Tem a ver com a própria sobrevivência dos que estão ligados às redações web.

É fundamental lembrar que não é à toa que se quer e se percebe a necessidade de um webjornalismo híbrido. Deseja-se um webjornalismo híbrido, sobretudo em função da eficácia que lhe é inerente. Nota-se que webjornalismo eficiente deve ser hibridizado, porque possui uma capacidade inigualável de representar as interações sociais, os vínculos do que, preteritamente, eram dissociáveis. O registro das interconexões sociais, culturais e demais inter-relações, sabe o bom webjornalista, implica em resultados significativos, na relação com os que interagem com as redações.

Baseado no que se tem afirmado, o webjornalismo moderno não pode se negar o direito de ser híbrido, de buscar a ruptura com os limites, com os muros. Vê-se a necessidade de atomizar os limites fronteiriços. Na verdade, o webjornalismo híbrido, *égua paidéguua*, com infinitas léguas de tréguas, não entende a razão de se pensar na possibilidade de resistências de uma visão bipolar, que já não tem como insistir em ter a espúria imaginação de que são dois aquilo que já foi submetido à não polarização.

O webjornalismo polarizado deve ser considerado um desserviço, já que sua possível existência implica em não funcionalidade dos espaços webjornalísticos. Nesse espaço, como se sabe, temos dispositivos móveis, editores, repórteres, agências de notícias, indústrias culturais, empresas publicitárias, distribuidores, além de outros. Os necessariamente ligados às redações *web* necessitam, evidentemente de interação entre eles mesmos, de uma mesma linguagem ou de um desejo que intente, através de interação entre profissionais, um objetivo a alcançar. Polarizar esse espaço, essa geografia, seria um erro que traria incalculáveis prejuízos. Impõe-se, como se vê, um mesmo agir dentro do webjornalismo, totalmente ausente de

polarização, necessariamente híbrido, interagente, com o cheiro de égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Isolados, os profissionais do webjornalismo, não trariam uma dimensão interessante de produção de tudo o que se tem que produzir nas redações web. Os atores, tanto humanos, como os não humanos, precisam de uma troca incessante, de uma interconexão de vinte e quatro horas, se é que desejam ser exitosos em suas práticas.

O paradigma da desconstrução da visão que impõe limites, fronteiras, também se tornou necessário, não por apenas trabalhar as questões ligadas à convergência dos instrumentos tecnológicos que, num único aparelho, por exemplo, possui funções das mais diferentes, mas também porque impõe realidades sociais a serem vivenciadas. Jenkins (2009, p. 29-30) afirma que %convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos+. O autor também coloca essa mesma convergência como %uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos+.

Notável é perceber que ser híbrido, convergente, não facilita apenas porque se coloca diversas funções num só aparelho, mas porque isso implica em acessibilidade maior e, no caso de um celular, por exemplo, não só o acesso, mas a facilidade de acesso, além de, com essa facilidade, informar muito mais. Informação que, como qualquer ser sabe, tem a possibilidade de gerar transformações do ser e das interações sociais que ele passa a ter que, como se sabe, passam a ser muito mais intensas e edificantes.

Na interpretação de Jenkins (2009), as fronteiras do webjornalismo estão muito além das redações. Resulta em mutações sociais. Cabe lembrar que não existe, na perspectiva do autor que se acabou de citar, webjornalismo que se prende aos seus próprios espaços, às suas fronteiras. O escritor impõe saberes que vão trazer um webjornalismo imanente, criador de comportamentos, tão híbridos quanto os já existentes nos recursos tecnológicos, convergentes na dimensão em que se molda uma sociedade que passa a ser estimulada a pensamentos comuns, mesmo

que em distantes geografias, passando a aceitar princípios ligados ao sentimento do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Marshall McLuhan (1964), ao realizar uma exaustiva análise dos meios de comunicação de massa, inclusive a que é ligada ao objeto de análise desta pesquisa. Chegava a dizer que o homem era produto desses meios, uma extensão midiática. O modelo proposto pelo espaço midiático influenciaria o *modus operandi* da sociedade. Isso significa que o modelo e não diversos modelos seria seguido. Uma espécie de reprodução do que a mídia determinava.

Defendia o autor a ideia de que a tecnologia de comunicação predominante em uma época, determinava o modo como o indivíduo apreendia o mundo. Assim, julgava fundamental considerar o efeito da tecnologia em si, que, a seu ver, era mais importante que o conteúdo. De forma sintética, numa estrutura frasal, afirmou que %o meio é a mensagem+(McLuhan, 1964, p.7).

Não se quer, aqui, discutir se os instrumentos tecnológicos midiáticos fizeram bem ou mal à sociedade. Apenas se quer afirmar que, na perspectiva do autor, o homem não é produto do meio. O meio é produto dos instrumentos midiáticos de massa. Em outras palavras, faz-se exatamente o que o meio midiático determina. Implanta-se o modelo e não um modelo. É um mesmo agir, uma mesma postura, uma identidade única, repetidora dos valores sugeridos pela mídia.

A afirmação do escritor não pode ser encarada como estranha ou antagônica ao que se percebe nos impérios midiáticos de nossa contemporaneidade. A ideia do como os nossos pais é impetrada pela mídia de massa e numa perspectiva global. Esse é o entendimento de quem tem a mínima percepção das interações entre sociedade e mídias de massa, inclusive a do webjornalismo.

Essas transformações provocadas na sociedade globalizada, sobretudo através das tecnologias convergentes, facilitadoras de acessibilidade, sem dúvida, mudam, transformam sociedades, mas também reduzem distâncias, integram sociedades, aproximam os diferentes, promovem revoluções constantes e, para ser uma, única, híbrida, deve se fazer história na história de todas as sociedades, em escala global mesmo, como se vê em nosso instante.

4. 1 Arquétipos Webjornalísticos

O que se quer revelar, neste momento da pesquisa, é o *modus operandi* das mídias de massa, o que inclui o webjornalismo. Todas querem implantar o e não um modelo. Mesmo que seja perverso o desejo de robotização das massas, o que macula o *modus operandi* do webjornalismo, esse fenômeno, o de implantar o e não um modelo, tem se realizado como se fosse um arquétipo Junguiano.

Para se afirmar que parece com o arquétipo Junguiano necessário é que se entenda o instante e o sentido etimológico do termo. Entende-se por arquétipo, surgido em 1919, através do suíço Carl Gustav Jung, os conjuntos de imagens primordiais, que se originam de uma repetição progressiva, de uma mesma experiência, durante muitas gerações e que se armazenam no inconsciente coletivo. É coletivo, envolve o todo social. Faz parte do psicológico de todos os homens.

Todos, sem distinção, têm arquétipos similares, desde a infância. Não há como negar essa realidade. Fenômenos como a morte, a diferença entre o herói e o fora da lei fazem parte do imaginário, desde a idade mais tenra. Mesmo sendo influenciados por diferentes religiosidades, credos, pais e países, as imagens dos fenômenos citados são bem similares. Ainda que nas imensas diversidades, essas divergências não tornam os arquétipos de um ser diferente do outro. Todos são, desde crianças, muito iguais, embora influenciados por fatores diferentes. Mesmo assim, pode-se afirmar que nos é imposta uma imagem, embora recebamos fortes e díspares interferências culturais.

Na contemporaneidade, os arquétipos parecem se fazer história na realidade de todos, principalmente nos filmes, na publicidade, nas mídias, na internet, nas redes sociais e em quase tudo que rodeia as pessoas. Ainda que se imagine que esses fatores últimos, citados agora, não estejam, mas estão sim no imaginário, no inconsciente coletivo. A única diferença é que são arquétipos adquiridos, não inerentes, como no caso primeiro.

Na perspectiva do webjornalismo, o sincretismo, o híbrido como já se afirmou em outro instante desta pesquisa, é o arquétipo que, na forma adquirida, se faz presente. É uma espécie de espírito invasor das mentalidades que fazem webjornalismo. Mesmo na inconsciência coletiva dos profissionais do webjornalismo, a imagem é a mesma. Essa imagem, como se vê nos Portais ORM News e Diário Online, perpassa pelo registro do que se tem na terra das mangueiras, mas num processo de interseção com tudo e todos. Isso, sem dúvida, nos impõe um arquétipo híbrido, com o jeito do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas.

Interessante como esses arquétipos, os adquiridos, mesmo tendo a consciência de que não tem a ver com o sentido etimológico do termo, terão a capacidade de interagir com a sociedade, de tal forma que, segui-los, pode implicar em satisfazer nossas principais necessidades, as que se ligam à realização, ideia de pertencimento, independência e estabilidade.

O webjornalismo, não há como negar, tem o potencial de criar arquétipos adquiridos, indicando o que se deve fazer, o que é prática globalizada, mundializada. Seguir o padrão, o arquétipo midiático, por força da impressão disso no imaginário, no inconsciente coletivo, dará ao que interage com os arquétipos webjornalísticos, o mesmo sentimento de pertencimento, realização, independência e estabilidade.

A analogia entre o arquétipo inerente e o adquirido não deve ser interpretada como ingênua. Há uma intenção. Deseja-se relacionar ao que se tem tratado nesse capítulo final da pesquisa, que trata de fronteiras que, nesse caso, alcança as fronteiras do imaginário, do inconsciente coletivo existente no webjornalismo. Isso quer afirmar que o arquétipo da desterritorialização, da hibridização, do além da miscigenação, do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, tem sua marca, seu selo eterno no meio em que se faz o jornalismo web. Como já se comprovou, em outros instantes dessa pesquisa, com exemplos ligados aos mundos ocidental, africano, oriental e demais, o fazer webjornalístico, na dimensão híbrida, está impregnado na alma do profissional do jornalismo web. Até se chegou a afirmar que faz parte das práticas daqueles que nem sequer imaginam ter arquétipos de natureza híbrida.

4.2 Webjornalismo Híbrido e a Convergência Midiática

Também se tornou interessante para esta pesquisa, deixar o caminho aberto para que se fizesse aproximação entre jornalismo e as fronteiras culturais, sempre num processo de interseção, interconexão. Isso porque há uma profunda interação entre o jornalismo e a diversidade cultural. Entrecruzar jornalismo *web* e estudos de natureza cultural, como se pensava, não é algo revestido de ilogicidade, já que a produção cultural está bastante ligada aos pressupostos identificadores do webjornalismo. Este, para ser híbrido, assume uma postura que busca, em suas páginas digitais, materializar os fenômenos culturais e o que significam para os seus interagentes.

A afinidade entre cultura e jornalismo *web* é bastante evidente, sobretudo porque já não é uma simples notícia a respeito das áreas culturais inerentes a qualquer grupo social. Essa afinidade não é mais ingênua, que registra apenas os eventos culturais ligados ao entretenimento. Hoje, o webjornalismo perpassa, não mais na dimensão do registro, mas na possibilidade de interagir e transformar, por exemplo, as culturas da economia e política, interferindo substancialmente na vida da sociedade. O que se quer dizer é que há um forte engajamento entre as culturas aqui explicitadas e o webjornalismo, uma espécie de comprometimento que impõe uma postura webjornalística engajada nas questões econômicas e políticas.

Pode-se, então, afirmar que o jornalismo deve ser interpretado de forma dúbia, pois exerce o papel de instituição, além de ser uma atividade ou prática social, que interage com os contextos econômico, político e social, sofrendo deles influência, ao mesmo tempo que se impõe como agente influenciador.

Zelizer (2009, p. 38), outra importante autora, amplia ainda mais a afinidade entre processos culturais e jornalismo, inclusive o webjornalismo, ao trazer mais pressupostos culturais, para que haja o engajamento híbrido. Diz ela que há uma forte necessidade de interagir sociologia, história, linguagem e ciência política com o jornalismo, o que inclui o webjornalismo. É nessa perspectiva que ocorre a

hibridização, o que neste trabalho chamamos de *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas.

O híbrido midiático também ultrapassou as fronteiras das especificidades tecnológicas, através da implantação do modelo convergente, dos meios que se tornaram um, ainda que, de forma apócrifa, enfrentados são por autores que ainda buscam uma pretérita forma de se fazer mídia, ignorando a dimensão do que se tornou global.

Até essas figuras reconhecem o fenômeno da hibridização, ao exemplificarem a *smarttv* como um processo de convergência. O que criticam é a ausência das funções específicas dos instrumentos tecnológicos formadores do híbrido. Isso se percebe na obra de Primo (2010).

Primo (2010) afirma que, já na década de 90, ocorria um processo de desenvolvimento tecnológico convergente, sobretudo no que se chamava *webtv*, porém, na perspectiva dele, sem o sucesso desejado, como se esse entendimento diminuísse a ideia do convergente, do híbrido, do fenômeno *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas. Ao criticar, Primo (2010) reconhece um mercado que, de forma pesada, investiu em modelos de *tablets*, por exemplo, com funções múltiplas. Nisso também se percebe que o mundo mercadológico já entendeu o recado, o que já não admite a usabilidade de recursos tecnológicos de forma fragmentada.

Para expor sua internalidade reacionária, Primo (2010) afirma que:

Apesar do alto volume de vendas, alguns preferem apontar a TV como uma tecnologia já morta (quantas vezes o rádio já escutou tal sentença?). Netbooks, smartphones e tablets seriam as melhores tecnologias convergentes para a navegação na rede e assistência de programação audiovisual. Esses pequenos computadores seriam máquinas nativas de produtividade e navegação na rede, diferentemente da televisão, cujos acessórios para tal fim pecam em ergonomia e funcionalidades. Este debate patina em duas frentes: a) parte da premissa que outros meios desaparecerão em benefício de

apenas um, %convergente+; b) considera a questão da convergência apenas em termos tecnicistas. (PRIMO, 2010, p.01)

Chega a ser risível a tentativa de desconstrução da ideia do híbrido, como se o híbrido, como fenômeno irreversível, inibisse a tecnologia que se tem na televisão como algo em processo de extinção. Convergência não pressupõe extinção, mas perpetuação dos recursos tecnológicos recheados de especificidades, porém, agora, numa perspectiva convergente, facilitadora, proporcionadora de, por exemplo, acesso ao que se transmite na televisão em ambientes diferentes. Não só na casa, mas no trabalho, na rua e nas demais ambiências visitadas pelo ser humano.

O vaticínio da morte da televisão não é parte do fenômeno da convergência, do híbrido, da interseção de tecnologias. O que se precisa é entender que o outro convergente, híbrido, é produto dos outros instrumentos tecnológicos, que passam a atuar numa ferramenta tecnológica, como no caso de um diminuto computador. É, por exemplo, o caso de um notebook, máquina com recursos tecnológicos capazes de abraçar o todo tecnológico existente nas máquinas interagentes.

Ao falar dos prazeres existentes, quando se utiliza o cinema, para assistir a um filme, Primo (2010) comete um equívoco ainda maior. A máquina convergente, híbrida, por ter recursos muito mais interessantes, provoca mais que prazer. Há, na verdade, um fascínio pelo modelo híbrido. As possibilidades de interações são múltiplas: assistir ao filme em 3D, rever as cenas a qualquer tempo e em qualquer lugar, ter um áudio que te proporciona ajustes de toda a natureza, verificar os bastidores do filme, conhecer a biografia de todos os atores, etc. Seria loucura afirmar que isso não produz a cultura do fascínio, diante de instrumento tecnológico convergente, híbrido.

Assim como a televisão, Primo (2010) se faz mais uma vez ingênuo, quando tenta consolidar a chegada dos *e-books* dissociada de emoções, sensações que, na perspectiva do autor, são significativas. Manusear as páginas, por exemplo, é uma prática inigualável, fascinante, inesquecível, um verdadeiro orgasmo para o leitor. Não é isso que pensam os que trabalham com a preservação do meio ambiente, estimuladores da intensificação da leitura dos *e-books*, o que inibe,

significativamente, o desmatamento. Pode-se, nesse caso, afirmar que a perspectiva do híbrido interage com as fronteiras ecológicas, modificando para melhor a situação dos aspectos ligados à natureza, ao meio ambiente.

Espúria também é a ideia do autor, quando afirma que, ao agir fora da ambiência híbrida, convergente, as tecnologias são mais eficientes. Para ele, televisão sem *web* tem funcionalidade mais exitosa. Primo (2010) expõe que:

No debate sobre a possível morte do livro em virtude da chegada dos e-books tampouco se considera que a interface do livro oferece certas sensações e usos (como manusear páginas, fazer anotações com maior liberdade e rapidez) que são diferentes dos similares digitais. Finalmente, dispositivos móveis, como tablets (iPad, por exemplo) e smartphones, conseguem combinar múltiplas funções, próprias de outros artefatos individuais. Mesmo assim, ainda é melhor ver novelas em uma grande TV e digitar textos em um computador. Enfim, mesmo que os meios digitais estejam aglutinando recursos de outros dispositivos, cada um destes ainda mantém superioridade nas especialidades para os quais foram desenvolvidos. Isso não quer dizer que jornais e revistas, por exemplo, sairão ilesos da competição. Talvez uma interface digital consiga proporcionar um uso mais agradável e sofisticado. Mesmo assim, insiste-se aqui que a ideia de uma interface única e completa não parece resistir ao teste da realidade. (PRIMO, 2010, p.02)

Não é o que se percebe, quando se faz o teste da realidade. O que se tem é um número bem maior de interlocutores que, em busca de maior acessibilidade, buscam, principalmente os *smartphones* ou *tablets*. Nunca se verificou um desenfreado desejo de se ter um híbrido dessa natureza. O que se percebe é que, por serem convergentes, seus recursos são bem maiores e de uma eficiência cada vez maior. Com um único aparelho tem-se acesso à televisão, rádio e aos pressupostos do webjornalismo, às redações web, às notícias e em tempo real.

Interessante é que, mesmo sendo reacionário, Primo (2010) reconhece a agradabilidade e sofisticação dos aparelhos híbridos, assumindo uma contradição gritante com tudo o que defende. Ao chamar de sofisticado e agradável, Primo

(2010) exprime o fascínio do aparelho híbrido e do quanto reúne tecnologias bem mais avançadas.

Dizer que, diante dos recursos dos aparelhos híbridos, os demais aparelhos, os que não passaram pelo processo de convergência, são superiores, em sua funcionalidade, é uma grande falácia. A qualidade de imagem e de som de um *iphone* de última geração, por exemplo, é extremamente maior que inúmeros aparelhos não híbridos. O melhor é construir a ideologia da hibridização, do convergente, do *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas.

Cabe lembrar que esse mesmo autor, acho que produto dos arquétipos adquiridos, imanentes em sua internalidade, inconsciente dele e do coletivo, à medida que tenta macular as tecnologias híbridas, descreve as adjetivações das mesmas. Admite, por exemplo, que a indústria liderou o debate sobre convergência em termos de combinação de múltiplas funções de processamento, transmissão e recepção de dados em um único aparato+ (PRIMO, 2010, p.02). São palavras do próprio Primo (2010), admitindo a multiplicidade funcional do aparelho híbrido, além das habilidades nos campos da transmissão e recepção de dados. Ao tentar atomizar o *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas, passa o maior tempo de seus estudos falando das incalculáveis possibilidades percebidas num aparelho híbrido.

Para se exaurir, nesta pesquisa, a birra do autor, nota-se, mais uma vez, a incongruência da fala de Primo (2010), quando procura impor a ideia de que a realidade apresentada pelo fenômeno da hibridização está totalmente dissociada dos fenômenos sociais, da diversidade cultural. Para ele, o híbrido valoriza apenas o que se chama de visão tecnicista, desprezando o homem, a sociedade, as geografias. Até utiliza um possível enfrentamento entre as máquinas, afirmando que as novas tecnologias híbridas esqueceram de que existem em função das demais, o que é um grande equívoco, chega à ingenuidade, já que ser híbrido passa pelas interações entre tecnologias pretéritas que se fizeram uníssonas e se materializaram no aparelho híbrido.

A negação da importância das tecnologias pretéritas seria uma forma de negação da própria hibridização. Não existe o híbrido, o *égua paidéguia*, com

infinitas léguas de tréguas, sem a perpetuação da interação. Um olhar mais contemplativo observará um conjunto de saberes tecnológicos, considerados pretéritos, num aparelho híbrido. Embora se realize o híbrido num *smartphone*, por exemplo, não há como deixar de ver, perceber, identificar os demais instrumentos tecnológicos, tratados por Primo (2010) como tecnologias pretéritas.

Infeliz, ainda mais, é Primo (2010), quando inclui na sua análise a figura de Bolter (2001):

Bolter (2001) resume que a remediação é um processo de homenagem e rivalidade entre tecnologias de comunicação, tendo em vista que o novo meio incorpora características de seus antecessores, mas também contribui para a atualização destes últimos. Em outras palavras, não apenas as novas mídias são devedoras dos meios que os antecederam, mas estes também transformam-se em virtude da popularização daqueles. (PRIMO, 2010, p. 02-03)

Primo (2010) também afirma que:

Bolter (2001) acrescenta que o uso intensivo de recursos digitais faz a TV muitas vezes parecer-se com páginas da Web. Estes exemplos de remediação nos mostram que a convergência em termos estéticos e retóricos, mesmo que ganhando agora nova intensidade, é um fenômeno nativo do cenário midiático. (PRIMO, 2010, p. 02-03)

O problema na análise de Primo (2010) está no fato de interpretar muito mal o que Bolter (2001) sugere. Embora alguns entendam uma relação de enfrentamento, de rivalidade, fala-se também em homenagem, sobretudo porque, na perspectiva de Bolter (2001), o novo, o híbrido tem, em sua natureza, os seus antecessores, dependendo desses para a sua própria existência, sobrevivência.

Não existe nenhum problema, na concepção híbrida, de coabitação, interação com o pretérito. Nunca, no fenômeno *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas, houve qualquer neura, quando se tem vários seres numa plataforma híbrida. Isso lhe é inerente. O *welcome* sempre será o termo usado pelo híbrido que se faz realidade. Também o híbrido não tem nenhuma crise, ao ser chamado de nativo, até porque tem consciência de que surgiu de ferramentas tecnológicas passadas. Não há, como no caso de Primo (2010), qualquer tique-tique nervoso. Quanto mais tecnologias interagirem, mais o híbrido se perpetua. Puro simplismo é divergir disso. Ingenuidade pensar de forma diferente.

O híbrido não se identifica com qualquer espécie de preconceito, principalmente, em relação aos seus formadores. No que diz respeito ao que está presente nesta pesquisa, a ausência desse preconceito ainda tem se demonstrado bem mais que nulo, chega a ser interpretado como inadmissível.

O webjornalismo trabalha, ininterruptamente, com o híbrido, com as convergências midiáticas. Quanto maior for a intensidade de tecnologias que produzem aparelhos híbridos, mais possibilidades de interações serão proporcionadas pelas redações, pelos grupos webjornalísticos. Isso implica em fazer a afirmação de que o webjornalismo, que intenta estabelecer conexão com o mundo híbrido, deixou para trás os enfrentamentos com os que afirmam que ser híbrido é desconstruir a riqueza dos fenômenos tecnológicos anteriores a ele. Essa fronteira inexistente, para quem assume um fazer webjornalístico hibridizado, sinônimo do que a pesquisa tem chamado de *égua paidéguia*, com infinitas léguas de tréguas.

4.3 Interações Híbridas Entre Jornalismo e Publicidade

Uma outra fronteira alcançada está ligada à própria sobrevivência do webjornalismo. É a fronteira entre jornalismo *web* e publicidade, historicamente diferenciados, mas que precisaram, para o bem de ambos, estabelecer

interconexões, interações, numa dimensão híbrida, égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Essa interconexão, como se tem notado, foi exitosa, assim como todas as interações híbridas. Historicamente é fato o sucesso resultante do casamento entre jornalismo e publicidade.

Tudo se inicia a partir do século XVII, quando se fez realidade, num mesmo espaço, numa mesma geografia, a presença interativa entre Jornalismo e Publicidade. Isso se deu, quando o jornalismo permitiu que em seu espaço fossem feitos anúncios. Sem a mínima ingenuidade, pode-se afirmar que a inserção da propaganda, no espaço jornalístico, se deu em virtude de um aumento significativo do consumo, sobretudo a partir do século XXI, com as exacerbadas mudanças geradas pela Revolução Industrial.

Com a Revolução Industrial, instrumentos tecnológicos surgem, dando, proporcionando uma produção jornalística bem maior. Nesse processo de avanço de produtividade, sabe-se que algumas rotativas, como as rotativas Marinoni, chegavam a produzir até 95.000 páginas por hora, tornando-se uma ambiência extremamente interessante para o exercício da publicidade.

Inicialmente, fazer publicidade, no espaço jornalístico, tinha a intenção de alcançar a coletividade, numa interação que não privilegiava públicos específicos, de interesses específicos. O desejo era alcançar o todo, sobretudo porque se pensava em estabelecer uma saudável relação entre anunciantes e consumidores. Percebe-se o surgimento de duas figuras no cenário jornalístico, aparentemente desconexos da notícia, estranhos ao papel do jornalismo pretérito, porém fundamentais para a sustentabilidade do próprio jornalismo, inclusive o web.

É que se percebeu uma intenção de caráter mercadológico, o que era novidade e, sem dúvida, encarado com baste desconfiança. Prevaleceu, como sabemos, o interesse mercadológico, o que não significa que não se buscou um fazer publicitário dentro de uma realidade jornalística, que seria o caminho do fenômeno da hibridização.

Não se pode negar que a Revolução Industrial gerou o interesse pelo consumo do que essa revolução proporcionou. Diante dessa realidade, não existia mais razão para inibir a ideia de que o espaço jornalístico se tornaria extremamente geradora de recursos. A força da grana, que ergue e destrói coisas belas, se fez impor. Lucratividade passou a ser o vocábulo da moda.

Com o surgimento do século XX, a relação entre jornalismo e publicidade se torna um negócio ainda mais intenso, até porque a indústria jornalística passa a possuir habilidades tecnológicas imensuráveis, tornando-se o meio, o instrumento maior de propaganda para aquilo que o mercado da indústria passou a oferecer. A voracidade pelo lucro foi imposta e interpretada como o único caminho de sustentabilidade do próprio exercício do fazer jornalístico. A publicidade, portanto, passou a ser um elemento essencial, necessário, fundamental, consistente e financiador do jornalismo. É possível até afirmar que publicidade e jornalismo se tornaram interdependentes, na dimensão em que o jornalismo passou a necessitar dos recursos advindos da publicidade, e esta, necessitava do espaço jornalístico, para fazer a propaganda de seus produtos.

Tornou-se necessário realizar um trabalho cada vez mais cuidadoso, para que a interação com a massa consumista se tornasse mais persuasiva, atraente. Surgiu uma espécie de estetização do meio jornalístico, trazendo, por exemplo, não apenas o texto, mas a imagem. Texto e imagem, em processo de interconexão, passam a ser parte do espaço jornalístico, porém numa perspectiva publicitária. Dizer que a função da linguagem chamada de conativa foi importante, não é exagero. Linguagem verbal e não verbal, de forma híbrida, assumem papel significativo. Tudo quanto fosse necessário, dos pontos de vista textual e da imagem, era realizado, intencionando causar uma espécie de hipnose midiática nos denominados consumidores.

Interessante é perceber que um elemento novo se faz presente, que não é jornalismo, nem publicidade, mas necessários a ambos. Jornalismo e publicidade, numa interconexão exitosa, passam a entender que a linguagem tem funções específicas e dentre essas especificidades, uma interessa bastante à publicidade e ao jornalismo, que chamaremos de função conativa ou expressiva.

Antes de tratar da função conativa, na realidade dos Portais ORM News e Diário Online, necessário é saber o que caracteriza a função expressiva. Challub (1987) afirma que:

Quando a mensagem está orientada para o destinatário, trata-se aí da função conativa. Esta palavra tem sua origem no termo latino *conatum*, que significa tentar influenciar alguém através de um esforço. A função conativa é também chamada de apelativa, numa ação verbal do emissor de se fazer notar pelo destinatário, seja através de uma ordem, exortação, chamamento ou invocação, saudação ou súplica. (CHALLUB, 1987, p.22)

O conceito de Samira Challub (1987), em relação à função apelativa, implica em influenciar, fazer-se notar, ordenar, exortar, chamar, invocar, saudar, suplicar, sobretudo persuadir os interlocutores, os interagentes. Volta-se para o desejo da conquista, do convencimento, de uma constante busca de fazer do destinatário o seu alvo protagonista.

O grande problema é a forma como o fenômeno conativo, apelativo se faz realidade no espaço jornalístico, segundo os que criticam o fazer publicitário nos espaços midiáticos e, aqui nesta pesquisa, o ambiente webjornalístico.

Dizer que, no cotidiano, não se é influenciado por uma constante ação do fenômeno publicitário, é pura ingenuidade. Mais que isso, chega-se a ser bombardeados. Televisão, Rádio, outdoor, internet e demais instrumentos de comunicação têm invadido as nossas vidas, muitas vezes sem pedir licença.

Essa invasão, sem licença, tem uma dinâmica, própria do fazer publicitário, com uma linguagem específica, conativa, planejada para um interlocutor extremamente vitimizado, passivo, ao ponto de se deixar envolver pelos agentes publicitários.

A reação influenciada dos interlocutores, dos envolvidos pelo fenômeno da publicidade, aqueles chamados de figuras vitimizadas, são tão fortemente marcadas

pelas reações sonhadas pelo *modus operandi* da publicidade, que, de forma robotizada, leva-os à opção pelo consumo irremediável, patológico.

Pensar que a publicidade interage apenas com o desejo, o objetivo de implantar uma espécie de chip de consumo, está redondamente enganado. Sua ânsia na busca pela influência se tornou generalizada. Alcançou as áreas esportiva, culinária, cultural e, com um impacto bem mais marcante, a área política, o que é bem evidente nos Portais onde se faz webjornalismo.

Ao se olhar, verificou-se, identificou-se a forma, o *modus operandi* publicitário, nos meios webjornalísticos. Percebeu-se que esses meios estão muito mais preocupados com as ferramentas tecnológicas, além das linguísticas, sempre a serviço do amplo desejo de expor e vender produtos. Isso, evidentemente, sugere que, na perspectiva dos portais onde se faz webjornalismo, deve sempre se impor a ideia do consumo, do ir às lojas, às compras, de forma desenfreada, ininterrupta, alucinante, aquecendo um mercado cada vez mais aquecido.

Para se ter uma ideia do que se faz no webjornalismo, verificou-se que, cada portal, tem um espaço significativo e exclusivo para a publicidade, que cada vez tem se tornado corpo do fazer jornalístico, impondo um agir híbrido, égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. Em todos os portais há espaços que recebem nomenclaturas como classificados, não com poucas páginas, numa média de seis páginas diárias.

Também se percebe muito uma publicidade de toda a natureza, da propaganda ligada ao inimaginável, desde a que oferece mulheres como mercadoria, até o fenômeno religioso, que se tornou marketing substancialmente lucrativo. É possível também encontramos, em vários outros espaços webjornalísticos, a presença de publicidade, interagindo muito mais com o texto, numa forma híbrida, caracterizando uma linguagem mista, verbal e não-verbal, ao mesmo tempo.

Interessante é que isso se tornou febre. Nota-se um jornalismo publicitário com presença maior. Isso, evidentemente, ainda que imponha a hibridização, já que publicidade e jornalismo se tornaram inseparáveis, numa relação de interdependência híbrida, com a perspectiva do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, nos faz notar também o que, afinal, importa. Não há a mínima dúvida

que a finalidade está em gerar o aquecimento do mercado, que precisa ser levado a consumir sempre, dia e noite, nas lojas, quer presenciais ou virtuais.

Gerar o que se está chamando de consumismo desenfreado, mesmo que de forma híbrida, como se tem defendido nesta pesquisa, não é algo tão simples, principalmente quando tem que se construir uma linguagem que tenha a capacidade de impor arquétipos de um consumismo que sente a necessidade muito mais de ser que estar.

Os arquétipos publicitários propostos pelo webjornalismo, buscam o que é característica do processo linguístico conativo. O anseio pela atenção do tu é claro. O outro se tornou protagonista. Pode-se afirmar que, na publicidade que interage, de forma híbrida, com o jornalismo web, o fazer linguístico é de natureza outrocêntrica. O *modus operandi* linguístico assume uma postura massagedora dos interagentes que, como já se afirmou, precisam entender a importância da internalização do arquétipo consumista.

A primeira percepção que se tem, quando se verifica a linguagem existente nos portais onde o webjornalismo está presente, é que, nos instantes publicitários, sempre interativos com o jornalismo, o que sugere uma perspectiva híbrida, a linguagem apresenta, como é natural do fenômeno conativo, uma estrutura frasal composta por vocábulos imperativos, não usados de forma impositiva, o que parece uma contradição que, desde já, afirmamos não ser verdadeira.

Como se afirmou no parágrafo anterior, a verbalização imperativa não se faz de uma forma que imponha ao interagente o que ele não deseja. O que se percebe é um imperativo verbal feito de um jeito, ou melhor, de um jeitinho brasileiro, que proporciona ao tu, protagonista de todo esse processo, uma espécie de querer, de até se imaginar com o produto que, através dos imperativos verbais, se fazem realidade no fazer linguístico do webjornalismo.

Muito importante é lembrar que os imperativos verbais, apresentados pelo jornalismo publicitário, se realiza, por exemplo, através expressões como %Não pague por TV a cabo+ e %Assista TV ilimitada, sem cobrança mensal, com este dispositivo incrível+.

As expressões acima fazem parte de uma publicidade vinculada nos portais estudados e dizem respeito à divulgação do dispositivo %lightning Gadget+ que promete acesso gratuito a conteúdos de programas e séries da Televisão a cabo. %Não pague+ e %Assista+ exercem o papel imperativo. No primeiro caso, o advérbio não impõe o imperativo negativo. O não, embora pertencente a uma estrutura morfológica diferente, como se sabe, tem o poder de transformar os significantes verbais, impondo uma ideia inerente ao seu papel morfológico, o que se nota bastante evidente na estrutura oracional que se está verificando.

Depois de identificados os termos de natureza imperativa, fundamental é fazê-los interagir com os demais, o que dará aos imperativos verbais uma conotação, um significado interessante, persuasivo, capaz de levar o tu, o consumidor, a seguir a linha da sugestão imperativa presente no silencioso e verdadeiro desejo de quem faz publicidade no espaço denominado de webjornalismo.

O não, ao lado do vocábulo pague, é o sonho de todo aquele que se faz consumidor, até porque a sugestão de consumo difere de um outro imperativo, o da força da grana. O dispositivo anunciado estabelece a relação de consumo prevalente, natural do mercado. Todavia, adquirir o dispositivo implica em diminuição de custos, num campo chamado de entretenimento, também muito evidenciado pelo jornalismo publicitário.

O dispositivo dos desejos, interessante lembrar, é apresentado de uma forma bem caracterizadora do jornalismo publicitário, já que, em nome do êxito e consumo seu, exclui ou, ao menos, procura diminuir bastante o sucesso de um outro mercado poderoso, o das empresas de tv a cabo.

Também seria interessante verificar que o dispositivo é adjetivado, não com adjetivações diminutas, simplistas. Esse dispositivo, ainda que pareça propaganda enganosa, é colocado com funcionalidades especialíssimas, já que, por ser um dispositivo incrível, de forma ilimitada e sem pagamento de mensalidades, nos dá acessibilidade ao sonho de muitos consumidores, o de ter na tela, programas televisivos de toda a natureza.

Diz-se que a parte mais fraca, na relação de consumo, é a figura do consumidor. Isso parece que se impõe também, na relação entre os argumentos

persuasivos do jornalismo publicitário e o consumidor que, diante do encantamento provocado pela apresentação do dispositivo, se deixa induzir por ferramenta tecnológica capaz de fazer tudo o que ele mais sonhou.

Numa época de tão impactante crise, duvida-se da possibilidade de se encontrar um consumidor que não seja imatizado por uma proposta que afirma não ser necessário nem o pagamento de mensalidade na aquisição de um produto. Se mexe com o bolso, interessa e muito. Se não há despesas, melhor ainda. Tem consciência, o jornalismo publicitário, que o não pagamento das mensalidades, tem natureza persuasiva, conativa, mexe com as fantasias de consumo do que visita as páginas webjornalísticas.

O foco desta análise, cabe lembrar, não é privilegiar as questões consumistas, mas demonstrar que o híbrido jornalismo publicitário, não à toa, tem se tornado, assim como o dispositivo apresentado no parágrafo anterior, um instrumento mercadológico muito forte e irreversível. Uniram-se, sem a possibilidade de divórcio. Na perspectiva da publicidade, esperam-se as respostas dadas pelo uso do espaço *web*. Já por parte do jornalismo, o que está em jogo é a sua própria sobrevivência, em nossa e nas contemporaneidades futuras.

Mais uma vez se percebe a força da hibridização. Isolados, publicidade e jornalismo seriam menos interessantes, menos produtivos, menos lucrativos, menos inteligentes, menos eficientes, menos persuasivos, menos imáticos, menos conativos, menos significativos, menos outrocêntricos, menos interagentes de uma relação híbrida e interdependente. O aqui jaz é uma expressão que se perpetua ainda mais, quando se imagina que o jornalismo não alcançou as fronteiras da publicidade. Ou melhor, o aqui jaz é uma expressão que se relaciona aos que, infelizmente, insistem na ideia contrária à inseparabilidade, à ausência de fronteiras, ao híbrido, ao jornalismo casado com a publicidade, com a intensidade do objeto de análise desta pesquisa, o égua paidégu, com infinitas léguas de tréguas.

Ainda no campo da função conativa, da linguagem apelativa, da presença do imperativo, seria interessante observar estruturas oracionais do tipo %Envie textos, fotos e vídeos+, %Mande sua reportagem+e %Seja um jornalista cidadão+. É que essas expressões, ainda que se repita o fenômeno imperativo, percebe-se um ou outro elemento que as diferenciam das que citadas foram no parágrafo anterior.

Envie, mande e seja, termos de natureza verbal, são os responsáveis, não só para indicar o imperativo caracterizador da conação, mas também como agentes de interatividade, numa perspectiva que está além do fazer publicitário, já que se percebe também o desejo de se fazer dos interlocutores jornalistas cidadãos.

Nessas estruturas frasais, ocorre uma inversão do que ocorreu nas frases do parágrafo anterior. Naquelas, o fenômeno publicitário faz do jornalismo o seu espaço de disseminação. Nesta, é a publicidade que passa a ser o meio de um fazer jornalístico denominado de cidadão.

Interessante também lembrar que essas últimas expressões tratam de autopublicidade. É uma espécie de fazer propaganda de si mesmo. Nessa autopublicidade, porém, o que se tem como protagonista continua sendo o tu, o você, o outro, o que interage com a publicidade do próprio espaço webjornalístico.

Ao analisar o silêncio, a abstração linguística dos imperativos dessas frases últimas, não há como pensar na figura do jornalista cidadão e dos recursos tecnológicos convergentes necessários para se fazer um jornalismo cidadão. Dizem os imperativos que, para fazer um trabalho ligado ao jornalismo cidadão, fundamental é que, se tenha, no mínimo, um aparelho híbrido, com a capacidade de enviar textos, fotos e vídeos, que nada mais são que o conteúdo da reportagem cidadã.

Interatividade também é um outro termo que não pode ser esquecido e que, no terceiro capítulo desta pesquisa, foi trabalhado de forma exaustiva. Não é simplesmente a busca por imagens, textos e fotos, como conteúdos a serem enviados para as redações web. É mais que isso. É, depois de um processo seletivo, fazer parte do conteúdo das reportagens que farão parte de uma das edições de certa redação webjornalística.

Essa possibilidade de se tornar jornalista cidadão é, sem dúvida alguma, o meio de estimulação, por parte do que se percebe no conteúdo da autopublicidade das frases que estamos trabalhando. É o mecanismo que persuade, convence, cria na mentalidade do futuro jornalista cidadão o encantamento, o vislumbre, o dado mágico, o sonho de se tornar um ser, não só interagente, mas de imanência webjornalística, implantando a sua marca, através da reportagem enviada a uma redação onde se realiza webjornalismo.

4.4 O Entendimento Narrativo do Égua Paidégua

Como já se afirmou nesta pesquisa, quando se fala de fronteiras do jornalismo, objeto de análise do instante último deste trabalho, não se quer, nem em sonho, impor a ideia de muros, mas de pontes, sempre numa perspectiva híbrida, do jeito égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas. Nesse caminho, o de colocar por terra as fronteiras, já que o híbrido não a admite, uma outra interconexão tem se tornado ainda mais evidente. É a que tem a ver com a linguagem, com os gêneros textuais que visitam o webjornalismo, com os signos linguísticos, com os planos da denotação e conotação, com as intenções da linguagem, com o registro de uma linguagem que tenha a capacidade de, ao interlocutor, proporcionar acesso ao que se quer dizer nos espaços webjornalísticos.

Essa nova fronteira alcançada pelo webjornalismo, na dimensão híbrida, chibernética, com a face do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas, se faz presente, como já se disse, no fenômeno linguístico que, cabe lembrar, ocorre a partir dos signos que, como veremos, não será analisado a partir do que, inicialmente, era defendido por Saussure (2001) e Hjelmslev (1975), mas na perspectiva híbrida, impondo a ideia de que linguagem, signo e demais saberes, culturas, devem estar interconexos, no espaço webjornalístico.

Importante lembrar que, quando se tratou das fronteiras da publicidade, já se fez uma análise, porém efêmera dessa nova fronteira, a fronteira linguística que, como veremos, passou por um processo de desconstrução da pureza linguística, do isolacionismo, da ideia de um fazer linguístico sem mácula, sem impurezas, não contaminado, defendido por Saussure (2001) e Hjelmslev (1975) que, como já se registrou nesta pesquisa, não admitiam a interferência, um interagir com outros saberes, outras áreas, como a Filosofia e Sociologia.

A ênfase, aqui nesse momento da pesquisa, é tratar das interações, da hibridização, iniciada pela interessante concepção de Peirce (1993) que, bem diferente da interpretação de Saussure (2001) e Hjelmslev (1975), assumia a postura do abraço, da interação, do égua paidégua, com infinitas léguas de tréguas,

da interconexão com as outras áreas do conhecimento, dos saberes afins, sem limitações, sem fronteiras.

Antes de se tratar dos pormenores da concepção de Peirce (1993), necessário é entender que, nesta pesquisa, se dará importância ao significado de signo, porém jamais de forma segregacional, imaginando que o signo linguístico, por exemplo, não possa interagir com os demais saberes. A interação será evidente. Não se negará a perspectiva das interações das diversas áreas do conhecimento que, de forma conjunta, interagirão e darão aos significantes, aos signos, uma interpretação, uma percepção que não pode ser distante dos elementos entorno, da ambiência em que esses signos se manifestam.

Não é apenas isso, já que, quando se trata de signos, abre-se um leque de possibilidades infinitas. Pode-se até afirmar que, nesse entendimento, o signo precisa ser verificado como um fenômeno que se realiza de forma geral e irrestrita, o que significa que o signo está em tudo e em todos. Isso significa que os signos ultrapassaram até área que, inicialmente, lhe era inerente e exclusiva, as que já denominamos de linguísticas. Tudo é signo, inclusive os que não estão ligados aos campos semântico e da escrita.

Isso impõe a necessidade de se conhecer o signo, na perspectiva Peirceana, híbrida, com as marcas de saberes além do puramente linguístico. Logo, signo é a interação entre significante, encontrado em tudo, e a construção de um sentido a esse significante.

No entendimento de Peirce (1993), pode-se afirmar que o signo é a hibridização de um significante, significado e referente. O significante seria, por exemplo, a figura que se faz presente numa plataforma web ou o próprio texto webjornalístico ou qualquer outra coisa que carregue um sentido, uma semântica.

Essa semântica nos traz à tona o outro elemento da hibridização sugerida por Peirce (1993). Tem a ver com os arquétipos semânticos construídos a partir de um determinado signo. É o como se entende, se percebe o signo. É a imagem que se construiu de certo signo. Está totalmente voltado para a percepção, entendimento que se tem do que assume postura de referente, que nada mais é que o objeto ao qual o signo se refere. É o objeto materializado, quer no aspecto real, como no imaginário.

Importante é fazer a lembrança do que afirma Santaella (2004). Diz a autora que o signo é o meio. É o que nos leva ao significado de tudo e todos. Está voltado sempre para tudo que se refere a um outro, recheado de significados. Apresenta graus de representatividade e substitutividade. É possível, portanto, afirmar que o signo, por ser substitutivo, está no lugar de certo objeto, quer linguístico ou não. (SANTAELLA, 2004, p.58).

Não se pode também esquecer que o signo está condicionado ao seu contexto, nas perspectivas histórica e pós-contemporânea e isso nos interessará bastante, já que trata das ambiências em que o signo se faz realidade. Aqui, o signo metamorfoseia-se, de acordo com os contextos que vão surgindo. Isso significa que fazer webjornalismo é estar atento às mutações semânticas por que passam os signos.

O signo tem entendimentos variados. Um outro sentido se dá no estudo das formas de linguagem. Se a linguagem é verbal, o signo está presente. Se não-verbal, lá está o signo. Se coloquial ou formal, o signo também se fará realidade, porém, nesse último caso, cabe a percepção de quem são os interlocutores, para que se aplique o signo mais eficiente.

Outro aspecto importante na análise do signo e a sua representatividade que, na perspectiva de Peirce (1993), pode ser um ícone, um índice ou um símbolo. Essa classificação dependerá muito da relação entre o signo e o objeto a ele relacionado. Será a partir dessa interação entre signo e objeto que se fará entender a presença de um ícone, símbolo ou índice.

Será um ícone, quando o objeto ao qual se refere o signo, tem estreita semelhança. É uma espécie de objeto autoexplicativo do signo. A relação de semelhança é explícita. A chuteira, por exemplo, é a representação que se identifica imediatamente à prática do futebol, assim como a bola. Para ser um ícone, o primeiro contato com o objeto, implicará numa percepção imediata do signo, sem nenhuma necessidade de reflexões, de observações maiores. Filosofar não é a postura de quem se percebe diante de um ícone.

O ícone está bastante próximo do que se entende como sentido, considerado como a produção do efeito, em sua totalidade, do signo. Isso significa que, assim como se imaginou, o signo foi interpretado. É interpretar de forma imediata, com

uma rapidez estonteante, tamanha é a relação de proximidade entre o objeto e o signo. Pode-se até afirmar que, nesse caso, o signo impõe a sua significação, através de certo objeto, antes mesmo que alguém interaja com o objeto que representa um signo.

Interessante é lembrar que a sinonímia entre objeto e signo impedem, independente do meio e das circunstâncias em que ocorrem, um agir interpretativo que não perceba, de forma imediata, o sentido que se deseja alcançar. Por ser tão clara a proximidade entre objeto e signo, o interagente há de absorver, não só o sentido, mas os efeitos relacionados à percepção do sentido existente entre objeto e signo.

Não há como negar que o webjornalismo do instante atual interagirá com a ideia do ícone, muito perceptível, por exemplo, nas páginas em que o processo narrativo se apresenta de forma mais evidente. Os signos, principalmente nas páginas policiais, representam muito bem a violência impregnada nas sociedades de nossos dias. Isso faz parte do *modus operandi* do webjornalista. Uma imagem, por exemplo, de uma mulher e, ao seu redor, sangue por todo lado, impõe a construção do signo feminicida, da violência contra a mulher. Imediatamente após o olhar que se faz ao objeto imagem, o signo da violência contra a mulher se apresenta. Qualquer indivíduo, independente do contexto em que está inserido, notará a intrínseca relação entre objeto e signo.

Já para ser índice, fundamental é que signo e objeto não tenham uma relação de absoluta percepção, de imediato entendimento do signo. Pode-se afirmar que, no índice, percebo indícios do signo, em certos objetos. É uma autêntica, mas parcial representatividade do signo. O objeto, diferente, do que tratamos como ícone, indicam, dão dicas da possibilidade de certo signo, mas não a certeza presente no ícone.

Santaella (2004, p.60), indica que %o índice, como seu próprio nome diz, é um signo que como tal funciona porque indica uma outra coisa com a qual ele está factualmente ligado+. Um exemplo que se repete em muitos livros é o que fala das pegadas deixadas na areia, como corroboradora de que alguém, não se sabe quem, por ali passou.

Quando se fala em símbolo, a interpretação que se deve fazer é de que o objeto em nada lembra o signo, embora o represente. Esse fenômeno se dá, por exemplo, numa placa de trânsito, em que se percebe o %E+ e uma tarja vermelha diagonal. É a representação de um signo, a partir do que se convencionou do objeto, mas o E, com a tarja vermelha, se não tivesse essa semântica convencional, jamais teria o sentido que tem hoje.

Bom seria lembrar que, no caso do símbolo, as convenções são construídas, historicamente. Uma vogal, objeto de natureza linguística, impõe uma ideia jamais sonhada pela ortodoxia linguística, incapaz de pensar numa evolução semântica do signo linguístico. Os imperativos sociais, culturais, linguísticos, numa forte interação, possibilitaram ao %E+ um significado novo. Não é uma questão apenas linguística, sem nenhuma interferência de saberes outros.

A ideia de signo linguístico, como se percebe, é o objeto maior deste instante do trabalho, mas sempre numa perspectiva híbrida, chegando a aceitar às imposições de culturas outras, rompendo com as fronteiras que já não cabem mais. Um exemplo significativo dessa realidade, é a forma como o webjornalismo instrumentaliza as intenções, as funções da linguagem. Funções da linguagem e jornalismo, interconectados, na dimensão híbrida, sem nenhuma restrição a saberes que possam interferir nessa relação, constroem um *modus operandi* extraordinariamente eficiente, alcançando interlocutores de todas as dimensões sociais, culturais.

Nesta pesquisa, quando se tratou das fronteiras, ou melhor, das pontes entre jornalismo e publicidade, uma função da linguagem foi bastante lembrada, a que denominamos de conativa, apelativa, caracterizada pelo desejo de alcançar o tu, convencer o interlocutor, persuadir o interagente, imatizar o internauta. Essa função dará espaço às demais, chamadas de referencial, emotiva, poética, metalinguística e fática. Tais funções se tornaram, numa atitude égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas, um gigante no espaço web.

Embora importantes, nesta pesquisa, serão tratadas as funções referencial e poética, sobretudo porque, assim como a conativa, estão bem mais presentes no espaço jornalístico. São funções, pode-se afirmar, bem mais íntimas do jornalismo, inclusive o web. Assim como assimilam, assimiladas são, de forma diferenciada das

demais funções. Por isso serão mais enfatizadas, receberão atenção maior nesta pesquisa.

Como se afirmou, necessário é conceituar, definir as funções citadas anteriormente, as que são mais íntimas do espaço webjornalístico, para que, a partir disso, não só as identifiquemos no trabalho do jornalismo web, como também para demonstrar o grau de eficiência dessas funções.

A conativa, como já se afirmou, já foi analisada e, por isso, nesse instante, não será citada. Iniciar pela referencial é o caminho proposto por esta pesquisa. Necessário, aqui, é lembrar que a função referencial privilegia a figura do referente que, na concepção de Challub (1996), é o elemento ao qual nos referimos, tem a ver com o objeto ao qual se refere a mensagem. Nela, na função referencial, se faz presente o que se chama de denotação que, na perspectiva de Challub (1996), deve ser entendida como:

(...) construída em bases convencionais, elaborada em função de uma certa repetibilidade das normas do código, produzindo informações definidas, claras, transparentes, sem ambigüidades [sic] (CHALLUB, 1996, p.10).

Ao observar o conceito de Challub (1996), daquilo que se entende por denotação, sentido literal, percebe-se uma inteira relação com o texto webjornalístico. Isso é perceptível, porque, para se ter denotação, que está muito presente na função referencial, necessário é que o texto imponha objetividade, clareza, transparência, além de apresentar a total impossibilidade de entender o texto de forma ambígua.

É, a função referencial, nessa perspectiva, algo não só presente, mas necessário ao *modus operandi* do profissional que trabalha nas redações web. Os textos produzidos no webjornalismo não podem ser obscuros, ininteligíveis, imperceptíveis, que exijam uma postura extremamente filosófica, contemplativa. Jornalismo *web* pode gerar reflexões, mas a partir de textos claros, diretos,

evidentes, explícitos, notórios, acessíveis, revestidos de entendimento por parte dos interlocutores, sobretudo pela não prevalência metafórica.

Embora ocorram lampejos de metaforicidade, como se percebe em qualquer jornalismo *web*, o que é prelevante, nas redações webjornalísticas, é o texto interacional que, só é interacional, em função de uma linguagem que se faz a partir do processo denotativo, caracterizador da função referencial. Não se pode acentuar uma textualidade em que ocorra o princípio da conotação, da abstração linguística, quando se quer interagir com os interlocutores que, como se sabe, são vários nas dimensões social, política, econômica, racial, etc.

Os vários seres que interagem com o webjornalismo precisam, através da linguagem, ser alcançados, no sentido de que compreendam o fenômeno linguístico empregado pelo webjornalismo. A marca linguística tem que ser marcante, na perspectiva do se fazer claro. Tem que impor a percepção do que há nas páginas do webjornalismo, levando o internauta à saciedade interpretativa, à inibição constante da ausência de absorção de tudo o que se faz no webjornalismo de nossos dias.

Essa saciedade interpretativa, citada no parágrafo anterior, também é produto do fato de que, para ser denotativo, característica relevante da função referencial, o texto do webjornalismo assumiu de vez um agir que não mais admite a imprecisão dos significados. Significantes, aqui, são organizados a partir da inquestionável ideia de fazer ler, não apenas de forma funcional. A organização e seleção dos significantes é tão laboratorial, planejada, que dá, ao leitor, o direito inalienável de entendimento do texto produzido no webjornalismo.

Ainda no campo da relação entre função da linguagem chamada referencial e webjornalismo, numa clara relação híbrida entre linguagem e webjornalismo, necessário é lembrar que outras imposições se realizam, já que não haverá, nem em sonho, a possibilidade de se fazer jornalismo com aspectos referenciais, sem a produtividade de textos impessoais.

A produção do webjornalismo, hoje, evidencia-se por uma produtividade textual, necessariamente, impessoal, num esforço inimaginável do redator, que buscará uma total ausência de registro do eu linguístico. Isso tornará o texto uma realização macro, jamais micro. Esse agir também proporcionará maior credibilidade à produção textual das redações web, já que não se imporá o pensamento de um

ser, mas do todo, muito mais significativo que um fazer textual que desenvolva parecer unilateral.

Impessoalidade, como se acabou de verificar, na perspectiva do webjornalismo, não deve ser presente nos textos produzidos por esse tipo de mídia, até porque o caráter informativo do próprio jornalismo, o que inclui o webjornalismo, tem que diminuir, exacerbadamente, a percepção do redator. Aquele que produz o texto ou qualquer outro elemento que constitui o que se nota no webjornalismo, precisa entender que quanto maior for a anulação da subjetividade, melhor será o texto. Cabe, nesse caso, a discrição total do que escreve, do que produz textualidade webjornalística.

Essa realidade, a do não subjetivismo no espaço webjornalístico, tem sido uma construção cada vez mais evidente. Isso é perceptível quando, por exemplo, se nota o quanto o avanço da terceira pessoa, no texto web, tem se tornado regramento. O eu, diferente da terceira pessoa, sempre teve a capacidade de inserção da opinião daquele que escreve e isso, na perspectiva do texto webjornalístico, é um mal incalculável, já que, além de descaracterizar o texto a ser aplicado ao jornal, procura impor aos interlocutores uma influência desnecessária. Quanto menor for o nível de percepção do eu que está por trás do texto, melhor e mais eficiente será a prática dos que fazem webjornalismo.

Importante também é insistir em afirmar que a primeira pessoa, o eu literário, a subjetividade, não deve ser instituída nem nos casos em que a primeira pessoa se realiza através da terceira pessoa do discurso. Isso, evidentemente, quando o texto tem caráter apenas informativo. A preocupação é com a reprodução exata do fato que se está informando. Não se está, nesse instante da pesquisa, se tratando de textualidades que, por exemplo, buscam inibir práticas hediondas, inadmissíveis. Nesses casos, não só cabe a inserção do eu jornalístico, como também o explícito repúdio a práticas espúrias, apócrifas.

A pesquisa, nesse momento, depois de verificar a presença das funções referencial e conativa, marcas do jornalismo web, passa a avaliar a presença e importância de uma função que apresenta graus de semanticidade mais voltados para uma linguagem conotativa, não como forma prevalecente do todo webjornalístico, mas como um fator linguístico presente.

É a chamada função poética que, aqui, não será tratada como a presença de poesias, o que pode ocorrer no espaço webjornalístico, porém de forma diminuta. O que será enfatizado é o fenômeno da abstração, conotação, metaforização que, como já se disse, não é prevaiente em instantes em que se quer tratar da realidade dos fatos.

Esse fenômeno conotativo ocorrerá, basicamente, em gêneros textuais que visitam o webjornalismo. Crônica, obituário, reportagem, perfil, biografia e história de interesse humano são exemplos significativos da impactação do conotativo no webjornalismo praticado em nossa contemporaneidade.

Não se avaliará cada gênero textual que se acabou de citar. Privilegiada será a análise de um gênero textual, a que nos coloca a figura do cronista, tão especialmente tratado pelo espaço onde se faz webjornalismo. A crônica, sabe-se muito bem, até se confunde com o próprio jornalismo e que, por isso, não pode ser esquecida. Na pesquisa, de forma sucinta, se verificará a crônica como um agente de hibridização no espaço webjornalístico. Primeiramente, analisar-se-á o que se define como crônica.

Para início de conversa, a crônica é um gênero narrativo. A origem do termo, que tem seu estado fetal no mundo grego, já indica essa realidade. Cronos era o deus grego do tempo. A ideia é de um texto que está ligado à narrativa de fatos, dentro de uma ordem cronológica, assim como também o tratamento de temáticas do tempo presente, da atualidade, modernas, do hoje, do agora, do iminente.

A crônica, ao se fazer realidade no webjornalismo, tem o objetivo de tratar de fatos do dia a dia. Na ambiência do webjornalismo, a crônica será diária ou semanal. Em qualquer espaço jornalístico, o que inclui o webjornalismo, fazer crônica implica na não preocupação em se trabalhar com a exatidão da notícia, com o noticiário cirúrgico, retratador fiel dos fatos.

Para se ter crônica dentro do webjornalismo, diferente da denotação do referencial informativo, tratado aqui nesta pesquisa, mister é identificar um olhar, uma certa subjetividade, uma certa imposição emocional, uma análise a partir de um ângulo diferenciado, com certas especificidades.

Embora a temática seja comum a todos os leitores, interagentes, internautas, acima de tudo os leitores urbanos, já que prevalece nesse tipo de texto as problematizações do *modus operandi* urbano, percebe-se uma interpretação, um olhar, uma análise específica que, de repente, pode ser diferente do comum. Nesse caso, faz-se perceber um ser, uma pessoa, um cronista, dando o seu parecer dos fatos comuns da vida urbana, dando a este ser até a possibilidade de brincar com as palavras. Nessa brincadeira com o texto surge a possibilidade da conotação, da abstração linguística, do signo sendo avaliado numa perspectiva semântica não literal, não dicionarizada.

A crônica, no webjornalismo, é, necessariamente, agente de temáticas contemporâneas. O pretérito se faz jaz na crônica do jornalismo dos dias atuais. Na crônica se privilegia o que se tem de mais presente na cultura dos indivíduos, o que poderia levar a um interesse maior por parte dos leitores desse tipo de texto que, na realidade, não possuem tanta acessibilidade, principalmente porque interagem muito mais com práticas filosóficas de leitura. Embora seja um texto que registre fatos até simples da vida diária, não se pode afirmar que a crônica seja capaz de gerar acessibilidade aos mais simples, sobretudo ao que diz respeito à competência interpretativa.

A leitura da crônica, mesmo que diante de temáticas cotidianas, pode até ser entendido como um texto com um certo grau de hermeticidade. Não há como negar que a leitura da crônica exige um interlocutor mais contemplativo. Essa contemplação se dá porque os signos linguísticos abraçam posturas semânticas que só se tornam perceptíveis a um grupo mais seletivo de pessoas.

O que se quer construir é que a crônica, mesmo no espaço webjornalístico, dependerá de assessoramento de pressupostos literários, caracterizadores desse gênero textual. Do ponto de vista literário, o jogo verbal é muito claro e perceber isso será fundamental, para que se entenda o gênero textual chamado crônica que, se sabe, interage com o jornalismo.

Como se trata de fatos, narrações, a crônica será influenciada pelo jornalismo, ao exigir do cronista um olhar atento à realidade dos fatos cotidianos. Esse olhar jornalístico, assessorado pelos saberes literários, perceptíveis no jogo verbal notado na crônica, faz lembrar da hibridização citada no início da análise da

crônica no espaço webjornalístico. São interacionais, interconectados, híbridos, na dimensão do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Dentre as fronteiras que, na perspectiva desta pesquisa, são interpretadas como pontes, interações híbridas, a fronteira da linguagem está profundamente ligada ao webjornalismo. Interagem, porque estabelecem relação de interdependência eterna. Jamais serão encaradas como dissociáveis. Unicidade ininterrupta é o que se percebe entre linguagem e jornalismo, de tal forma que a abertura dada pelo jornalismo, implicou nas possibilidades diversas de registros linguísticos. Isso foi perceptível, sobretudo porque variantes de toda a natureza, de acordo com o que se analisou, foram abraçadas pelo webjornalismo, numa interação com o todo linguístico, sem nenhuma espécie de preconceito em relação aos signos que, em certos momentos, apresentaram um alto grau de gramaticalidade e em outros não. Pode-se, por essas razões, afirmar que não há como evitar a ideia do híbrido entre os saberes linguísticos e jornalísticos, na dimensão do que durante toda a pesquisa se chamou de égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de se verificar, exaustivamente, o fenômeno égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas, não há como indicar a importância extrema de se perpetuar um webjornalismo globalizado, híbrido e sem a menor perspectiva de um *modus operandi* jornalístico diferente do que, como constantemente se falou, veio para ficar.

De fato, é essa a postura a ser seguida. Um webjornalismo com a possibilidade de ser exitoso, passa por práticas de natureza híbrida, envolvidas pelo caminho da interseção com os saberes além do jornalismo, mais especificamente o praticado no espaço web. Se quiser avançar, o profissional que labuta nessa área precisa abandonar a pretérita forma de se fazer jornalismo. Já não há, como havia há algumas décadas, um trabalho webjornalístico eficiente, porém desconectado com as áreas diversas, bastante avaliadas nesta pesquisa.

Uma ação eficiente, como várias vezes aqui foi colocada, precisa seguir uma linha, ou melhor, a linha da hibridização que, conforme o que foi aqui defendido, está presente nos instrumentos da prática webjornalística. Serão, por exemplo, os instrumentos tecnológicos híbridos que darão, ao jornalista web, aquilo que, não de forma periférica, mas essencial se impôs como indispensável.

O sucesso passará pelas habilidades que deve ter o webjornalista no que diz respeito às tecnologias híbridas, globalizadas, convergentes. O próprio mercado, também de profunda relação com o fundamento da globalização, tornou inadmissível um agir jornalístico não híbrido, sem o poder de elaborar um webjornalismo que, só será fascinante, se o profissional se apropriar da competência, das habilidades tecnológicas convergentes.

O estar à disposição em adquirir, na prática, habilidades, por exemplo, do aparelho híbrido, tratado nessa pesquisa de tecnologias convergentes, não pode, em hipótese alguma, inexistir na produção webjornalística. É isso que dará a

funcionalidade que se quer no instante híbrido de nossa contemporaneidade. Perceber essa realidade, já não se trata de questões sugestivas, mas de imperativos instaurados, de forma pétrea, pelo fenômeno da hibridização, do égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Apenas com os saberes das tecnologias convergentes é que o webjornalismo passará a interagir com a interatividade tão caracterizadora desse meio jornalístico. Somente quando se interage, a partir das ferramentas tecnológicas convergentes, é que se identificará uma relação que demonstrará o quanto se está agindo de forma imática, persuasiva, gerando encanto, tanto em profissionais, quanto nos interagentes, repetidamente chamados de interlocutores nesta pesquisa.

Como se está, nesse instante conclusivo, falando tanto de atitudes exitosas do webjornalismo, que precisa ser híbrido, não se pode esquecer que esse sucesso tão sonhado, será realidade, sobretudo quando se perceber interatividade, não ingênua, mas crítica, levando o internauta a deixar de ser um simples mensageiro, tornando-se um poderoso meio de produção jornalística. Doar-se a esse tipo de interatividade, necessariamente, é o agir que veio para ser e não apenas estar.

Acredita-se que, nessa interatividade, crítica, não ingênua, o profissional do webjornalismo, ao deixar o nicho histórico que ocupava, através das ações pretéritas do fazer jornalístico, se tornará um ser de extrema relevância, jamais com o empoderamento da pessoa, mas do *modus operandi* do webjornalismo híbrido, globalizado, égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Interatividade das pessoas, mas também interatividade das diversidades culturais. É isso que se impõe ao webjornalista. Pensar, como alguns, de forma infeliz, pensavam, afirmando que jornalismo era uma prática que, pela excelência de sua prática, deveria caminhar de forma unilateral, deve ser incinerado.

No webjornalismo híbrido, globalizado, com a cara do égua paidéguia, com infinitas léguas de tréguas, o grau de interatividade cultural precisa ser ainda mais presente, não só na presente, mas nas futuras contemporaneidades do webjornalismo. Fazer isso, não só absorve a ideia de interdependência dos fenômenos culturais e jornalismo, como também desconstrói aqueles que, não se sabe o porquê da existência dessas figuras retrógradadas, se intitulam como

sobreviventes de um jornalismo sem mácula, sem a interferência da hibridização, que de maculante nada tem.

A ação que atrai fronteiras outras deve ser a base do webjornalista híbrido, exigido pelo mercado do tempo hoje. Não se pode mais ter um outro sentimento. Ficar estupefato, somente se a realização do webjornalismo se imaginar com a presença de muros e não pontes. Faz-se imposição, ao webjornalista e às redações web, uma urgente relação de proximidade com outras ambiências culturais.

Esse agir levando em consideração culturas outras, não está apenas ligada à identificação de uma prática híbrida, globalizada, égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas. Passa pela própria existência, sobrevivência do webjornalismo de hoje e das gerações futuras. O profissional do webjornalismo precisa se perceber %efém+ de saberes culturais outros, sobretudo pela força mercadológica que impõem.

Fazer webjornalismo, na atual contemporaneidade e nas futuras, há alguns anos, como até se notou nesta pesquisa, deixou de ser parte apenas da ambiência das redações *web*. É muito mais que isso. Passa, como se verificou em alguns instantes desta pesquisa, pela necessária interação entre jornalismo e propaganda, não apenas na realização diretamente ligada ao espaço web, mas também na força econômica que a publicidade insere no espaço web.

O *modus operandi* do webjornalismo híbrido não se faz apenas na dimensão das redações e isso exige do profissional um agir que abrace a dimensão da administrabilidade do negócio webjornalístico, que está muito mais voltado à relação com o que não é inerentemente jornalístico, mas que deve desse fazer parte. Isso também é de natureza híbrida. Sugere que fazer webjornalismo é tratar, só nesse caso, com ambiências culturais ligadas ao jornalismo, publicidade, administração e economia. Ou o profissional do webjornalismo passa a agir dessa forma, ou a queda será iminente e eminente.

Ao se tratar, de uma forma tão intensa do fenômeno da hibridização webjornalística, não se quis ratificar a ideia de que se deve atomizar valores culturais, como o que chamamos de cibernetismo, até porque, na perspectiva híbrida, égua, paidégua, com infinitas léguas de tréguas, se deixou muito claro que

o chibernetismo está no fenômeno da hibridização, faz parte dela, tornou-se um ser dentre outros seres, numa ação interagente e imanente.

Na análise dos Portais ORM News e Diário Online, o que se desejou construir foi uma dinâmica que estimulasse o profissional do webjornalismo a internalizar e aplicar os valores que intimidam o antagonismo entre culturas regionais e globais. Esse enfrentamento foi e deve ser desconstruído. Não deve ser vivenciado pelo webjornalista, em hipótese alguma, pois não se quer diminuir o agir jornalístico que, historicamente, privilegiou a geografia cultural onde se faz webjornalismo.

Na construção da prática webjornalística híbrida, o fazer jornalístico que impunha as concepções culturais recheadas de especificidades precisa apenas se incluir no todo. Isso não é anulação, mas inserção. Não separa, mas acopla. Converge para a concepção híbrida. Lembra sempre que, no todo, está o regional, absolutizando o indissociável, o égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Facilitar a indissociabilidade deve ser a intenção de todo o que quer fazer webjornalismo produtivo, digno de aceitabilidade. É um arquétipo adquirido, produto do fenômeno da hibridização. Está no inconsciente das redações onde se realiza o webjornalismo globalizado, híbrido, égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas.

Essa ideia não é inconclusa, muito menos efêmera. Deve estar no ardente desejo de quem quer se perpetuar na ambiência do jornalismo *web*. Não há como, nesse instante, aceitar a possibilidade de arquétipos contraditórios ao da hibridização, da globalização, na perspectiva trazida pela estrutura frasal égua, paidéguia, com infinitas léguas de tréguas, do Pará para o mundo, sem nenhuma espécie de fronteiras, mas de pontes interagentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Gastão Thomaz de. **Imprensa do interior- um estudo preliminar**. São Paulo: IMESP/DAESP, 1983.

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

BARBOSA, Elisabete (2001). **Interatividade: A grande promessa do jornalismo online**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>. Acesso em 22 de junho de 2017.

BARBOSA, Suzana (2001a). **A Informação de Proximidade no Jornalismo Online**. Seminário de Pesquisa da Faculdade de Comunicação Facom - UFBA. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_barbosa_informacaoproximidade.pdf Acesso em 22 de junho de 2017.

BARBOSA, Suzana (2002). **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e oi Bahia**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzanaportais-mestrado.pdf>. Acesso em 22 de junho de 2017.

BARBOSA, Suzana. **Bases de dados e Webjornalismo**: em busca de novos conceitos. In: Mesa Novas Tecnologias/Novas Linguagens do 4o Congresso da Sopcom. Universidade de Aveiro, Santiago . PT. 20 e 21 de Outubro de 2005.

BASTOS, Helder, (2000) **Jornalismo Eletrónico É Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redações**, Minerva ,Coimbra.

BOLTER, Jay David. **Writing Space: computers, hypertext, and the remediation of print**. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo - considerações gerais sobre jornalismo na web**. Universidade da Beira Interior . Portugal,BOCC, 2001. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.htmlAcesso em 22 de junho de 2017.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Universidade da Beira Interior, Portugal. 2006.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1998

CANCLINI, Nestor García. **As culturas populares no capitalismo**. Tradução Cláudio Novaes Pinto Coelho. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CHALLUB, Samira. **Funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 1987.

CORREIA, João Carlos. **Jornalismo regional e cidadania**. Universidade Beira do Interior: Portugal. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.html>>. Acesso em 21 junho 2017.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**. Rio de Janeiro: Editora, 1995-1997.

DÍAZ NOCI, Javier; AYERDI, Koldo Meso. **Periodismo en Internet: modelos de la prensa digital**. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1999.

DÍAZ NOCI, Javier. **Hacia dónde va el periodismo en Internet?**, 2005, in: <http://www.ehu.es/diaznoci/Arts/A33.pdf>. Acesso em 22 de junho de 2017.

DÍAZ NOCI, Javier. **La escritura digital**, 2002, in: <http://www.ehu.es/diaznoci/Arts/A32.pdf>. Acesso em 22 de junho de 2017.

DREVES, Aleta. et al. **Estudo de Webjornalismo Comparado**: as peculiaridades nas formas de transmissão da informação. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso em 11 de abril de 2016.

FADUL, A. **Decadência da cultura regional: Influência do rádio e da TV**. IN: Comunicação e incomunicação no Brasil. São Paulo: Loyola, 1976.

FILHO, J. Amaral. **A endogeneização no desenvolvimento local e regional**, in Planejamento e Políticas Públicas- PPP, IPEA. Brasília. 2001.

GIBSON, Willian. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 1984.

GILLMOR, Dam. **We the Media** . Grassroots by the people, for the people. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004.

GONÇALVES, Elias M. O jornal digital como epicentro das redes de circulação das notícias. **Pauta Geral**, ano 9, n.4, Ed. Calandra, 2002.

GONÇALVES, Elias M. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**, Disponível em: http://bocc.ubi.pt/_texto.php3?html2=machado-elias-ciberespaço-jornalisntas.html. Acesso em 22 de junho de 2017.

GONÇALVES, Elias M. **A necessidade da pesquisa aplicada no jornalismo digital**, Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/portoalegre.doc>. Acesso em 22 de junho de 2017.

GONÇALVES, Elias M. **La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. Tese de Doutorado (Comunicação) . Universidade Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

GONÇALVES, Elias M. Jornalismo na Internet. **Pauta Geral**. Ano III, No. 4, ma/ago, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HATOUM, Milton. **Relato de um Certo Oriente**. Companhia De Bolso, 1989.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.

JACKS, Nilda Aparecida. **Mídia Nativa: indústria cultural e cultura regional**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JESPERS, Jean-Jacques. **Jornalismo Televisivo**. Coimbra: Minerva, 1998.

KEHL, Maria Rita. Visibilidade e Espetáculo. In: BUCCI, Eugênio, KEHL, Maria Rita(orgs.). **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

KOCH, Tom. **Journalism for the 21 st Century**. Online information, electronic databases and the news. New York: Praeger, 1991.

LANDOW, George. **Hipertexto : la convergência de la teoría crítica contemporánea y la tecnología.** Buenos Aires: Paidós, 1995.

_____. **Hypertext 2.0: the convergence of contemporary critical theory and technology.** Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais,** 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Acesso em 22 de junho de 2017.

LEMOS, André. **Estruturas Antropológicas do ciberespaço,** 1996. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/estrcy1.html>. Acesso em 22 de junho de 2017.

LEMOS, André. **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Rio de Janeiro . RJ: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O ciberespaço como um passo meta evolutivo.** In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. *A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário.* Porto Alegre: 2ª Edição, Sulina, 2008.

LEVINSON, Paul. **New new media.** 2ed. Boston: Pearson, 2013.

LÓPEZ, García (2004). **Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información em los ámbitos de proximidad,** Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

LÓPEZ, García (2008). **Ciberperiodismo em la proximidad.** Sevilla: Comunicación Social.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 3. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.
_____. **A televisão levada a sério**. 5. Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.
_____. Fim da televisão? **Revista Famecos**. Mídia e Tecnologia. Porto Alegre: PUCRS, janeiro/abril 2011.

MACHADO, Elias. et al. **O Jornalismo digital no Diário.com.br**: modelos de produção e conteúdos no Diário Catarinense Online. Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), 2008.

MACHADO, Elias. & PALACIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada ao GJOL**. In: LAGO, Claudia. & BENETTI, Márcia. Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Comunicación masiva**: discurso y poder . Quito: Epoca, 1978.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de la transnacionales**. In: Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica. México: FELAFACS/GG, 1987.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Desafios à pesquisa em comunicação na América Latina**. Boletim da Intercom, n. 49/50, 1984

MARTIN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. México: GG Editores, 1987b.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Pre-textos. **Conversaciones sobre la comunicación sus contextos**. Cali: Centro Editorial Universidad del Valle, 1995.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Procesos de comunicación y matrices de cultura**. México: Ediciones GG, 1987c.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Televisión y melodrama**. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (Understanding media). 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: Uma Contribuição para o Estudo do Formato da Notícia na Escrita Hipertextual**. Tese de Doutorado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. Salvador, 2003.

_____.; PALACIOS, Marcos. **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual**. 2001.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias, PALACIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

NIELSEN, Jakob. **Horizontal Attention Leans Left**. Alertbox, April 6, 2010. Disponível em www.useit.com/alertbox/horizontal-attention.html. Acesso em 12 de maio de 2018.

_____. **Scrolling and Attention**. Alertbox, March 22, 2010. Disponível em www.useit.com/alertbox/scrolling-attention.html. Acesso em 17 de março de 2018.

OLIVEN, Ruben George. **Industrialização, urbanização e meios de comunicação de massa**. In: MELO, José Marques de (org.). Comunicação e transição democrática. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, informações e memória**. Comunicação apresentada nas jornadas de Jornalismo Online. Porto: Universidade de Beira Interior, 2002.

PERUZZO, Cicilia (2003). **Mídia local, uma mídia de proximidade. Local media: A mediaofproximity.** Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/5105/4723>. Acesso em 22 de J de 2017.

PLAZA, Julio. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectivas, 2001.

PELLANDA, Eduardo Campos. **Mobilidade e personalização como agentes centrais no acesso individual das mídias digitais**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Agosto de 2007.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica e Filosofia**. 9. ed. São Paulo: Cultrix, 1993.

PRIMO, Alex . Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação. In: Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro. (Org.). **Convergências Midiáticas: produção ficcional - RBS TV. Convergências Midiáticas: produção ficcional - RBS TV**. Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 21-32.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/512>>. Acesso em: 20 dez. 2017.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007

PRIMO, Alex. **Interatividade**. In: SPYER, Juliano. Para Entender a Internet . Noções, práticas e desafios da comunicação em rede. 2009.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In: BUCCI, Eugênio, HAMBURGER, Esther(org). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário.** São Paulo: Fundação Perseu Abram, 2000.

QUADROS, Claudia Irene de. A participação do público no webjornalismo. In: **Revista Ecompós**, Florianópolis, nov. 2005. Disponível em <<http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/56/56>>. Acesso em: 21 fev. de 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais.** In: SPYER, Juliano. Para Entender a Internet . Noções, práticas e desafios da comunicação em rede. 2009.

RIBEIRO, Juliana (2005). **Jornalismo regional e construção da cidadania: O caso da Folha da Região de Araçatuba.** Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/ribeiro-juliana-jornalismo-regional-construcao-cidadania.pdf> Acesso em 17 de Fevereiro de 2015.

RODRÍGUEZ, Lourdes Martinez. **La Participación de los Usuarios en los Contenidos Periodísticos de la Red.** In: GARCÍA, Guillermo López. El Ecosistema Digital. Valencia: 2005. p. 269-332. Disponível em: <<http://www.uv.es/demopode/libro1/>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias.** São Paulo: Experimento, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **Potenciais e desafios para a comunicação e inovação.** Comunicação e Inovação. São Caetano do sul, v. 8, n. 14, jan./jun. 2007

SANTI, Vilso Junior Chierentin. **O processo de apuração no Webjornalismo de quarta geração.** ECO-Pós, v.12, n.3, setembro dezembro 2009, p. 181-194.

SANTOS, Sofia (2007). **Imprensa Regional. Temas Problemas e Estratégias da Informação Local**. Lisboa: Livros Horizonte.

SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo** . A composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos. Tese apresentada no Programa de Pós -Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, Bahia. 2008.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. 30. ed. São Paulo: Cultrix. 2001

SILVA JR. José Afonso. **Jornalismo 1.2**: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo. (Dissertação de mestrado), Facom/UFBA, 2000

SMITH, C. e T. Mayes. **Telematics Applications for Education and Training: Usability Guide**. Comission of the EuropeanCommunities, DGXIII Project, 1996.

STRAUBHAAR, J. & LAROSE, R. **Comunicação: mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2004.

TARGINO, Maria das Graças. **Biblioteconomia, Informação e Cidadania**. IN: Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG. Belo Horizonte, v.20, n2, 1991.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade** . uma teoria social da mídia. Petrópolis: Ed. Vozes,1998

TILBURG, João Luís Van. Arquitetura do Espaço-Tempo televisivo. In: NETO, Antônio Fausto, PINTO, Milton José (orgs). **O indivíduo e as mídias**: ensaios sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro. Diadorim, 1996.

TRIVINHO, Eugênio. **A condição glocal**: configurações tecnoculturais, sociopolíticas e econômico-financeiras na civilização midiática avançada. São Paulo: Annablume; FAPESP, 2014.

_____. **A dromocracia cibercultural**: logica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **Glocal** : visibilidade mediática, imaginário bunker e existência em tempo real. São Paulo: Annablume, 2012.

TUAN, Yi- Fu. **Espaço e Lugar**. São Paulo: Difel, 1983. 250p. Disponível em <http://www.anuario.igeo.ufrj.br/anuario_1998/vol21_09_20.pdf>. Acesso em: 21 de junho.2017.

VIEIRA, Soraya Maria Ferreira. **A repetição nos programas televisuais**: casos de linguagem. In: Líbero, São Paulo, v.3, n.6, Ano III, 2º sem. 2000.

VIEIRA, João (2009). **O Jornalismo De Proximidade na era digital: análise funcional da edição online do Jornal da Mealhada**. Disponível em: <https://bdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/10284/1080/3/JOAOVIEIRA.pdf>. Acesso em 22 de junho de 2017.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo. Ática, 1996

WURMAN, R. S. **Ansiedade de informação 2**: um guia para quem comunica e dá instruções. São Paulo: Editora de Cultura, 2005.

ZELIZER, B. **Í Journalism and the academy**. In: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T.(orgs). The handbook of journalism studies. Nova York: Routledge, 2009.