



O ciberjornalismo em *OLIBERAL.com*¹

Maíra Evangelista de Sousa²

Universidade da Amazônia (UNAMA) | Universidade Federal do Pará (UFPA)

Giovanna Figueiredo de Abreu³

Universidade da Amazônia (UNAMA)

Resumo: De tradição impressa, o jornal *O Liberal* foi o primeiro periódico do estado do Pará a disponibilizar conteúdo noticioso nas plataformas digitais. Em 2018, tanto a produção quanto os produtos do *Grupo O Liberal de Comunicação* passaram por transformações. Nesse sentido, o foco deste artigo está no novo portal de notícias *OLIBERAL.com*. O objetivo é analisar de que forma o *OLIBERAL.com* utiliza as sete características do ciberjornalismo (hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, memória, instantaneidade e ubiquidade) (CANAVILHAS, 2014a). De caráter exploratório, o estudo combina técnicas qualitativas e quantitativas. A análise foi realizada a partir de notícias publicadas pelo ciberjornal no período de 02 a 08 de julho de 2019.

Palavras-chave: Jornalismo Digital; Ciberjornalismo; Convergência Jornalística; Portais; *OLIBERAL.com*.

¹ Esta pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) via bolsa de Pós-Doutorado (PPGCOM/UFPA) e de Mestrado (PPGCLC/UNAMA).

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) e dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da Universidade da Amazônia (UNAMA). Pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM/UFPA). Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). É membro dos Grupos de Pesquisa "Interações e Tecnologias na Amazônia - ITA" (UFPA/UNAMA/CNPq), "Laboratório de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação" - InovaCom (UFPA) e "Laboratório de Edição, Cultura & Design - LEAD" (UFRGS/CNPq). E-mail: maira.evangelistadesousa@gmail.com

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) da Universidade da Amazônia (UNAMA). Graduada em Jornalismo pela Universidade da Amazônia (UNAMA). É membro do Grupo de Pesquisa "Interações e Tecnologias na Amazônia - ITA" (UFPA/UNAMA/CNPq) E-mail: giovannamfigueiredo@gmail.com

1. Introdução

O jornalismo produzido para circulação e consumo em plataformas digitais já tem mais de duas décadas de história. Em um contexto de convergência jornalística (KOLODZY, 2006, 2009; SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010), os tradicionais veículos noticiosos que construíram sua identidade e credibilidade na publicação impressa, se adaptam e investem em outros produtos para conquistar novos públicos e manter o antigo, simultaneamente. Desse modo, os vínculos estabelecidos historicamente entre jornais impressos e público – os contratos de comunicação (CHARAUDEAU, 2007), têm deslocado cada vez mais para as plataformas digitais (GRUSZYNSKI, 2012).

O jornal *O Liberal* é um dos principais periódicos da região Norte do Brasil. Em circulação desde 15 de novembro de 1946, integra o *Grupo Liberal de Comunicação* desde 1966, sendo considerado o diário mais antigo em circulação do estado do Pará (CASTRO; SEIXAS, 2013). Ele foi o primeiro jornal paraense a disponibilizar conteúdo jornalístico nas plataformas digitais. Em 1997, o site *O Liberal Online* entrou na internet “transpondo as matérias consideradas mais importantes” do impresso (SOUSA, 2008, p. 45). Mais tarde, em 29 de abril de 2004, o site *O Liberal OnLine* deu lugar ao *Portal ORM* (SOUSA, 2008). E em 2019, o Grupo *O Liberal de Comunicação* anunciou novas mudanças. Dentre elas, o novo portal – o *OLIBERAL.com*⁴, a integração das redações dos veículos do Grupo (impresso, rádio, televisão e portal) e o novo projeto gráfico para o jornal impresso.

Diante dessas transformações, o foco deste artigo está no novo ciberjornal⁵ do Grupo. Assim, o objetivo da pesquisa é analisar de que forma o *OLIBERAL.com* utiliza as sete características do ciberjornalismo⁶ (hipertextualidade, interatividade, multimídia⁷, personalização, memória, instantaneidade e ubiquidade) (CANAVILHAS, 2014a).

⁴ Disponível em: <https://www.oliberal.com/>. Acesso em: 02 jul. 2019.

⁵ Usamos o termo ciberjornal para falar do jornal produzido para as plataformas digitais, no caso, o portal.

⁶ Devido ao entendimento de que todos os processos e práticas jornalísticas atualmente ocorrem por meio de tecnologias digitais, optou-se, neste artigo, pelo uso do termo ciberjornalismo em referência ao jornalismo disseminado em suportes digitais e/ou digitais móveis.

⁷ Optamos por usar a expressão no português brasileiro.

De caráter exploratório, o estudo combina as seguintes técnicas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, coleta de dados, descrição e análise. Ele utiliza as abordagens quantitativas e qualitativas de forma combinada, com o objetivo de enriquecer a argumentação e explanação do trabalho (GIL, 1999; FRAGOSO, RECUERO; AMARAL, 2011). A análise utiliza o portal de notícias *OLIBERAL.com* como objeto empírico a fim de identificar de que forma produção jornalística do ciberjornal se apropria ou não das sete características do ciberjornalismo (CANAVILHAS, 2014a). Para esta investigação, foram examinadas 59 notícias em destaque em *OLIBERAL.com*. Elas foram coletadas diariamente, no período de 02 a 08 de julho de 2019, sempre às nove horas da manhã.

2. Ciberjornalismo

Com as tecnologias digitais altera-se a noção de espaço, tempo e velocidade. Surgem novas formas de coletar e apurar informações, diferentes lógicas de fluxos comunicacionais e de produção, possibilidades de interação, novos geradores de conteúdo, além de inovadoras ferramentas e recursos multimídias ligados ao desenvolvimento do ciberjornalismo.

No início do século XXI, as principais transformações do jornalismo frente às plataformas digitais referiam-se às linguagens e aos conteúdos, à reorganização do trabalho dos jornalistas, à estrutura das redações e da indústria da informação, à relação entre veículos, jornalistas e o público e à reestruturação dos processos de produção e de circulação (MACHADO, 2000; PAVLIK, 2001), transformações diretamente relacionadas aos processos de convergência jornalística. Nesse sentido, “o fenômeno da convergência tecnológica influenciou diretamente a conformação das empresas jornalísticas, possibilitando a convergência jornalística, a integração das salas de redação, a publicação multiplataforma e, com ela, sua renovação.” (BARBOSA, 2016, p. 53).

Depois de duas décadas de história, as plataformas digitais passaram a ser reconhecidas como protagonistas do jornalismo (SALAVERRÍA, 2016, p. XXVI).

Embora os jornais impressos representem uma porção significativa na rentabilização financeira, "priorizar o conteúdo informativo online representa um olhar para o futuro, buscando garantir que as novas gerações de leitores consumam o que foi produzido por empresas profissionais." (LENZI, 2017, p. 25).

O desenvolvimento do ciberjornalismo está diretamente relacionado à cultura da convergência (JENKINS, 2009) e, por conseguinte, à convergência jornalística (KOLODZY, 2006, 2009; SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010). Para Jenkins (2009, p.30), a cultura da convergência “refere-se ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”, o que envolve transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais.

Já a convergência jornalística é explicada por Kolodzy (2006, 2009) como uma forma de pensar os processos de produção e de entrega de notícias, usando o potencial máximo de cada mídia e reforçando a missão principal do jornalismo: “[...] informar o público sobre o mundo da melhor maneira possível.” (KOLODZY, 2009, p. 32, tradução nossa). Por sua vez, Salaverría, Avilés e Masip (2010), definem a convergência jornalística como um processo provocado pela implantação de tecnologias digitais que ocorre em distintas dimensões afetando os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial das organizações de notícia.

Nessas mais de duas décadas de história, as fases de desenvolvimento do ciberjornalismo foram sistematizadas por distintos autores (CABRERA GONZÁLEZ, 2000; SILVA JÚNIOR, 2000; PAVLIK, 2001; PRYOR, 2002; MIELNICZUK, 2003; BARBOSA, 2008; SCHWINGEL, 2012). Com o uso e a apropriação de suportes digitais móveis pelo jornalismo, Barbosa (2013) propõe uma nova fase para classificação da evolução do ciberjornalismo. A quinta geração é impulsionada por plataformas digitais móveis e caracterizada pela medialidade. Assim, o cenário passa a ser, segundo a autora, “de atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos, o que resulta num continuum multimídia de cariz dinâmico.” (BARBOSA, 2013, p. 33). Nesse sentido, “não somente o ciberjornalismo,

mas também o jornalismo impresso, o radiojornalismo e o telejornalismo são produzidos a partir de tecnologias digitais (SOUSA, 2018, p. 46).

Durante os primeiros anos do ciberjornalismo, diversos autores buscaram também caracterizar essa modalidade de jornalismo. Uma das primeiras caracterizações foi proposta por Palacios (2003) e compreendia: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, customização de conteúdo/personalização, memória e instantaneidade/atualização contínua. Com a apropriação dos suportes digitais móveis pelo jornalismo, começa-se a falar em uma nova característica: a ubiquidade (PAVLIK, 2014). Com isso, Canavilhas (2014a) propõe sete características: hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade. Ao fazer uma releitura do texto de Palacios (2003), Träsel (2017) considera as características propostas por ele, contudo, apresenta, para alguns casos, outros termos que podem indicar particularidades de algumas produções: hipertextualidade, multimídia, interatividade, perenidade, instantaneidade, adaptabilidade e ubiquidade.

Para a análise deste artigo, consideraremos as características do ciberjornalismo propostas em Canavilhas (2014a).

3. Características do ciberjornalismo

Após essa contextualização sobre o ciberjornalismo, explanaremos sobre as sete características do ciberjornalismo com base em Canavilhas (2014a), para então, analisarmos o *OLIBERAL.com*.

- **Hipertextualidade**

É uma das características fundamentais do ciberjornalismo, segundo Canavilhas (2014b). O hipertexto pode ser considerado uma “tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações” (CANAVILHAS, 2014b, 04), o qual proporciona liberdade de navegação, ou seja, o leitor escolhe seu próprio percurso de leitura em rede, a partir de uma escrita não sequencial. Os blocos informativos podem ser textos, imagens fixas, imagens em

movimento, sons, infografias, dentre outros. Já as hiperligações são conexões ou links que ligam dois blocos informativos.

- **Multimedialidade**

Salaverría (2014) chama atenção para o fato de que a multimídia não é uma característica exclusiva dos conteúdos em plataformas digitais. O autor a define como a “combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem” (SALAVERRÍA, 2014, p. 30). No total, oito elementos podem constituir os conteúdos multimídia: texto, fotografia, gráficos, vídeo, animação digital, discurso oral, música e vibração. Esses elementos se referem a três sentidos (visão, audição e tato). Entretanto, para o autor, a tendência dos formatos no futuro deverá envolver e interligar os demais sentidos (olfato e paladar), de modo que os conteúdos possam apresentar como elementos também a temperatura, a forma, o aroma e o sabor.

- **Interatividade**

É considerada por Rost (2014), um dos pilares da comunicação nas plataformas digitais, bem como do próprio jornalismo nos dias atuais. Para o autor, a interatividade é a capacidade de um meio de comunicação em possibilitar maior poder de participação e visibilidade aos utilizadores, seja na seleção ou controle de conteúdos (interatividade seletiva), seja nas possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa). Para gerar possibilidades interativas de comunicação nas plataformas digitais, o autor aponta o hipertexto como uma ferramenta indispensável.

- **Memória**

No ciberjornalismo, a memória é múltipla, instantânea e cumulativa, além de representar uma quebra em relação aos meios de comunicação tradicionais, por conta da recuperação de acesso, de forma imediata, a múltiplos arquivos e da acumulação de dados ser mais viável e econômica (PALACIOS, 2002). Segundo o autor, nas plataformas digitais é possível dispor de um espaço ilimitado para a publicação de conteúdos jornalísticos, os quais podem ser resgatados a qualquer momento. Nesse sentido, tecnologias digitais como as bases de dados permitem o acionamento da memória nos textos jornalísticos. É importante destacar ainda que cada vez mais a memória está relacionada aos algoritmos e às buscas automatizadas (PALACIOS,

2014). Logo, a memória é uma característica que promove profundas transformações tanto na produção quanto no consumo da informação jornalística.

- **Instantaneidade**

A velocidade de transmissão de uma informação jornalística sempre foi uma preocupação – o próprio conceito de notícia demonstra o porquê desse cuidado, embora a periodicidade dos jornais mude de acordo com as transformações tecnológicas. Segundo Bradshaw (2014, p. 112), na era da instantaneidade em rede, na medida que as tecnologias se popularizam entre produtores e consumidores surgem novos limites a serem explorados, como “ser o primeiro a verificar, a organizar ou a agregar”. Portanto, a instantaneidade do chamado *web publishing* (publicação na Web) desenvolve novas oportunidades para os *publishers* (emissoras e editoras), que vivem a busca pelo imediatismo e pela atualização contínua. Logo, a instantaneidade se apresenta em vários aspectos, como em publicar, em consumir, e, sobretudo, em distribuir conteúdos jornalísticos.

- **Personalização**

Esta característica do ciberjornalismo pode ser apresentar de variadas formas. A mais comum, de acordo com Lorenz (2014, p. 140), é quando o utilizador pode “selecionar os temas mais relevantes para a criação de uma página com base em preferências pessoais”. Segundo o autor, também pode ocorrer quando os portais possibilitam aos leitores cadastrados determinadas escolhas, como: feito o login, a página é personalizada com o nome do usuário e apresenta notícias sobre os temas escolhidos previamente; há a possibilidade de modificar a barra de menu, alterar os formatos de apresentação visual, com cores, tipos e tamanhos de fontes; ou até a personalização temática da página ou da marca, como carnaval, por exemplo. Essa preocupação também envolve as questões de acessibilidade e usabilidade do site. A personalização é um elemento fundamental para um conteúdo provocar interesse e ser relevante, pois envolve a valorização das necessidades dos usuários, podendo abarcar desde layouts e estruturas até softwares especializados.

- **Ubiquidade**

Esta característica surge no ciberjornalismo a partir da popularização dos dispositivos móveis. É um conceito relacionado ao espaço e, segundo Pavlik (2014, p.

160), sugere que “qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real”. Além do acesso às notícias, os usuários podem participar e produzir conteúdos em qualquer lugar e momento através de seus dispositivos que são digitais, móveis e conectados à rede. Se na era da mídia analógica parecia impossível que os jornalistas estivessem em todo o lugar o tempo todo, na era digital é diferente. A conectividade móvel traz a redefinição de preceitos básicos do jornalismo.

4. Características do ciberjornalismo em *OLIBERAL.com*

Esta pesquisa exploratória (GIL, 1999) utiliza técnicas qualitativas e quantitativas. Nesse sentido, Fragoso, Recuero e Amaral (2011) afirmam que as duas abordagens possuem caráter complementar, podendo ser integradas ou sucessivas e apresentando inúmeros benefícios para a investigação. Com o intuito de analisar de que maneira o *OLIBERAL.com* utiliza as sete características do ciberjornalismo (hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, memória, instantaneidade e ubiquidade) (CANAVILHAS, 2014a), optamos por combinar as seguintes técnicas em nossos procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, coleta de dados, descrição e análise.

O objeto empírico é formado por notícias publicadas no espaço de destaque da página inicial do portal *OLIBERAL.com*, no período de 02 a 08 de julho de 2019 (a coleta foi realizada sempre às nove horas da manhã). Como corpus temos 59 matérias de *OLIBERAL.com*.

Partimos do entendimento de que em um cenário de convergência jornalística (KOLODZY, 2006, 2009; SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010), o jornal “passa a existir além do suporte/plataforma papel, tornando-se um produto multiplataforma” (SOUSA, 2018, p. 182). Nesse sentido, o Grupo *O Liberal de Comunicação* é uma marca que possui produtos jornalísticos nas mais diversas plataformas (impresso, rádio, televisão, internet – portal, sites de redes sociais, aplicativos). O nosso foco está especificamente no ciberjornal *OLIBERAL.com*

Desde 1997, o Grupo possui o ciberjornal (SOUSA, 2008), oferecendo conteúdos jornalísticos, serviços e diferentes possibilidades de acesso. Contudo, como já dissemos anteriormente, o nome e o endereço de acesso já passaram por três mudanças⁸. A última em 2018, quando o ciberjornal passou a ser chamado de OLIBERAL.com (e a ser acessado pelo domínio <https://www.oliberal.com/>). É importante destacar o discurso do Grupo, pois segundo a Vice-Presidente do *Grupo Liberal de Comunicação*, Rosângela Maiorana, esse foi um “momento de renovação, que marca a nossa permanência no mercado como líder, não só no impresso, mas nas outras plataformas do grupo” (MERCADO..., 2018, online). Já de acordo com o Editor Executivo de Digital, César Modesto:

passamos a ter um volume maior de conteúdos, tanto regionais, como nacionais e internacionais. É uma virada de chave, onde todos os profissionais - portal, jornal e rádio - passam a ter um olhar multimídia. O repórter passar a ter mais ferramentas para explorar, com vídeos, áudios, entre outros recursos (REDAÇÃO INTEGRADA..., 2018, online).

Atualmente, o portal abarca *O Liberal Digital* (versão digital do jornal impresso), os impressos *O Liberal* e *Amazônia*, *Liberal AM*, *Liberal FM*, *Lib Play*, *LibMusic*, *TV Liberal*, *Mercadão* (novo *Classificados*), além do *Conexão AMZ* (ver Figura 1). Os conteúdos são organizados de acordo com as abas principais: *Belém*, *Pará*, *Últimas*, *Economia*, *Polícia*, *Política*, *Verão*, *Esportes*, *Brasil*, *Mundo*, *Cultura*, *Colunas e blogs*, *Troppo*, *Rainha das rainhas*, *Escola do conhecimento*, *Publieditorial*, *Consulta de voos* e *Serviços*. Além do portal, o grupo também está presente nas plataformas digitais por meio dos seguintes sites de redes sociais: Youtube (8.219 inscritos), Twitter (145 mil), Facebook (185.267 mil), Instagram (104 mil) e Whatsapp (os dados foram coletados em 06 de julho de 2019).

⁸ 1997: *O Liberal Online*; 2004: *Portal ORM*; 2018: *OLIBERAL.com*.

Figura 1 - Espaço de destaque da página inicial do portal *O Liberal.com* (em 02/07/2019).



Fonte: Captura de tela.

No portal *OLIBERAL.com*, foi possível identificar aspectos que envolvem as sete características abordadas neste estudo. Observamos que, em alguns casos, as propriedades não se apresentam de forma totalmente isolada uma das outras, uma vez que podem ser complementares e se fazerem presentes em um mesmo exemplo.

A respeito da **hipertextualidade**, verificamos que do total de 59 matérias, apenas 12 utilizaram hiperlinks por meio de palavras ou frases com funções documentais e narrativas – para detalhar o conteúdo, contextualizar, encaminhar para outro site (serviço), desdobrar o assunto (suíte: jargão jornalístico para identificar links que repercutem outra matéria que podemos relacionar a característica memória) e indicar matérias relacionadas. A restrita utilização da hipertextualidade faz com que o leitor não possua opções de escolha para criar o seu próprio percurso de leitura em rede. Outro aspecto a considerar é que foram publicados onze vídeos durante o período de análise, entretanto, nenhum vídeo ou texto integrava o portal aos outros sites de redes sociais do *Grupo O Liberal de Comunicação*.

No quesito **multimedialidade**, considerando a definição de Salaverría (2014) sobre os oito elementos que podem constituir essa característica nas plataformas digitais, do total de 59 matérias analisadas em *OLIBERAL.com*: 43 apresentavam

apenas texto e fotografia; 14 acrescentaram outro elemento – além do texto e fotografia - como slide de fotos, vídeos e gráfico; e, duas continham somente texto. Observamos ainda que a internet trouxe novas e variadas possibilidades para o crescimento da narrativa multimídia. Desse modo, utilizar apenas texto e foto em 72% das notícias coletadas indica necessidade de maior exploração da multimídia e, nesse sentido, sugerimos, inclusive, a produção de vídeos específicos para o site ou a publicação de *podcasts* gerados pelas rádios do grupo.

No que se refere à **interatividade**, em todas as matérias, após a manchete em destaque, há disponíveis botões de compartilhamento do Facebook, Twitter e Whatsapp para que o usuário possa publicar a notícia em seus próprios perfis nos sites de redes sociais, assim como no final de cada matéria há um espaço disponibilizado para adicionar um comentário sobre o conteúdo – interatividade comunicativa (ROST, 2014). Uma opção de interatividade seletiva (ROST, 2014) é a possibilidade do usuário se cadastrar na lista de transmissão do Whatsapp do portal para receber as principais notícias do dia. Entretanto, não há a possibilidade de receber conteúdos apenas sobre um assunto de interesse, com listas de transmissões personalizadas, recebe-se os destaques gerais do ciberjornal. Ressaltamos que essa possibilidade não é disponibilizada na página inicial do portal, só é oferecida se o usuário acessar uma matéria, sendo que o serviço não está disponível em todos os conteúdos noticiosos uma vez que o anúncio do Whatsapp é alternado com publicidade.

O portal não possui canais de comunicação (telefone, chat, e-mail) para criticar, opinar e sugerir no próprio site, somente pelo Whatsapp. O telefone e o e-mail disponibilizados por meio do menu, nas abas *O liberal Digital* e *Assine O Liberal* é para quem quer se tornar assinante ou quem já possui assinatura e não para promover interatividade com os usuários em geral. Destacamos também que não há uma seção na qual o público possa enviar fotos e vídeos de forma direta. Esse serviço é oferecido apenas por meio do Whatsapp: ao acessar a conversa com o número disponibilizado, o recado “Sugestão de pauta? Nos envie” aparece para o usuário. Esse serviço pode ser relacionado também à característica ubiquidade.

Dentre os 44 comentários publicados diante das 59 matérias analisadas (somente oito matérias receberam comentários), 38 comentários foram compartilhados em

matérias relacionadas a política e seis se dividiram entre matérias culturais e policiais. Não identificamos nenhum comentário ou resposta dos profissionais do portal nesse espaço.

No quesito **memória**, o site oferece o recurso de busca que permite, a qualquer hora, que o público encontre uma notícia factual ou remota utilizando apenas as palavras-chaves dos assuntos de seu interesse. O portal apresenta um arquivo com as matérias publicadas para que seja realizada a busca, entretanto, essa ferramenta só aceita uma palavra para fazer a pesquisa, o que dificulta o alcance do resultado desejado.

Em relação à **instantaneidade e atualização contínua**, 59 matérias analisadas, 47 foram produzidas no dia anterior ao da coleta (que era realizada sempre às nove horas da manhã) e somente 12 foram produzidas no mesmo dia. Destacamos que, de acordo com Bradshaw (2014), o imediatismo pode originar a simplificação do processo editorial e diminuir as etapas até a publicação do conteúdo, o que pode provocar erros, como os cometidos em uma notícia do dia 05 de julho de 2019: a publicação continha duas fotos iguais, equívoco não identificado na etapa de edição. Outro problema que percebemos nesse período de coleta foi que uma mesma matéria sobre política ocupou um lugar nas principais notícias da página inicial do portal por dois dias (05 e 06 de julho), sem nenhuma atualização, o que consideramos prejudicial ao ciberjornal que tem como característica a instantaneidade.

A **personalização** foi percebida somente por meio das abas disponibilizadas no menu principal do *OLIBERAL.com*, no qual o usuário acessa as notícias organizadas por tema, de acordo com o seu interesse (exemplo: esporte, cultura). Entretanto, no final de cada matéria disponível no site há os “links recomendados”, os quais não indicam assuntos que tenham relação com o conteúdo da notícia que está sendo lida, ou seja, estão disponibilizados de forma aleatória nesse espaço.

Já quanto à **ubiquidade**, a característica foi identificada a partir da transmissão de jogos de futebol (vídeo, ao vivo, dos narradores radiofônicos dos jogos de futebol e retweets com informações lance a lance durante a transmissão) e de sessões políticas, o que permite ao usuário acompanhar um acontecimento em tempo real, como se estivesse presente no lugar do evento. Em outro aspecto, percebemos a característica a partir das possibilidades de acesso ao portal ou às manchetes das notícias, seja por meio

do computador, notebook, celular, *smartphone*, *tablet* ou relógio inteligente. Observamos que o conteúdo do portal se adequa às diferentes plataformas. Contudo, no período analisado não verificamos a publicação de nenhum conteúdo produzido pelo público.

Por conseguinte, observamos que o ciberjornalismo se desenvolve em um meio caracterizado pelo potencial de metamorfose e as suas características se tornam um processo complexo e contínuo que permitem diferentes desenvolvimentos e formatações. Nesse sentido, verificamos que o portal *OLIBERAL.com* faz uso das sete características do ciberjornalismo, porém de forma restrita. Apesar de termos observado todas as características em algum elemento do ciberjornal, essas propriedades podem ser melhor desenvolvidas e trabalhadas de modo que sejam interligadas e gerem conteúdos jornalísticos mais atraentes, agregando as várias possibilidades da hipertextualidade, da interatividade, da multimídia, da personalização, da memória, da instantaneidade e da ubiquidade. Todas as características do ciberjornalismo expostas apresentaram problemas em sua execução.

Nesse sentido, destacamos que ainda que o ciberjornal tenha passado por transformações e traga o discurso da renovação e do foco na multimídia, os conteúdos de *OLIBERAL.com* precisam ser produzidos, de fato, com o objetivo de utilizar todas as potencialidades das plataformas digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o *OLIBERAL.com* esteja presente em plataformas digitais como o Youtube, o Twitter, o Facebook, o Instagram e o Whatsapp, para este artigo o objetivo estabelecido foi analisar especificamente de que forma o portal *OLIBERAL.com* utiliza as sete características do ciberjornalismo (hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, memória, instantaneidade e ubiquidade) (CANAVILHAS, 2014a), tendo como objeto empírico notícias publicadas de 02 a 08 de julho de 2019. De caráter exploratório, a investigação combinou - de forma complementar - técnicas qualitativas e quantitativas (pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, coleta de dados, descrição e análise) que permitiram que chegássemos a conclusão de que diante das possibilidades proporcionadas pelas plataformas digitais

para o jornalismo, o portal *OLIBERAL.com* ainda faz uso de forma restrita das sete características do ciberjornalismo.

O OLIBERAL.com é um dos produtos do Grupo *O Liberal de Comunicação* que tem se tornado uma marca que teve sua identidade e credibilidade construídas junto ao jornal impresso *O Liberal*. Nesse sentido, os vínculos estabelecidos historicamente entre o periódico e o público (CHARAUDEAU, 2007) cada vez mais tem se deslocado para as plataformas digitais (GRUSZYNSKI, 2012). Embora o grupo de tradição impressa tenha sido o primeiro do estado do Pará a estrear no ciberjornalismo, indicando estar inserido no processo de convergência jornalística (KOLODZY, 2006, 2009; SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010), nesta pesquisa verificamos que o uso feito das potencialidades das plataformas digitais ainda ocorre de forma muito simples, sobretudo, por meio da hipertextualidade, multimídia e interatividade, deixando bastante a desejar no que se refere à utilização da memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

Referências

- BARBOSA, S. **Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração**. 2008. Disponível em: < <https://goo.gl/6m3duV> >. Acesso em: 18 abr. 2011
- BARBOSA, S.. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013
- BRADSHAW, P. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.
- CABRERA GONZÁLEZ, M. A. Retos en el diseño de periódicos en Internet. **Revista Latina de Comunicación Social**, v. 3, n. 25, 2000.
- CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCOM, 2014a.
- CANAVILHAS, J. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.
- CASTRO, A. O.; SEIXAS, N. A. História, discursos e relações de poder nas páginas de *O Liberal*. In. Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia – ALCAR, 2013, Ouro Preto – MG. **Anais...** Ouro Preto: 2013.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011

GIL, A. C **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRUSZYNSKI, A. C. O papel do design no estabelecimento de contratos de leitura de jornais impressos: um estudo sobre a reforma gráfica de 2010 da Folha de S. Paulo (Brasil). **Estudos em Comunicação**, nº 12, 2012.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

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

KOLODZY, J. Convergence Explained. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Orgs.). **Understanding Media Convergence**. New York: Oxford University Press, 2009. p.31-51.

LENZI, A. **Inversão de papel**: prioridade ao digital como um novo ciclo de inovação para jornais de origem impressa. 2017. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Programa de Pós-graduação em Jornalismo, UFSC, Florianópolis, 2017.

LORENZ, M. Personalização: análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7 Caraterísticas que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.

MACHADO, E. **La estructura de la noticia en las redes digitales** (Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo). 2000. Tese (Doutorado em Jornalismo e Ciências da Comunicação). Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

MERCADO paraense é apresentado ao novo momento da empresa. **OLIBERAL.com**. (site). 2018. Disponível em: Acesso em: <<https://bit.ly/2y4pnbs>>. 21 jul. 2019.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

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

PALACIOS, M. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7 Caraterísticas que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.

PAVLIK, J. V. **Journalism and New Media**. New York: Columbia University Press, 2001.

PAVLIK, J. V. Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7** Características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.

PRYOR, L. The Third Wave of Online Journalism. In. **Online Journalism Review**. 2002. Disponível em <<https://goo.gl/86P9iT>>. Acesso: 14 nov. 2017.

REDAÇÃO INTEGRADA de O LIBERAL é uma das novidades do Grupo. **OLIBERAL.com**. (site). 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2LzZo4r>>. 21 jul. 2019.

ROST, A. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7** Características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.

SALAVERRÍA, R.; AVILÉS, J. A.; MASIP, P. M.. Concepto de convergencia periodística. In: LÓPEZ GARCIA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. (Orgs.) **Convergência Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p.41-64.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7** Características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.

SALAVERRÍA, R. Ciberperiodismo en Iberoamérica: marco general. In. SALAVERRÍA, R (Org.). **Ciberperiodismo en Iberoamérica**. Madrid, Barcelona: Fundación Telefónica/Editorial Ariel, 2016.

SCHWINGEL, C. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Editora Paulinas, 2012.

SILVA JÚNIOR, J. A. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do grupo Estado de São Paulo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

SOUSA, M. C. E. **JORNALISMO DIGITAL NO PARÁ: análise do Portal ORM, do Portal Cultura e do Diário do Pará**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.

SOUSA, M. C. E. **Jornal e Mobilidade: Reconfigurações do Impresso ao Multiplataforma**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

TRÄSEL, M. **Ruptura, continuidade e potencialização no ciberjornalismo: revisitando um texto fundamental de Marcos Palacios**. In. Anais do 8º Congresso Internacional de Ciberjornalismo – CIBERJOR, 2017, Campo Grande – MS. **Anais...** Campo Grande: 2017.