

**INTERATIVIDADE SELETIVA E COMUNICATIVA: INTERATUANTES,
DIMENSÕES E OPÇÕES INTERATIVAS NO JORNALISMO ONLINE**

SELECTIVE AND COMNOTABLE INTERACTIVITY: INTERACTIVE, INTERACTIVE DIMENSIONS AND OPTIONS

IN ONLINE JOURNALISM

INTERACTIVIDAD SELECTIVA Y COMNOTABLE: DIMENSIONES Y OPCIONES INTERACTIVAS

EN EL PERIODISMO EN LÍNEA

BRUNO COSTA SODRÉ¹

PATRÍCIA RAKEL DE CASTRO SENA²

YUMI WADA RODRIGUES³

ROSIVAN FELLIPE BRANDÃO DOS REIS⁴

Submissão: 04/04/2021

Aprovação: 02/07/2021

Publicação: 26/10/2021

¹ Graduação em andamento em Comunicação Social, com ênfase em Rádio e TV pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Pesquisador no Núcleo de Estudos em Estratégias de Comunicação (NEEC-UFMA), na linha de pesquisa Mídia e Democracia - MID, vinculado ao Departamento de Comunicação Social da UFMA. Bolsista de Iniciação Científica pelo PIBIC/ CNPq (2019-2020).

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4234-9820> E-mail: bruno_sodre.costa@hotmail.com

² Doutora em Comunicação. Mestre em Estudos de Mídia e graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social da UFMA e do PPGCOM/PRO da UFMA. Coordenadora da linha de pesquisa Mídia e Democracia – MID.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9208-1693> E-mail: rakeldecastro@gmail.com

³ Graduação em andamento em Comunicação Social, com ênfase em Jornalismo pela UFMA. Pesquisadora no Núcleo de Estudos em Estratégias de Comunicação vinculado ao Departamento de Comunicação Social da UFMA. Integrante do projeto de pesquisa "Interatividade seletiva e comunicativa: interatuantes, dimensões e opções interativas no discurso político do jornalismo online".

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-1483-7269> E-mail: yumiwada7@gmail.com

⁴ Graduação em andamento em Comunicação Social, com ênfase em Jornalismo pela UFMA. Pesquisador no Núcleo de Estudos em Estratégias de Comunicação vinculado ao Departamento de Comunicação Social da UFMA. Integrante do projeto de pesquisa "Interatividade seletiva e comunicativa: interatuantes, dimensões e opções interativas no discurso político do jornalismo online".

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-5178-4410> E-mail: fellipecreis@gmail.com

RESUMO

A pesquisa consiste em analisar produção de conteúdo político online do Jornal O Imparcial, através dos aspectos de Interatividade Seletiva e Comunicativa e relacioná-la com a participação digital. O estudo leva em conta uma abordagem qualitativa-exploratória e utiliza de forma conjugada três técnicas de coleta de dados: observação não participante, entrevista individual e E-clipping; como método analítico, lança-se mão da Análise de Conteúdo. Os resultados mostram que a maioria das notícias publicadas no Portal do O Imparcial tem a predominância das ferramentas de Interatividade Seletiva e os perfis digitais (Facebook, Twitter e Instagram) da empresa apresentam as ferramentas de Interatividade Comunicativa mais prevalentes. A não disponibilidade, não incentivo e/ou não exploração dos recursos de interatividade no jornalismo político pode ser um fator de fragmentação e desencorajamento da participação digital.

Palavras-chave: Jornalismo online. Interatividade. Participação digital. Política. O Imparcial.

ABSTRACT

The research consists of analyzing the online productive routine of political content of the Newspaper O Imparcial, through the aspects of Selective and Communicative Interactivity and relate to digital participation. It is analyzed through a qualitative approach, exploratory,

using the following data collection techniques: non-participant observation, individual interview, E-clipping, and as analytical technique, Content Analysis. The results show that most of the news published on the O Imparcial Portal has the predominance of Selective Interactivity tools and the company's digital profiles (Facebook, Twitter and Instagram) present the most prevalent Communicative Interactivity tools. The non-availability, encouragement and exploitation of interactivity resources in political journalism can be a factor of fragmentation and discouragement of digital participation, and ultimately a weakening of democracy.

Keywords: Online journalism. Interactivity. Digital participation. Politics. O Imparcial.

RESUMEN

La investigación consiste en analizar la rutina productiva online de contenidos políticos del Periódico O Imparcial, a través de los aspectos de Interactividad Selectiva y Comunicativa y relacionarse con la participación digital. Se analiza a través de un enfoque cualitativo, exploratorio, utilizando las siguientes técnicas de recopilación de datos: observación no participante, entrevista individual, E-clipping; y como técnica analítica, Análisis de contenido. Los resultados muestran que la mayoría de las noticias publicadas en el Portal O Imparcial tienen el predominio de las herramientas de Interactividad Selectiva y los perfiles digitales de la compañía (Facebook, Twitter e Instagram) presentan las herramientas de Interactividad Comunicativa más frecuentes. La no disponibilidad, el fomento y la explotación de los recursos de interactividad en el periodismo político puede ser un factor de fragmentación y desaliento de la participación digital y, en última instancia, un debilitamiento de la propia democracia.

Palabras clave: Periodismo en línea. Interactividad. Participación digital. Política. O Imparcial.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa parte do pressuposto que existem sete características principais que compõem a linguagem do jornalismo online: *hipertextualidade, multimidialidade, memória, instantaneidade, personalização de conteúdo, ubiquidade e interatividade* (CANAVILHAS, 2014). Assim, elegeu-se a interatividade como a ferramenta discursiva política que mais tende a impactar não só a produção de conteúdo jornalístico, mas a própria noção de

democracia e participação consciente dos usuários da rede. O estudo apresenta uma proposta de pesquisa alinhada com o mapeamento do processo de produção de conteúdo do portal e redes sociais digitais (Instagram, Facebook e Twitter) do Jornal *O Imparcial*, a partir dos conceitos de interatividade (Seletiva e Comunicativa, propostos por Alejandro Rost, 2014) que se estabelecem dentro do (e se relacionam com o) discurso político no jornalismo online.

O Imparcial se apresenta como lócus para o desenvolvimento desta pesquisa por se tratar de um dos veículos de comunicação impresso mais antigo e tradicional do Estado do Maranhão / Brasil que, recentemente (desde 2016) passou por reestruturações significativas, tanto física quanto editorial, para produção específica de conteúdos para a Internet (portal e sites redes sociais). A partir de então, alguns membros da equipe foram destinados exclusivamente e outra contratada para pensarem juntos a transformação/alimentação do site (<https://oimparcial.com.br/>) e de suas redes sociais digitais. Meses depois um espaço físico é destinado especificamente para a produção de conteúdo online do Jornal. Em seguida, as redações (dos jornais impresso e online) se juntam novamente em um mesmo espaço e os produtores e redatores do jornalismo impresso se tornam jornalistas também das plataformas digitais em rede. Em 2019, a empresa muda de endereço físico e mais uma reconfiguração na redação é feita. Ao mensurar tais mudanças, entendeu-se que a empresa tem se dedicado de forma contínua e atenta à questão das transformações do jornalismo na era digital na perspectiva glocal (global+local), por isso a percepção da importância em se investigar como acontece a produção jornalística online sobre política a partir da interatividade com os seus utilizadores.

Assim, é imprescindível, antes de tentar responder o problema de pesquisa aqui proposto, delimitar o entendimento sobre interatividade.

A interatividade é uma espécie de processo comunicativo social. Especificamente compreendido aqui como ponte entre o meio (instituições de mídia que utilizam de aparatos tecnológicos para promover a comunicação humana) e os usuários/utilizadores, porque

permite abordar o espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de escolhas e preferências, além de analisar como as múltiplas formas de intervenção e participação nos conteúdos do meio: “inserem-se nestas zonas de contato entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado” (ROST, 2014, p. 53).

Considera-se que há muitos entendimentos sobre o conceito de interatividade em campos de conhecimentos distintos: para o campo da Informática, estaria ligada à relação homem – máquina. De uma forma mais ampla, no campo de estudos da Comunicação, assim como é na Sociologia, a interação é compreendida como a situação de comunicação entre sujeitos. Ela pode ser mediada por tecnologia ou não, mas o ato de interação é um ato de comunicação, ou melhor dizendo: a comunicação humana se dá na interação social.

Thompson (1998) nos ensina que a maioria das interações sociais em boa parte da história humana se deu face a face. Entretanto, é a partir do Século XV e do desenvolvimento acelerado de (até então) novos meios de comunicação que há uma instituição de novas redes de transmissão de informação entre indivíduos, cujas relações sociais passam a se estabelecer a partir de complexas reorganizações de padrões de interação humana através do espaço-tempo. Assim, a interação se dissocia da necessidade do compartilhamento do espaço físico (face a face) e vai possibilitar novas formas de “ação à distância” que J. B. Thompson (1998, p. X) as classificariam em três tipos analíticos: face a face (interação homem-homem em co-presença um do outro), mediada (interação homem-homem feita com um auxílio de um dispositivo técnico) e quase-interação mediada (inserção dos meios de comunicação de massa nas formas de interação humana). Em 2018, o autor revisita sua teoria e apresenta um quarto tipo de interação: a interação mediada on-line (de muitos para muitos e de caráter dialógico), contextualizada no que ele entende por revolução digital e crescimento da internet.

Entretanto, é válido ressaltar que o debate no campo da Comunicação não é homogêneo em relação ao conceito; portanto, assume-se aqui uma noção que dialoga, por

exemplo, com Jensen (1998)¹ e, sobretudo, com Rost (2014) que nos lega a ideia de interatividade (e não interação) quando tratamos da relação comunicativa mediada por dispositivos tecnológicos ligados pela rede mundial de computadores – internet.

Segundo Alejandro Rost (2014), há dois tipos de interatividade: a Seletiva (poder do usuário em escolher o conteúdo e modificar, portanto, sua narrativa e/ou arquitetura) e a Comunicativa (possibilidade de expressão do usuário em que ele colabore diretamente na construção inicial do produto).

Na era dos *smartphones*, em que o potencial da emissão (produção e difusão de informação) tem as suas capacidades técnicas estendidas para o campo da recepção (CANAVILHAS, 2015), elaborar metodologicamente essas reflexões, traz para o campo científico da comunicação, especialmente pela interatividade possibilitada e ampliada pela Internet, o poder de inferências e projeções futuras pelo qual a sociedade maranhense de uma forma mais específica (através de seu jornalismo que é cada vez mais central na pedagogia cotidiana das pessoas) caminha a partir da construção social que é feita, agora, mediada por dispositivos móveis em rede.

Nesta pesquisa, parte-se então do entendimento que há diferentes formas da construção da interatividade com um texto noticioso; mas a que se estudou aqui, são as tipificações consideradas por Rost (2014), que melhor caracterizam o contexto atual do jornalismo: a era da conexão (JENKINS et al., 2014) e dos *smartphones* (CANAVILHAS, 2015). A interatividade estudada por ele (ROST, 2014) – a Seletiva e a Comunicativa – portanto, dá conta melhor do que outras determinações do conceito, por reconhecer uma comunicação humana mediada cada vez mais por dispositivos móveis conectados impreterivelmente à Internet.

¹ O termo existiria para analisar os processos entre os receptores e as mensagens dos media.

Metodologicamente, os instrumentos de coleta de dados se deram através da Observação não participante, entrevista individual e pela técnica de *E-clipping*. Em seguida, como método analítico foi adotado a Análise de Conteúdo.

ALGUMAS FERRAMENTAS METODOLÓGICAS E CATEGORIZAÇÃO DE DADOS

Esta pesquisa está pautada numa abordagem qualitativa (BAUER; GASKELL, 2002) e exploratória, a partir da qual se buscou definir em termos procedimentais-analíticos as diferenças entre Interatividade Seletiva e Comunicativa no jornalismo online sobre política. Por Seletiva se entende a interatividade que o utilizador estabelece com o conteúdo online em si. Quanto mais opções de acessos diferenciados o texto jornalístico oferece na Internet, maior o grau e as possibilidades de Interatividade Seletiva. A estrutura hipertextual, o uso de motores de busca, *tags*², opções de personalização da página (tamanho da fonte, cores, ordenação de temas...) e as formas variadas de distribuição, materializam esse tipo de interatividade. Já na Comunicativa, percebe-se a interatividade que transcende essa recepção individual, já que o leitor gera algum conteúdo que se torna público, representando assim, a ampliação das possibilidades de comunicação e expressão (e, portanto, de participação digital) que o utilizador tem. O leitor pode dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, estabelecer uma relação com outros (comunicação), fornecendo sempre um conteúdo complementar ou retificador em relação a notícia digital e em rede. Este tipo de interatividade se manifesta em opções como: comentários abaixo das postagens noticiosas, perfis em sites de redes sociais abertas à participação de utilizadores, blogues de cidadãos/ãs, pesquisas, fóruns, entrevistas a personalidades com perguntas de utilizadores, publicação de endereços de correio eletrônico e redes sociais digitais de jornalistas, ranking de notícias,

² Abreviação de Hashtag. Tradução livre do inglês que significa: etiqueta, marca etc. O verbo seria o ato de marcar, destacar algo. Neste caso, refere-se à capacidade de se transformar uma palavra ou expressão em link ao se inserir o sinal # (hash, popularmente conhecido como “jogo da velha”) antes do termo. Por exemplo a palavra interatividade passa a ser uma tag ou hashtag ao se escrever na Internet assim “#interatividade”.

chats, envio de notícias/fotografias/vídeos, sistemas de correção de notas, entre outros (ROST, 2014).

Depois, de forma complementar, procedeu-se a um *E-clipping* (LEMOS; PORTO; NASSIF, 2012)³ para selecionar/recortar as matérias jornalísticas online sobre política publicadas pelo veículo. Essa técnica ocorreu duas vezes em um ano. A primeira coleta deu-se do dia 20 a 26 de janeiro de 2020. Seis meses depois foi feita uma segunda coleta, do dia 01 a 07 de junho de 2020, ambas em semanas aleatórias sorteadas previamente, para termos de comparação qualitativa, a fim de caracterizar as predominâncias dos tipos de interatividade presentes em textos noticiosos digitais e em rede, bem como, a distinção das mudanças de interatividade de acordo com as plataformas de distribuição de conteúdos online (Portal, Facebook, Twitter e Instagram).

Inicialmente realizou-se a coleta no site (lugar a partir do qual saem as notícias, para depois serem segmentadas para as demais plataformas), da editoria de política do Jornal O Imparcial; e, em seguida, foi feita a coleta nas redes sociais digitais (Facebook, Twitter e Instagram). No momento da coleta na página do Facebook, observou-se a publicação de notícias que falavam de saúde, leis, Ministérios e outros assuntos que tangenciavam o tema política, mas que estavam em outras editorias, como Educação, Economia, Saúde, Cidade, Brasil, Mundo etc. Em vista disso, todas as notícias que se encontravam dentro da editoria de política, obrigatoriamente foram coletadas. Ademais, para incorporar as publicações que se relacionavam diretamente com a temática política, mas estavam fora desta editoria, foi estabelecido um recorte em toda e qualquer notícia que tivesse em seu título, subtítulo, lead e chapéu da matéria, a expressão ou palavra-chave: Política (estendida exclusivamente para as marcações linguísticas: Democracia, Estado, Governo, Eleições, Leis e/ou Nomes de personalidades Política), mas que, principalmente, tivesse como tema central a política.

³ O *E-clipping* é a abreviação do termo *eletronic clipping*, expressão inglesa utilizada para se referir a seleção de notícia na mídia como jornais, revistas, sites, redes sociais entre outros meios (LEMOS; PORTO; NASSIF, 2012).

Utilizou-se como recurso de coleta, a extensão do Google Chrome chamada *Full Page Screen Capture*⁴, que faz captura inteira da página do site, e o próprio mecanismo de *Print*⁵, dos sistemas (Windows, MacOS e Android).

Após a coleta, os dados foram organizados em pastas por semana, plataformas, política ou outros, e dias. Na sequência, os dados foram tabulados por ordem de postagem. Entretanto, para fins de atender ao número de caracteres definidos pelo documento da revista, este artigo trará apenas a tabela que resume o total de dados coletados durante as duas semanas nas quatro plataformas digitais, Tabela 1.

Nota-se que na primeira semana de coleta das redes sociais, demonstrada na Tabela 1, nenhum dado foi obtido do Instagram, pois o perfil do O Imparcial era direcionado a conteúdos culturais, gastronômicos e de entretenimento. Ou seja, não eram feitas publicações com o tema política. No entanto, da primeira coleta à segunda, as publicações com o tema política foram gradualmente inseridas no Instagram, com postagens de charge que traziam personalidades políticas e, aos poucos, outros temas foram marcando presença no perfil do O Imparcial no Instagram.

TOTAL DA COLETA DE DADOS				
MÊS	SITE	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
Janeiro (20/01/2020 – 26/01/2020)	25	13	9	0
Junho (01/06/2020 – 07/06/2020)	48	29	44	7
Total das duas semanas	73	42	53	7
TOTAL	175			

⁴ Disponível em: <https://chrome.google.com/webstore/detail/full-page-screen-capture/fdpohaocaechififmbbbbknolclac!hl=en> . Acessado em 19 de janeiro de 2020.

⁵ Captura de tela.

Tabela 1 – Total da coleta das duas semanas do Site e Redes Sociais Digitais. Fonte: Elaborada pelos autores, 2020.

Logo após a leitura flutuante, considerou-se os componentes de interatividades que mais se destacaram nas publicações noticiosas de política do jornal O Imparcial online e, em seguida, foi feita a classificação dos dados (BAUER; GASKELL, 2002), que testou as possíveis respostas do problema da pesquisa e verificou se as hipóteses se sustentavam ou não.


Os dados foram organizados em duas categorias principais: Interatividade Seletiva e Interatividade Comunicativa, já pré-definidas por Rost (2014); além de outras duas subcategorias: Portal e Redes Sociais Online (Facebook, Twitter e Instagram), definidas para esta pesquisa, conforme são apresentados na Tabela 2:

TEMA: INTERATIVIDADE			
CATEGORIAS	COMPONENTES	SUBCATEGORIAS	FREQUÊNCIA
INTERATIVIDADE SELETIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Hipertextos; • Motor de busca; • Menu de Conteúdos; • Nuvens de etiquetas (<i>tags</i>); • Multimídia (imagem, vídeo, áudio, gráficos vetoriais e infografia); • Personalização de Conteúdo (tamanho da fonte, cores, ordenação de temas, etc.); • Alternativa de distribuição e recepção por outras plataformas e dispositivos. 	Portal	73
		Redes Sociais Online (Facebook, Twitter e Instagram)	0

INTERATIVIDADE COMUNICATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Comentários • Perfis em redes sociais aberta a participação • <i>Blogues</i> • Fóruns • Publicação de Endereços de Correio Eletrônico de Jornalistas. • Ranking de Notícias • Chats • Envio de Notícias/Fotografias/Vídeos • RSS 	Portal	0
		Redes Sociais Online (Facebook, Twitter e Instagram)	102

Tabela 2 – Categorização dos dados. Fonte: Resultado da pesquisa elaborado pelos autores, 2020.

Já que o número de amostra coletada foi muito grande, aqui apresentaremos um recorte simplificado da análise de dados, com duas amostras como exemplo. Uma que tenha a Interatividade Seletiva como característica majoritária, e outra com a Interatividade Comunicativa mais presente, de acordo com a Tabela 3:

CATEGORIA: Interatividade Seletiva		
Subcategoria: PORTAL		
Nº	Título	Link
35	Plano de protesto pró-democracia em São Luís esbarra em incitação a atos de violência.	
CATEGORIA: Interatividade Comunicativa		
Subcategoria: REDES SOCIAIS/ FACEBOOK		


Nº	Título	Link
7	Grupo divulga dados sigilosos de Bolsonaro, dos filhos e de ministros.	

Tabela 3 – Categorias. Fonte: Elaborada pelos autores, 2020.

Nota: A primeira amostra é referente à notícia de nº 35, que corresponde à numeração na tabela de análise, coletada dia 05 de junho de 2020, no Portal do O Imparcial, na editoria de Política. E a segunda amostra é referente à notícia de nº 7, que corresponde a numeração na tabela de análise, coletada dia 02 de junho de 2020, no perfil do O Imparcial no Facebook.

Ressalta-se que ambas as interatividades (Seletivas e Comunicativas) estão presentes nas matérias do jornal O Imparcial, no entanto, em diferentes níveis. Assim, o foco foi determinar qual se apresenta com o mais alto grau de interatividade e, portanto, que tipo de publicação jornalística viabiliza ao público uma maior possibilidade de participação digital no debate político.

NÍVEIS DE INTERATIVIDADE A PARTIR DO CONTEÚDO JORNALÍSTICO EM PLATAFORMAS ONLINE

A partir de então, fez-se uma Análise de Conteúdo inicial dos dados das duas semanas coletadas, traçando discussões a partir dos conceitos de Interatividade Seletiva e Comunicativa.

Como já citado anteriormente, para fins de atender o número de caracteres proposto pelo documento da revista, este texto trará apenas um recorte/exemplo do que pode ser melhor caracterizado (nas plataformas aqui estudadas) como possibilidades de interatividades.

Na primeira amostra tem-se a notícia de nº 35 (corresponde à numeração na tabela de análise), enquadrada na categoria Interatividade Seletiva, e na subcategoria Portal (Tabela 3).

A primeira característica observada foi que grande parte das notícias de política publicadas no site vem da Agência Brasil e do Correio Braziliense (que também faz parte dos Diários Associados), assim como, de outros veículos de comunicação de referência no Brasil. Porém, grande parte dessas matérias sofrem poucas modificações, o que resulta na diminuição do grau de seleção e comunicação dos utilizadores. Mas outras ferramentas encontradas apresentam a Interatividade Seletiva mais ativa que a Comunicativa no site. Logo, toma-se como exemplo a ser analisado e mostrado neste trabalho, uma das notícias que se destacou em maior grau de Interatividade Seletiva do Portal, como mostram as Figuras 1 e 2.



Figura 1 – Ferramentas de Interatividade Seletiva na cabeça da Matéria no Portal do O Imparcial. Fonte: *print screen* elaborada pelos autores, 2020.

Na cabeça da matéria no site, apresentada acima na Figura 1, tem-se um Menu embutido e a faixa de menu (editoriais), para que o usuário encontre os itens ou opções organizadas. Logo depois, há o recurso Modo Noturno que altera a cor do fundo para facilitar a leitura em ambientes escuros. O Motor de Busca garante que o utilizador encontre conteúdos específicos.

Em seguida, no corpo do texto da matéria (Figura 2, a seguir), está a convergência multimídia que entrega ao usuário o acesso a diferentes formatos (texto verbal e imagem, no caso) e que também sustenta as narrativas das matérias jornalísticas. Os links e hipertextos no corpo da notícia são outros recursos utilizados e que permitem o público navegar e acompanhar o conteúdo de uma forma bastante pessoal. Mais abaixo, especificamente no rodapé do site, estão presentes as redes sociais linkadas para que o utilizador navegue para outras plataformas do grupo.

Onda de manifestações

Na madrugada daquele domingo, 31 de maio, dia que em organizadores da Frente Antifascistas SLZ criaram a sala virtual compartilhada no aplicativo de WhatsApp, um grupo de extrema direita, os 300 do Brasil, protestou diante do Supremo Tribunal Federal, em Brasília. A líder, Sara Winter, tinha sido alvo de operação da Polícia Federal, na semana anterior ao protesto de os 300 do Brasil.

Outro lado

Em São Luís, a Frente Antifascistas SLZ informou que não foi realizado nenhum ato público, e que não há nenhuma manifestação na agenda do movimento para a capital maranhense. Mas o movimento frisou que há a possibilidade de realização de um protesto pacífico, organizado e suprapartidário, observando todas as medidas sanitárias de prevenção à Covid-19, e disposições legais.

A Frente Antifascistas SLZ disse também que o grupo de WhatsApp foi desfeito, e a mobilização migrou para twitter.com/antifascismoma e [instagram.com/antifascismoma](https://www.instagram.com/antifascismoma). Sobre as mensagens no aplicativo, o movimento reiterou que não tem qualquer interesse em deprender patrimônio público ou privado, e que o conteúdo nos prints são pensamentos individuais, expressados livremente nas redes sociais.

Links

Todo o parte desse conteúdo foi printado e espalhado na blogosfera e nas redes sociais, já na segunda-feira, 1. No dia seguinte (terça-feira, 2), a Seic começou a iniciar pessoas envolvidas na Antifa (abreviação de Antifascistas) de São Luís. Armandinho Pacheco disse à O Imparcial que os depoimentos deste caso começaram efetivamente na quinta-feira (4), e serão finalizados na segunda-feira (8). O titular da Seic informou que, até o fim da manhã desta sexta-feira (5), cinco estudantes e um publicitário já tinham sido ouvidos pela Polícia Civil.

Multimídia

Hipertexto

Redes Sociais Linkadas

O IMPARCIAL
© 2019. Todos os direitos reservados

Figura 2 – Ferramentas de Interatividade Seletiva no Corpo da Matéria no Portal do O Imparcial. Fonte: *print screen* elaborada pelos autores, 2020.

Todos esses recursos oferecidos pelo Portal do O Imparcial definem em algum grau as possibilidades de Interação Seletiva pelos utilizadores (ROST, 2014). Contudo, entende-se que o site não explora a fundo tais recursos. Na maioria das vezes, só se tem uma “capa” e texto, faltam mais opções de interatividade - tanto Seletiva, quanto de Interatividade Comunicativa. O hipertexto, por exemplo, que é uma das principais características da linguagem usada no jornalismo online e na pirâmide deitada, enquanto mecanismo que impulsiona a Interatividade Seletiva, é encontrado em raríssimas vezes no corpo do texto coletado. Também são pouco explorados os recursos de convergências de mídias (não se tem gráficos, infográficos, vídeos ou áudio); não existem tags para que os utilizadores encontrem atualizações ou contextualizações anteriores (recuso de estímulo à memória) sobre determinado conteúdo. Por fim, o site como um todo pode ser entendido como um lugar na rede que oferece um jornalismo majoritariamente com recursos de Interatividade Seletiva com seu público, embora bastante incipiente. Isso gera um questionamento sobre a causa disso: se proposital e, portanto, se há interesse sistemático e ideológico do veículo (empresa, anunciantes e repórteres) em não oferecer ao público abertura para um debate mais amplo e qualificado pela credibilidade do jornalismo sobre política; ou se isso é reflexo de contingenciamento financeiro em recursos materiais e de formação humana. Neste último caso, a empresa nem saberia ou daria a devida importância para o uso e estímulo desses recursos diante do contexto em que se insere o jornalismo online.

Na segunda amostra, tem-se a notícia de nº 7 (corresponde à numeração na tabela de análise), enquadrada na categoria Interatividade Comunicativa, e na subcategoria Redes Sociais Online/Facebook (Tabela 3).

Nas postagens das redes sociais digitais do O Imparcial, identificou-se o mesmo modelo seguindo pela grande maioria das empresas jornalísticas de referência do Brasil

(Folha de S. Paulo, Correio Braziliense, Estado de Minas, O Globo e O Estado de S. Paulo). Como exemplo, no Facebook e Twitter, as publicações geralmente são feitas apenas com *links* das matérias do site e com uma legenda simples e direta. No Instagram, que não permite *link* externo na estrutura do texto, são produzidos conteúdos exclusivos, como imagens e legendas.

As redes sociais online têm um diferencial, pois já vêm com as ferramentas necessárias para fortalecer a interatividade. Com essas redes potencializadas, os utilizadores não precisam ir atrás das matérias jornalísticas. Elas chegam nos dispositivos técnicos das pessoas de forma metrificada e personalizada roboticamente. Assim, os sites dos jornais perdem relevância como porta de entrada inicial para notícias e as redes sociais digitais assumem essa função (ROST, 2014).

Neste sentido, julga-se interessante ratificar algumas reflexões feitas por Rost (2014, p. 63) ao se referir à Interatividade Comunicativa:

As redes sociais marcam não só um momento importante na interatividade comunicativa – ao dar maiores possibilidades aos utilizadores para difundir conteúdos – mas também implicam novas formas de acesso interativo e personalizado aos conteúdos. Cada utilizador cria a sua rede de acesso à notícia a partir dos perfis que segue e dos conteúdos que estes utilizadores partilham.

Como exemplo, traz-se uma amostra do Facebook, representada a seguir nas Figuras 3 e 4, a qual se pode observar algumas das ferramentas de Interatividade Comunicativa, que transferem um maior poder de participação ao utilizador nas discussões políticas, creditadas pela narrativa jornalística.

Na tela inicial das mídias sociais (Figura 3, logo após), disponibilizam-se diversos canais de contato para que as pessoas possam cobrar pela integralidade da notícia, solicitar edições nas publicações ou até mesmo sugerir pautas, através de instrumentos como o

número de contato do WhatsApp⁶ na capa da página, possibilidades de ligações, abertura de caixas de mensagens na própria rede social ou envio de e-mail (com endereço localizado no painel direito da tela); além da permissividade de criar conteúdos na própria linha do tempo do jornal, enviar fotos, vídeos ou localização.

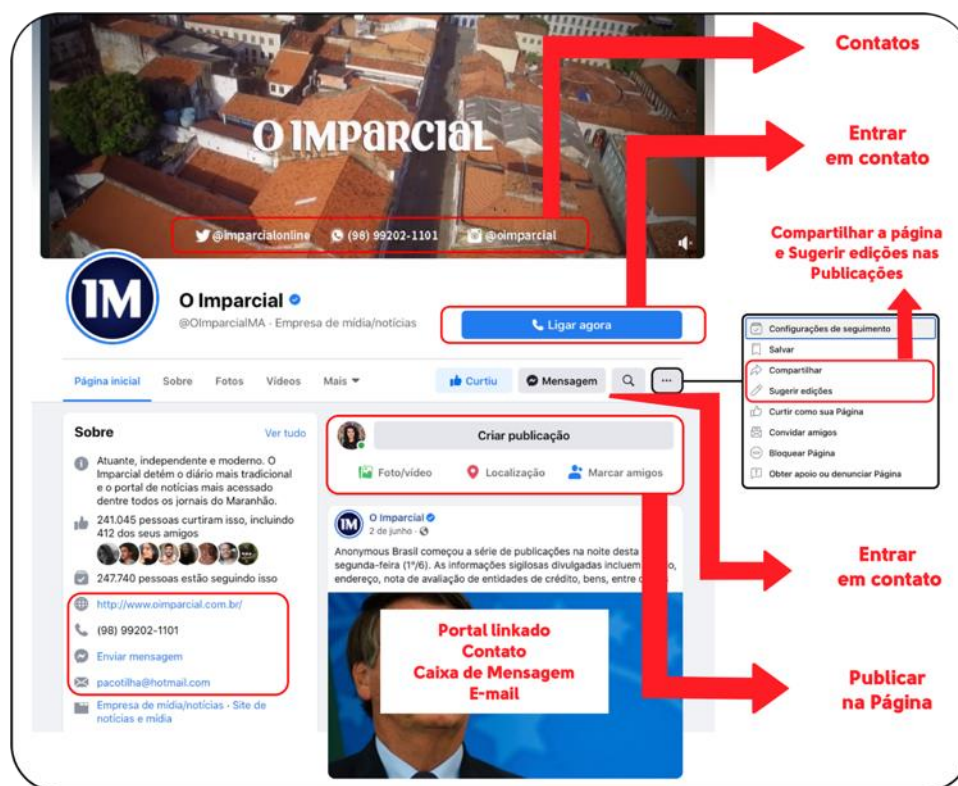


Figura 3 – Ferramentas de Interatividade Comunicativa na página inicial do Facebook no perfil do O Imparcial. Fonte: *print screen* elaborada pelos autores, 2020.

A ferramenta de compartilhamento das notícias, demonstrada na Figura 4 (abaixo), permite adicionar texto opinativo (legendado pelo próprio utilizador) e dar um novo sentido à publicação. As reações, que vão além do “Like” (botão clicável embaixo da publicação que

⁶ Aplicativo de mensagem.

indica a reação do Gosto) e pretendem imitar emoções humanas (tristeza, amor, riso, raiva, espanto...) também se fazem presentes. Tais reações também buscam expressar engajamento. De forma semelhante, há a opção de denunciar as publicações que desrespeitam as normas da rede social digital, entre elas, a do combate à desinformação.



Figura 4 – Ferramentas de Interatividade Comunicativa na publicação da página do Facebook do O Imparcial. Fonte: *print screen* elaborada pelos autores, 2020.

Nessa seção, uma das principais característica da Interatividade Comunicativa são os comentários. Estes surgiram inicialmente nos blogs e foram aprimorados ao longo do tempo. Os utilizadores discutem as notícias, enviando *emojis*, imagem, *gif*, figurinhas ou um “simples” texto verbal, como pode ser visto na Figura 4 (acima).

CONSIDERAÇÕES FINAIS: O QUE ISSO TEM A VER COM PARTICIPAÇÃO DIGITAL?

É facilmente perceptível que os perfis jornalísticos nas redes sociais digitais apresentam a Interatividade Comunicativa mais forte que no site principal de O Imparcial. O que se questiona a partir de então é: se há uma Interatividade Comunicativa mais forte nos SRS, por que a produção de conteúdo exclusiva e que ofereça ferramentas de maior engajamento e participação digital ainda é negligenciada ou sofre de fortes carências exigidas pela linguagem do jornalismo online? Rost (2014) diferencia quatro etapas da Interatividade Comunicativa, e numa perspectiva prognóstica, parece estarmos na quarta etapa, que é a Participação sincrônica, lado a lado. O autor (Id., 2014, p. 65) explica:

A participação através do Facebook e Twitter desenvolve-se em tempo real. O fluxo de mensagens é permanente e sincrónico. Mas, além disso, os sites começam a utilizá-los – ocasionalmente – para coberturas de determinados acontecimentos e, ali, o utilizador pode participar no relato lado a lado com um grupo de jornalistas. Não obstante, muitos meios de comunicação apenas despejam automaticamente nas redes sociais o conteúdo publicado no sítio web, pelo que não há aproveitamento narrativo nem interação, como veremos.

Tal citação, reafirma as considerações propostas ao se identificar somente compartilhamento de links e legendas nas publicações. É como se fossem jogadas “automaticamente” as publicações nas redes sociais digitais e a interatividade ficasse por conta dos utilizadores e da própria plataforma. É como se a empresa e o jornalismo político publicado por ela se desresponsabilizassem do processo pedagógico que a relação com a mídia e, portanto, a participação digital impõe na construção social da realidade. Em entrevista aos pesquisadores deste trabalho, profissionais da empresa justificaram isso a partir da escassez material e humana/esvaziamento da redação e do grande número de informações a serem divulgadas em virtude da instantaneidade da linguagem jornalística na Internet.

Então, às vezes, as informações são publicadas a partir de movimentos “Ctrl + C e Ctrl + V”⁷ das notícias de grandes empresas de comunicação, sem sofrerem quaisquer modificações ou acréscimo de formatos que ajudem a sustenta-las e torná-las mais dinâmicas.

Rost (2014) também aponta problemas para essa participação, como a quantidade excessiva de comentários dos utilizadores que impossibilita as empresas de gerirem qualitativamente tal recurso; por outro lado, uma minoria participa das discussões comparados ao total de visitantes; Não há um verdadeiro diálogo entre jornalista e utilizadores, pois os profissionais não respondem os comentários das notícias (em se tratando de Política, então, o jornalista é orientado a tomar cuidado para não demonstrar lado ou demonstrar um posicionamento ideológico conflitante com o da empresa de comunicação).

Em se tratando especificamente do não incentivo para a participação digital das pessoas na formatação do jornalismo político online, Wilson Gomes (2005) ajuda esta pesquisa a entender uma de suas causas: há uma desigualdade adotada pela democracia representativa liberal, a qual reserva todas as decisões dos negócios públicos apenas à esfera política, ficando assim, somente a dimensão eleitoral para a sociedade civil.

Nesse contexto, a Interatividade quando explorada pelo jornalismo político online se mostra importante para formar pessoas mais participativas, assegurando a colaboração na construção do conhecimento e a visibilidade de pessoas comuns diante da informação política atualizada.

Entretanto, é preciso sempre lembrar que, embora a internet traga vantagens significativas para uma pretensa ampliação dos espaços de participação digital, ainda assim, essa infraestrutura não garante uma participação pública justa, representativa, relevante, efetiva e igualitária. A mesma estrutura que proporciona a democratização dos meios, abre espaço para práticas tirânicas, racistas, discriminatória e antidemocráticas na internet (GOMES, 2002 apud GOMES, 2005); e isso tudo sem nem entrarmos no mérito da

⁷ Atalho do teclado que indica o processo de copiar um conteúdo e colá-lo em outro lugar.

desinformação que tem se tornado um dos principais desserviços aos sistemas democráticos no mundo inteiro - além de configurar em muitos lugares como crime; por isso mesmo, nunca se precisou tanto do valor de verdade que a credibilidade jornalística pode oferecer e estimular pedagogicamente através da Interatividade na era da conexão.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI/LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo e Convergência: permanente renovação**. In: ERC - Digital Media Portugal, Portugal: ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2015. cap. 3, p. 27-34.

Entrevista O Imparcial para o MID. Produção: Bruno Sodré. São Luís: Grupo Mídia e Democracia – MID. 2019. 1 vídeo (20 Min), Mp4, son., color.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras**, Rio Grande do Sul, v. 7, n. 3, set./dez. 2005, p. 214-222. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394>. Acesso em: 30 nov. 2019.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, SAM. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: ALEPH, 2014.

JENSEN, Jens F. Interactivity: Tracking a new concept in media and communication studies. **Nordicom Review**, Sweden, v. 19, n. 1, jun. 1998, p. 185-204.

LEMOS, Ariane; PORTO, Renata; NASSIF, Mônica. O Serviço de Monitoramento de Notícias no Âmbito Organizacional. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (BOCC)**, Portugal, 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lemos-porto-nassif-o-servico-de-monitoramento-de-noticias.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2019.

RICHARDSON, Roberto Jarry *et al.* **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI/LabCom, 2014.

THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução: Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. A interação mediada na era digital. *In*: **Matrizes**. V.12. Nº 3, set./dez. São Paulo: 2018, p. 17-44. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44>>. Acesso em: 05 ago. 2021.

COMO CITAR ESTE ARTIGO

SODRÉ, Bruno Costa *et al.* Interatividade seletiva e comunicativa: interatuantes, dimensões e opções interativas no jornalismo online. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 14, pp. 101-122, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2021v14n.58948>