



**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**JÉSSICA POLCHOWICZ**

**AS TRANSFORMAÇÕES NO FORMATO DA NOTÍCIA NA ERA DIGITAL: UM  
ESTUDO DE CASO DA ZERO HORA IMPRESSA E GZH DIGITAL**

**PORTO ALEGRE**

**2023**

**JÉSSICA POLCHOWICZ**

**AS TRANSFORMAÇÕES NO FORMATO DA NOTÍCIA NA ERA DIGITAL: UM  
ESTUDO DE CASO DA ZERO HORA IMPRESSA E GZH DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso, da Faculdade de Comunicação Social, apresentado ao Centro Universitário Ritter dos Reis como requisito parcial para conclusão do curso de Jornalismo.

**Orientadora:** Profa. Dra. Sandra Henriques

**PORTO ALEGRE**

**2023**

## RESUMO

As transformações no formato da notícia na era digital são cruciais para estabelecer uma conexão eficaz entre o texto e o leitor no ambiente online. Esse estudo de caso analisa o conteúdo de reportagens em suas versões impressa do jornal Zero Hora e digital GZH, em busca de compreender qual a transformação no desenvolvimento das notícias publicadas nas duas plataformas. Para tal, foram realizadas revisões bibliográficas relacionadas ao Jornalismo Pós-Industrial e as novas configurações no formato e distribuição de notícias; as características fundamentais do webjornalismo e uma breve observação das novas possibilidades e experiências relacionadas ao jornalismo na era digital. A coleta de dados revelou que, em sua maioria, a publicação online ainda deixa a desejar em aproveitar plenamente os recursos disponíveis, apontando para a necessidade de adaptações mais eficazes na apresentação de notícias na era digital. Assim esse trabalho, almeja incentivar a busca por aprimoramentos, visando uma comunicação online mais envolvente e eficaz. Diante desse contexto, a reflexão contínua sobre a integração efetiva das características do webjornalismo é essencial para o futuro da comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Webjornalismo; Jornalismo Pós-Industrial; Notícia; Experiência; Informação.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> comparação entre os títulos de reportagem publicada no dia 17/11/2023: à esquerda, na GaúchaZH; e à direita, na Zero Hora .....	566
<b>Figura 2:</b> linha de apoio da reportagem na versão da GaúchaZH.....	566
<b>Figura 3:</b> comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 1. ....	57
<b>Figura 4:</b> frase adicionada na versão publicada na GZH; abaixo, o espaçamento entre parágrafos na mesma versão.....	58
<b>Figura 5:</b> presença de hiperlink na versão de GZH à esquerda; à direita, conteúdo exibido quando o hiperlink é clicado.....	59
<b>Figura 6:</b> à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria, publicada em data anterior.....	59
<b>Figura 7:</b> seção de comentários na matéria em questão no site GZH.....	60
<b>Figura 8:</b> data de publicação das matérias, em destaque: na imagem superior, da GZH; na inferior, da versão impressa da Zero Hora.....	61
<b>Figura 9:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir.....	63
<b>Figura 10:</b> linha de apoio na matéria no GZH.....	63
<b>Figura 11:</b> comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 2. ....	64
<b>Figura 12:</b> diferenças entre o início do último parágrafo do texto; à esq., versão digital da GZH; à dir., a impressa da Zero Hora .....	65
<b>Figura 13:</b> informações adicionais presentes na versão GZH na reportagem digital	66
<b>Figura 14:</b> à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria, publicada em data anterior.....	66
<b>Figura 15:</b> seção de comentários na matéria 2, no site GZH .....	68
<b>Figura 16:</b> data de publicação da matéria no GZH.....	68
<b>Figura 17:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 3.....	70
<b>Figura 18:</b> linha de apoio da matéria 3 do GZH.....	71
<b>Figura 19:</b> comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 3 .....	71

<b>Figura 20:</b> informações adicionais presentes na versão GZH na reportagem digital 3 .....	72
<b>Figura 21:</b> à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria do mesmo nicho .....	73
<b>Figura 22:</b> carrossel de fotos publicado junto à matéria 3 na versão digital de GZH	74
<b>Figura 23:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 4 .....	76
<b>Figura 24:</b> linha de apoio da matéria 4 do GZH.....	76
<b>Figura 25:</b> comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 4 .....	77
<b>Figura 26:</b> à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria também sobre o Grêmio .....	78
<b>Figura 27:</b> imagem publicada junto à matéria 4 na versão digital de GZH .....	78
<b>Figura 28:</b> seção de comentários na matéria 4, no site GZH .....	79
<b>Figura 29:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 5.....	81
<b>Figura 30:</b> linhas de apoio da matéria 5; acima, do GZH, e abaixo, utilizada na Zero Hora .....	81
<b>Figura 31:</b> comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 5.....	82
<b>Figura 32:</b> subtítulos 1 e, na sequência, subtítulos 2 utilizados nas versões online e impressa da quinta matéria analisada .....	83
<b>Figura 33:</b> hiperlink presente na matéria 5, que direciona para conteúdo não-relacionado à matéria original .....	84
<b>Figura 34:</b> hiperlink presente na matéria 5, com tema relacionado de forma aprofundada .....	84
<b>Figura 35:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 6, publicada em 18 de nov. 2023.....	87
<b>Figura 36:</b> linha de apoio da matéria 6 na versão online de GZH .....	87
<b>Figura 37:</b> comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 6.....	88
<b>Figura 38:</b> espaçamento entre parágrafos da matéria 6, na versão digital publicada por GZH.....	89

<b>Figura 39:</b> hiperlink presente na matéria 6, direcionando para conteúdo relacionado ao tema de origem .....	89
<b>Figura 40:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 7, publicada em 18 de nov. 2023 .....	92
<b>Figura 41:</b> linhas de apoio da matéria 7: acima, na versão online para GZH; mais abaixo, na versão impressa de Zero Hora .....	93
<b>Figura 42:</b> comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 7.....	94
<b>Figura 43:</b> hiperlinks presentes na matéria 7, direcionando para conteúdo relacionado ao tema de origem e ao site da entrevistada na matéria.....	95
<b>Figura 44:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 8, publicada em 18 de nov. 2023 .....	97
<b>Figura 45:</b> linha de apoio da matéria 8 em GZH.....	97
<b>Figura 46:</b> comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 8.....	98
<b>Figura 47:</b> diferenças entre a disposição do mesmo texto em parágrafos diferentes; à esq., na GZH; à dir. na versão impressa de ZH .....	99
<b>Figura 48:</b> hiperlinks presentes na matéria 8. O primeiro direciona o leitor para o conteúdo à dir.....	100
<b>Figura 49:</b> hiperlink presente na mesma reportagem 8, dessa vez direcionando o leitor a um conteúdo afim à matéria original .....	100
<b>Figura 50:</b> seção de comentários na matéria 8, no site GZH .....	101
<b>Figura 51:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 9, publicada em 18 de nov. 2023.....	103
<b>Figura 52:</b> linha de apoio da matéria 9 em GZH.....	103
<b>Figura 53:</b> comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 9.....	104
<b>Figura 54:</b> diferenças entre a disposição dos conteúdos nas versões online (à esq.), e impresso (à dir.) .....	104
<b>Figura 55:</b> uso de recurso multimídia na versão online da matéria 9, em GZH.....	105
<b>Figura 56:</b> seção de comentários desativada na matéria 9, na versão online em GZH .....	106
<b>Figura 57:</b> comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 10, publicada em 18 de nov. 2023.....	108

<b>Figura 58:</b> linha de apoio da matéria 10 em GZH.....	108
<b>Figura 59:</b> comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 10.....	109
<b>Figura 60:</b> diferenças entre a disposição dos conteúdos nas versões online (à esq.), e impresso (à dir.), na matéria 10.....	109
<b>Figura 61:</b> foto que ilustra a matéria tanto na versão digital de GZH, quanto da impressa, de ZH.....	110
<b>Figura 62:</b> seção de comentários disponibilizado na matéria 10, na versão online em GZH.....	110

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> análise da notícia 1, do dia 17/11/2023. ....	55
<b>Tabela 2:</b> análise de notícia 2, do dia 17/11/2023 .....	62
<b>Tabela 3:</b> análise da notícia 3, do dia 17/11/2023 .....	69
<b>Tabela 4:</b> análise da notícia 4, do dia 17/11/2023 .....	75
<b>Tabela 5:</b> análise da notícia 5, do dia 17/11/2023 .....	80
<b>Tabela 6:</b> análise da notícia 6, do dia 18/11/2023 .....	86
<b>Tabela 7:</b> análise da notícia 7, do dia 18/11/2023 .....	91
<b>Tabela 8:</b> análise da notícia 8, do dia 18/11/2023 .....	96
<b>Tabela 9:</b> análise da notícia 9, do dia 18/11/2023 .....	102
<b>Tabela 10:</b> análise da notícia 10, do dia 18/11/2023 .....	106

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL</b> .....	<b>16</b>
2.1	MUDANÇAS NO PARADIGMA DA INFORMAÇÃO .....	16
2.2	A EXPANSÃO DOS FORMATOS E O NOVO MODELO DE NEGÓCIOS NO JORNALISMO DIGITAL .....	19
<b>3</b>	<b>AS SETE CARACTERÍSTICAS QUE MARCAM A DIFERENÇA NO WEBJORNALISMO</b> .....	<b>24</b>
3.1	HIPERTEXTUALIDADE .....	24
3.2	MULTIMIDIALIDADE .....	28
3.3	INTERATIVIDADE .....	30
3.4	MEMÓRIA.....	31
3.5	INSTANTANEIDADE .....	34
3.6	PERSONALIZAÇÃO.....	36
3.7	UBIQUIDADE .....	37
<b>4</b>	<b>PARA ALÉM DAS SETE CARACTERÍSTICAS: AS EXPERIÊNCIAS DIGITAIS NA PRODUÇÃO, CONSTRUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE NOTÍCIAS</b> .....	<b>40</b>
<b>5</b>	<b>O ESTUDO DE CASO COMO PROCEDIMENTO METODOLÓGICO</b> .....	<b>488</b>
5.1	A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DE CASO NAS EDIÇÃO DIGITAL GZH E EDIÇÃO IMPRESSA ZH.....	49
<b>6</b>	<b>AS TRANSFORMAÇÕES NO FORMATO DA NOTÍCIA NA ERA DIGITAL: ANÁLISES DA EDIÇÃO DIGITAL GZH E EDIÇÃO IMPRESSA ZH.....</b>	<b>53</b>
6.1	REPORTAGEM/NOTÍCIA 1: “AO PATROCINAR TERCEIRO AUMENTO DE IMPOSTOS, LEITE FAZ MANOBRA ARRISCADA” – 17/11/2023 .....	55
6.1.1	<b>Títulos</b> .....	55
6.1.2	<b>Linha de apoio</b> .....	56
6.1.3	<b>Lide</b> .....	57
6.1.4	<b>Conteúdo</b> .....	57
6.1.5	<b>Características do webjornalismo</b> .....	58
6.2	REPORTAGEM/NOTÍCIA 2: “HADDAD VENCEU A PRIMEIRA BATALHA DO DÉFICIT ZERO, TERÁ OUTRAS PELA FRENTE” – 17/11/2023 .....	61
6.2.1	<b>Título</b> .....	62
6.2.2	<b>Linha de apoio</b> .....	63
6.2.3	<b>Lide</b> .....	63
6.2.4	<b>Conteúdo</b> .....	64
6.2.5	<b>Características do webjornalismo</b> .....	66

6.3	REPORTAGEM/NOTÍCIA 3: “ARREMESSO DE ESPIGA DE MILHO, CARRINHO DE MÃO E MAIS: CONHEÇA AS PROVAS DOS JOGOS RURAIS NO RS” – 17/11/2023.....	69
6.3.1	Título .....	70
6.3.2	Linha de apoio.....	70
6.3.3	Lide.....	71
6.3.4	Conteúdo .....	72
6.3.5	Características do webjornalismo .....	73
6.4	REPORTAGEM/NOTÍCIA 4: “DO QUE O GRÊMIO PRECISA PARA MELHORAR O TIME EM 2024” – 17/11/2024.....	75
6.4.1	Título .....	76
6.4.2	Linha de apoio.....	76
6.4.3	Lide.....	76
6.4.4	Conteúdo .....	77
6.4.5	Características do webjornalismo .....	78
6.5	REPORTAGEM/NOTÍCIA 5: “ENCONTREI A PAZ NA SIMPLICIDADE, NA GRATIDÃO E NA MÚSICA’, DIZ THIAGUINHO, QUE CANTA EM PORTO ALEGRE” – 17/11/2024 .....	79
6.5.1	Título .....	80
6.5.2	Linha de apoio.....	81
6.5.3	Lide.....	82
6.5.4	Conteúdo .....	82
6.5.5	Características do webjornalismo .....	83
6.6	REPORTAGEM/NOTÍCIA 6: “CRESCER OPOSIÇÃO À ELEVAÇÃO DO ICMS” – 18/11/2024.....	86
6.6.1	Título .....	86
6.6.2	Linha de apoio.....	87
6.6.3	Lide.....	87
6.6.4	Conteúdo .....	88
6.6.5	Características do webjornalismo .....	89
6.7	REPORTAGEM/NOTÍCIA 7: “EMPREENDEDORISMO DA POPULAÇÃO NEGRA É ESSENCIAL PARA REDUZIR DESIGUALDADE’, AFIRMA CEO DA PRETAHUB” – 18/11/2024 .....	90
6.7.1	Título .....	92
6.7.2	Linha de apoio.....	92
6.7.3	Lide.....	93
6.7.4	Conteúdo .....	94
6.7.5	Características do webjornalismo .....	94

6.8	REPORTAGEM/NOTÍCIA 8: “FARSUL MANIFESTA POSIÇÃO CONTRA AUMENTO DE ICMS E TRAZ PROPOSTA” – 18/11/2024 .....	96
6.8.1	Título .....	97
6.8.2	Linha de apoio.....	97
6.8.3	Lide.....	97
6.8.4	Conteúdo .....	98
6.8.5	Características do webjornalismo .....	99
6.9	REPORTAGEM/NOTÍCIA 9: “VÍDEO: CAMP NOU É ‘CORTADO’ AO MEIO; CONFIRA COMO SERÁ A OBRA DO ESTÁDIO DO BARÇA, QUE CUSTARÁ 1,5 BILHÃO DE EUROS” – 18/11/2024.....	101
6.9.1	Título .....	102
6.9.2	Linha de apoio.....	103
6.9.3	Lide.....	103
6.9.4	Conteúdo .....	104
6.9.5	Características do webjornalismo .....	105
6.10	REPORTAGEM/NOTÍCIA 10: “O QUE É ALOPECIA AREATA? VEJA CAUSAS E TRATAMENTOS RECOMENDADOS” – 18/11/2024 .....	106
6.10.1	Título .....	107
6.10.2	Linha de apoio.....	108
6.10.3	Lide.....	108
6.10.4	Conteúdo .....	109
6.10.5	Características do webjornalismo .....	109
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	113
8	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	116

## 1 INTRODUÇÃO

O cenário jornalístico tem passado por transformações profundas e complexas, moldadas pelas forças da revolução digital e da globalização. Nesse contexto, tornou-se imperativo compreender quais mudanças se tornaram necessárias no formato de como as notícias eram tradicionalmente apresentadas, visto que a popularização da internet revolucionou a forma como essas informações são produzidas, distribuídas e consumidas, desafiando o modelo até então existente de jornalismo. Esse processo trouxe consigo desafios e oportunidades, reforçando a importância do jornalismo de qualidade e da capacidade de se adaptar a um cenário em constante mutação. Assim, compreender quais foram as características desse novo cenário jornalístico que influenciaram a construção da notícia como ela é hoje, a fim de proporcionar uma melhor experiência ao leitor, é fundamental para a adaptação das redações e a manutenção de um jornalismo relevante no mundo digital.

A tradição jornalística consolidada na mídia impressa depende, em grande parte, de elementos visuais e de diagramação para estabelecer uma conexão eficaz entre o texto e o leitor. A diagramação cuidadosamente planejada desempenha um papel fundamental na organização de textos e imagens nas páginas impressas, facilitando a compreensão da informação:

um fenômeno bem corriqueiro, e que pode ser observado em qualquer país, é o grupo de pessoas reunidas defronte uma banca de jornal. Elas estão, na maior parte, atraídas hipnoticamente pelas manchetes das publicações expostas. Qual a razão desse comportamento automático e espontâneo, e por que não dizer, inconsciente? Sem dúvida é a força do discurso gráfico impresso nas páginas dos jornais. Dessa forma, o próprio termo discurso gráfico vem significar o conjunto de elementos visuais de um jornal, livro, revista, cartaz, ou tudo que seja impresso (Silva, 1985, p. 13).

No entanto, com a ascensão da internet surgiu uma nova dinâmica: a migração do conteúdo do jornal impresso para o ambiente digital, que é um espaço potencialmente sem limites e que possibilita uma maior interação do leitor com o conteúdo produzido, entre outras coisas, pela inclusão de elementos multimídia, como áudio, vídeo e animações, p. ex.

Nesse sentido, a falta de critério na disposição de elementos pode levar rapidamente o usuário a abandonar uma página em busca de uma experiência mais satisfatória, já que a forma como o público consome informação está diretamente ligada à necessidade de adaptação por parte dos veículos de comunicação. Para tal,

a proposta é realizar um estudo de caso nas versões impressa e digital do jornal Zero Hora, publicação diária do grupo RBS, para compreender quais adaptações que ocorrem na forma como as notícias são construídas no contexto digital atual. Desse modo, “distanciando-se a cada dia do empirismo, a tendência do jornalismo moderno é absorver novas tecnologias para melhor apresentar o seu produto ao consumidor” (Silva, 1985, p. 12).

Com este estudo de caso, pretende-se compreender as nuances dessa convergência do jornal impresso para o ambiente digital, reconhecendo-a, ao mesmo tempo, tanto como uma transformação necessária, quanto como uma oportunidade para redefinir o futuro do jornalismo contemporâneo. Deste modo, o *objetivo geral* desse trabalho é entender as adaptações que a Zero Hora faz no conteúdo quando passa do impresso para o digital.

Para tal, foram definidos três *objetivos específicos* que norteiam a pesquisa, através dos quais é possível atingir o objetivo geral, bem como oferecer *insights* relevantes para profissionais de mídia e pesquisadores interessados nas dinâmicas do jornalismo contemporâneo e na interação entre jornalistas, tecnologia e leitores. Os objetivos específicos são:

a) explorar a evolução do jornalismo no cenário pós-industrial, analisando as mudanças no paradigma da informação, a expansão dos formatos e novo modelo de negócio no jornalismo digital;

b) demarcar as sete características que marcaram a diferença no webjornalismo e seus impactos na forma como as notícias são produzidas e consumidas na era digital, e, por fim;

c) compreender o cenário para além das sete características, as experiências digitais na produção, construção e distribuição de notícias, considerando fatores como a interatividade, instantaneidade e a personalização.

No contexto acadêmico, a pesquisa sobre as mudanças no formato da notícia em relação ao ambiente digital é crucial para compreensão das adaptações necessárias nesse cenário jornalístico em constante transformação. Além disso, ao explorar como a evolução do jornalismo abriu caminho para uma construção noticiosa muito mais abrangente – especialmente no que diz respeito ao espaço e possibilidades multimídia –, contribui-se para o desenvolvimento de apresentação de notícias de maneira mais rica e envolvente, atendendo as demandas de um público cada vez mais digital e ávido por informações completas e contextualizadas.

Adicionalmente, o estudo tem implicações também na observação das experiências do leitor, uma vez que a forma como as notícias são moldadas e entregues influencia não apenas a compreensão dos acontecimentos, mas também a participação cívica e o engajamento do público. À medida que as notícias se tornam mais acessíveis e envolventes no ambiente digital, isso pode fortalecer a democracia ao permitir que os cidadãos tenham acesso a informações variadas e contextualizadas.

Por fim, do ponto de vista prático, esta pesquisa tem o potencial de direcionar estratégias editoriais e práticas jornalísticas. Compreender nuances do jornalismo digital e sua relação com a audiência é essencial para veículos de comunicação e jornalistas que desejam permanecer relevantes em um cenário de mídia em constante evolução. Os *insights* obtidos podem auxiliar na elaboração de estratégias que atendam às necessidades e expectativas do público online, aprimorando a capacidade de envolver leitores e oferecer informações de maneira mais atraente. Além disso, a pesquisa pode contribuir para a identificação de melhores práticas em termos de apresentação de notícia, impactando diretamente a eficácia do jornalismo digital em um mundo cada vez mais conectado.

A estrutura deste trabalho é organizada em cinco seções principais, cada uma desempenhando um papel distinto na apresentação e desenvolvimento do tema. Na primeira seção, apresentamos a proposta da pesquisa, sua relevância e justificativa, bem como os objetivos geral e específicos. A segunda seção é dedicada à revisão da literatura, na qual exploram-se as principais teorias e estudos relacionados ao nosso tópico.

Na terceira seção, apresenta-se a metodologia de estudo de caso e sua aplicabilidade na proposta desse Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Na quarta seção, são exibidas as análises, destacando descobertas importantes e suas implicações. Por fim, a quinta seção traz as considerações finais das análises, sintetizando os principais resultados e indicando direções para pesquisas futuras. Essa estrutura foi projetada para fornecer uma visão clara e organizada do estudo e garantir que os leitores possam acompanhar a progressão lógica da pesquisa.

A abordagem do estudo de caso utilizada nesta pesquisa sobre a transição do formato de notícias do impresso para o digital se concentrará na análise detalhada de dados qualitativos. A coleta de dados foi realizada nos dias 17 e 18/11/2023 por meio de análise de conteúdo de artigos e reportagens publicadas, tanto na versão

impressa quanto na versão online do jornal Zero Hora. Essa abordagem mista, combinando dados qualitativos, como conteúdo textual, permitirá uma compreensão aprofundada e uma visão abrangente das transformações ocorridas na transição do jornalismo impresso para o digital. A análise minuciosa desses dados fornecerá *insights* valiosos sobre as complexidades envolvidas no processo, contribuindo para o avanço do conhecimento nesta área.

Finalmente, com a pesquisa apresentada a seguir, espera-se contribuir para uma melhor compreensão das transformações no formato da notícia no cenário jornalístico, especialmente no contexto digital, e identificar as adaptações necessárias para manter a qualidade e proporcionar uma melhor experiência ao leitor. Outro ganho é que os resultados deste estudo forneçam uma base sólida para pesquisas futuras, abrindo portas para uma análise mais aprofundada das complexas interações entre jornalismo, tecnologia e público. À medida que o jornalismo continua a se adaptar às demandas da era digital, este trabalho pretende servir como impulsionador para investigações adicionais, contribuindo para a construção de um corpo de conhecimento mais amplo e informado sobre o futuro do jornalismo.

## 2 JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL

Neste capítulo, são exploradas as transformações significativas que moldaram o formato da notícia no jornalismo pós-industrial. Inicialmente, serão aprofundadas as mudanças no paradigma da informação e, em seguida, a expansão dos formatos e no novo modelo de negócio no jornalismo digital.

### 2.1 MUDANÇAS NO PARADIGMA DA INFORMAÇÃO

A importância do paradigma da informação no jornalismo pós-industrial é fundamental para compreender a revolução que ocorreu no campo da comunicação e da informação. Nesse novo contexto, as mudanças nas formas de produção, distribuição e consumo de notícias representam uma transformação profunda. A velocidade instantânea, a multimídia, a interatividade, a personalização, o hipertexto e os links, os títulos cativantes, o espaço virtualmente ilimitado e o acesso generalizado a dispositivos móveis têm redefinido a natureza do jornalismo. Essa evolução não apenas influencia a maneira como as notícias são apresentadas e compreendidas, mas também desafia os modelos tradicionais da indústria de mídia, afetando a sociedade e a democracia. Portanto, o paradigma da informação é fundamental para entender a relevância e a complexidade do jornalismo na era digital e pós-industrial.

Ao longo do tempo, a forma como as notícias são produzidas e consumidas passou por uma notável transformação, impulsionada principalmente pelas transformações tecnológicas e sociais. No século passado, o jornalismo estava fortemente ligado ao meio impresso, e a produção de notícias seguia um ciclo longo e rigoroso. Jornalistas coletavam informações, escreviam reportagens e aguardavam a impressão das edições diárias ou semanais. No entanto, com o desenvolvimento da internet e a revolução digital, o cenário mudou drasticamente. As notícias digitais passaram ser publicadas instantaneamente, permitindo atualizações em tempo real à medida que os eventos se desenrolam. Além disso, a incorporação de elementos multimídia, como vídeos, fotos e áudio, tornou-se uma norma, enriquecendo a narrativa jornalística e proporcionando uma experiência mais envolvente aos leitores.

Uma outra mudança fundamental nesse cenário foi a interatividade: os leitores agora têm a capacidade de comentar, compartilhar e até mesmo contribuir com o conteúdo jornalístico, tornando-se parte ativa do processo informativo; some-se

também a crescente personalização, baseada na seleção e recomendação algorítmica de notícias, com base nas preferências individuais. O hipertexto e os links conectam informações e permitem aprofundar a pesquisa, tornando a exploração de tópicos mais fácil do que nunca. Títulos cativantes competem pela atenção do público, e o espaço ilimitado na internet possibilita a publicação de uma variedade maior de conteúdo. Por fim, o acesso generalizado a dispositivos móveis conectados em redes digitais constantemente permitiu que as notícias fossem acessadas em qualquer lugar e a qualquer momento, redefinindo o conceito de consumo de notícias.

Essas mudanças radicais no jornalismo têm impactado profundamente a maneira como as notícias são produzidas e consumidas, tornando o processo mais ágil, acessível e interativo, enquanto desafia os modelos de negócios tradicionais da indústria de mídia. Segundo Anderson (2014, p. 8), “pensar o jornalismo dentro dos limites aos quais sempre esteve reservado torna-se hoje insuficiente”.

O jornalismo passou por uma transição significativa, deixando para trás sua ênfase no papel e abraçando o mundo digital com entusiasmo. Anteriormente centrado em jornais impressos, revistas, emissões de rádio e televisão, o jornalismo agora prospera online. A internet proporcionou aos jornalistas a capacidade de publicar notícias instantaneamente, alcançar audiências globais e incorporar elementos multimídia, como vídeos, fotos e áudios, para enriquecer suas reportagens. Além disso, a interatividade e a personalização permitem uma maior participação do público e uma experiência de consumo de notícias mais adaptada às preferências individuais. Essa mudança para o digital redefiniu o jornalismo e sua dinâmica, tornando-o mais mutável, acessível e diversificado do que nunca. Para Salaverría,

as notícias são frequentemente estruturadas em um modelo mais informal, privilegiando conteúdo de interesse humano, recorrendo à emoção e à sensibilidade. As chamadas são normalmente superlativas, histórias edificantes que vão “mudar sua vida”, ou com a já clássica *clickbait* “você não vai acreditar no que esta pessoa fez” (Salaverría, 2014, p. 11, grifos do autor).

A transição do jornalismo do papel para o digital foi impulsionada por diversas razões: acessibilidade da internet, a disseminação de dispositivos móveis e a mudança nos hábitos de consumo do público foram alguns dos fatores que desempenharam um papel fundamental nessa transformação. Além disso, a capacidade de alcançar audiências globalmente, e a agilidade na publicação de notícias, tornaram o ambiente digital altamente atrativo para organizações de mídia.

No entanto, tais mudanças também trouxeram desafios, como a disseminação de notícias falsas e a necessidade de novos modelos de negócios para sustentar o jornalismo de qualidade. A concorrência intensa e a diversificação das fontes de informação também afetaram a credibilidade do jornalismo. Portanto, enquanto os ambientes digitais trouxeram inovações significativas para o campo jornalístico, eles também apresentaram complexidades que exigiram – e continuam a exigir – adaptação contínua, impondo também a urgência de se refletir sobre o futuro do jornalismo. Para Brasil, “as novas mídias, a produção independente, a interatividade e as redes sociais não alteraram ou tornam obsoleto o maior e mais fundamental preceito do jornalismo: ‘contar uma boa história baseada em fatos’” (Brasil, 2014, p. 20).

As redes sociais e plataformas digitais passam, assim, a desempenhar um papel crucial na disseminação de informações na contemporaneidade. Elas se tornaram canais de compartilhamento de notícias e conteúdo, permitindo que as informações alcancem um público amplo e diversificado em tempo real. No entanto, essa disseminação de informações nem sempre é acompanhada de verificação ou responsabilidade, o que levanta desafios em relação à proliferação de notícias falsas e desinformação. Além disso, as redes sociais muitas vezes criam “bolhas” de informações, onde os usuários são expostos principalmente a pontos de vistas semelhantes aos seus, o que pode reforçar a polarização e limitar a diversidade de perspectivas. Portanto, enquanto as redes sociais e plataformas digitais têm revolucionado a forma como consumimos informações, é essencial abordar as questões relacionadas à confiabilidade, a veracidade e a ética na disseminação de conteúdo online. Para Henn, trata-se de um cenário onde

tudo é muito instantaneamente e intensamente compartilhado: a narrativa do jornalismo expandiu-se, dentro de uma lógica próxima daquilo que Henry Jenkins, junto a outros autores, chama de *Spreadable Media*. Ou seja, existe hoje uma espécie de transnarrativa jornalística que escapa dos portais de notícias e é agregada pelos compartilhamentos e comentários nas redes sociais digitais que também se agregam ao que é construído nos portais (Henn, 2014, p. 17, grifos do autor).

As mudanças trazidas pela disseminação de informações através das redes sociais e plataformas digitais tiveram um impacto ambíguo na credibilidade das fontes de informação. Por um lado, a acessibilidade a uma variedade de fontes e a diversificação de perspectivas podem enriquecer a cobertura informativa, tornando-a

mais abrangente. No entanto, a falta de regulação nas redes sociais e a rápida propagação de notícias não verificadas ou falsas prejudicaram a confiança nas informações encontradas em redes sociais e plataformas de conteúdo. Isso destacou a necessidade de alfabetização digital e crítica por parte do público para discernir entre fontes confiáveis e informações enganosas. Assim, as mudanças introduzidas pelas plataformas digitais desafiaram a credibilidade das fontes de informação, destacando a importância da responsabilidade e do rigor jornalístico na era digital. Pois,

a diferença não está apenas no ambiente, mas nas lógicas constitutivas: são acontecimentos que, por se articularem em redes, que são públicas, já são potencialmente compartilhados publicamente, sem uma necessária mediação, *a priori*, do jornalismo. São midiáticos, por natureza, e produzem narrativas específicas que, dependendo do grau de conectividade e compartilhamento que geram, transformam-se em pautas para o jornalismo (Henn, 2014, p. 16, grifos do autor).

Isso posto, a seguir será abordado como os novos formatos e, por conseguinte, os novos modelos de negócios impactaram a prática jornalística e reconfiguraram tanto seus pressupostos quanto reorganizaram o próprio cenário midiático em face dos ambientes, plataformas e redes digitais.

## 2.2 A EXPANSÃO DOS FORMATOS E O NOVO MODELO DE NEGÓCIOS NO JORNALISMO DIGITAL

No conteúdo jornalístico para o meio digital, a diversidade de recursos e ferramentas possíveis é uma característica fundamental. Além do tradicional texto, os profissionais da mídia podem explorar uma gama crescente de formatos e linguagens, dentre os quais os vídeos que fornecem uma experiência visual mais rica e envolvente, podcasts que permitem a disseminação de informações em formato de áudio, infográficos que simplificam a visualização de dados complexos, e até mesmo reportagens interativas que convidam os leitores a explorar o conteúdo de maneira participativa. Essa variedade de formatos não apenas enriquece a narrativa jornalística, mas também atende às preferências diversificadas do público, tornando o jornalismo digital mais acessível, informativo e envolvente. Salaverría destaca que,

na verdade, me parece que a proposta é aproveitar tudo que seja útil e eficiente desses modelos, ao mesmo tempo preservando alguns valores e características de conteúdos que esses meios nativos digitais não tenham. Não significa que o *New York Times* tenha que se tornar o *Buzzfeed*, mas que algumas peculiaridades do *Buzzfeed* podem ser aproveitadas pelo *NYT* (Salaverría, 2014, p. 12, grifos do autor).

A pluralidade de formatos no jornalismo digital desempenha um papel crucial em atender as necessidades de um público também diverso e versátil. Com diferentes pessoas tendo preferências por conteúdo em vídeo, áudio, texto ou elementos visuais, a variedade de formatos permite que as organizações de mídia alcancem e cativem uma audiência mais ampla. Isso não apenas torna a informação mais acessível, mas também proporciona uma experiência de consumo de notícias mais personalizada. Além disso, a diversificação de formatos torna o jornalismo digital mais inclusivo, permitindo que uma variedade de grupos demográficos, incluindo aqueles com necessidades especiais, acessem informações de maneira mais adequada às suas preferências e capacidades individuais. Desse modo,

a questão é saber adaptar-se aos modelos de consumo informativo, às linguagens, aos ritmos, aos dispositivos que estão demandando os usuários da informação nas redes digitais, mas colocando essas características a serviço de uma informação compreendida como de absoluta qualidade. Nesse sentido, penso que pode haver uma informação que apele ao interesse das pessoas sem necessariamente cair em um jornalismo sensacionalista (Salaverría, 2014, p. 12).

O jornalismo pós-industrial enfrenta desafios financeiros substanciais à medida que se adapta ao ambiente digital. Isso porque a transição para a era digital afetou a receita com publicidade, com muitos anunciantes migrando para plataformas de mídia social e anúncios online, impactando as receitas das organizações jornalísticas tradicionais. Além disso, a concorrência intensificada online, bem como o acesso gratuito a uma grande quantidade de conteúdo dificulta a monetização do jornalismo. Para enfrentar esses desafios, as organizações de notícias exploram novos modelos de negócios, como assinaturas digitais e doações dos leitores, mas essas transições podem ser complexas. A busca por um equilíbrio entre lucratividade e responsabilidade jornalística é um desafio constante no jornalismo pós-industrial, e a necessidade de sustentabilidade financeira permanece uma preocupação central para a indústria.

O foco deste relatório é o modo como jornalistas exercem sua função, e não práticas comerciais de instituições que abrigam esses profissionais. Há, contudo, um ponto crucial de interseção de práticas comerciais e práticas jornalísticas: o apoio da publicidade, principal fonte de subsídio do jornalismo norte-americano desde a década de 1830, está desaparecendo (Anderson, 2014, p. 35).

Os modelos de negócios emergentes no jornalismo, como as assinaturas online, publicidade digital e financiamento coletivo, refletem a busca por sustentabilidade financeira em um ambiente digital em constante evolução. As assinaturas online oferecem uma fonte de receita consistente, permitindo que as organizações jornalísticas produzam conteúdo de alta qualidade para seus assinantes. A publicidade digital continua sendo uma importante fonte de receita, aproveitando a segmentação e a análise de dados para direcionar anúncios de maneira mais eficaz. Por fim, o financiamento coletivo e doações dos leitores possibilitam a participação direta do público na manutenção do jornalismo, fortalecendo a relação entre jornalistas e leitores.

No entanto, esses modelos também apresentam desafios, como a necessidade de equilibrar a rentabilidade com a integridade jornalística e a garantia de que as informações não sejam excessivamente influenciadas por interesses comerciais ou doadores individuais. De todo modo, os modelos de negócios emergentes representam uma tentativa de inovação para enfrentar os desafios financeiros do jornalismo pós-industrial, enquanto garantem a qualidade e a ética na produção de notícias.

Meios de comunicação tradicionais não vendem conteúdo como se fosse um produto. Seu negócio é a prestação de serviços, com a integração vertical de conteúdo, reprodução e distribuição (Anderson, 2014, p. 35).

As mudanças nos contornos e modelos de negócios no jornalismo tiveram também um impacto profundo no papel dos jornalistas na sociedade. Estes profissionais agora enfrentam a necessidade de se adaptar a uma variedade de formatos, indo além do texto tradicional, mas incorporando conteúdos multimidiáticos, valorizando a interatividade e também abordagens inovadoras – o que exige um conjunto diversificado de habilidades e competências que vão desde a produção de vídeos até o entendimento de algoritmos de distribuição. Além disso, os jornalistas frequentemente se tornam mais ativos na promoção de seu próprio trabalho, seja nas redes sociais ou em eventos ao vivo.

Em relação aos modelos de negócios, a busca por sustentabilidade financeira, muitas vezes, coloca os jornalistas em posições delicadas, nas quais esses profissionais precisam equilibrar a independência editorial com as demandas comerciais. No entanto, as mudanças também proporcionam novas oportunidades

para engajar diretamente com o público e cultivar comunidades de leitores leais. Em resumo, as transformações nos formatos e modelos de negócios redefiniram o papel dos jornalistas, exigindo flexibilidade, habilidades diversificadas e um compromisso contínuo com o jornalismo responsável e de qualidade. Para Brasil,

uma sociedade midiaticizada imersa em uma lógica conectiva tem interesse, apoia e patrocina a investigação jornalística “de qualidade”. O problema é identificar o que ainda é considerado “relevante e de qualidade” (Brasil, 2014, p. 20).

Os profissionais do jornalismo enfrentam desafios éticos significativos no contexto do jornalismo pós-industrial. A rapidez na disseminação de informações, a pressão por cliques e compartilhamentos são elementos que podem criar um ambiente propício para a disseminação de notícias falsas e conteúdos apelativos e sensacionalistas. Ao mesmo tempo, a checagem, verificação e contextualização das notícias em um cenário digital progressivamente complexo torna-se, também, uma tarefa árdua.

A dependência de algoritmos para recomendar notícias também é um elemento crítico, e que pode levar à criação de “bolhas” de informação e reforçar polarizações. Portanto, os jornalistas enfrentam o desafio ético de manter os princípios fundamentais de precisão, equilíbrio e responsabilidade, mesmo em meio às pressões do ambiente digital, enquanto buscam reconquistar a confiança do público. Silva acrescenta que,

este jornalismo sensacionalista, no entanto, não deixou de existir com a emergência de novos formatos e valores para o fazer jornalístico. Em verdade, ainda hoje encontra espaço no ecossistema midiático, coexistindo com um jornalismo objetivo e factual, ou com aquele que busca o serviço e a contextualização. Por vezes no mesmo jornal, ou mesmo em uma única página (Silva, 2014, p. 23).

Em suma, a evolução contínua dos formatos de notícia e o surgimento de novos modelos de negócios no jornalismo digital desencadearam uma transformação profunda no webjornalismo ao longo das últimas décadas. Essa metamorfose redefiniu não apenas a produção, mas também a maneira como as notícias são consumidas. A expansão para formatos multimídia, a necessidade de instantaneidade, interatividade e personalização são apenas algumas das características que marcam essa nova era.

Com a mudança para modelos de negócios online, como as assinaturas digitais, o jornalismo enfrenta desafios financeiros, mas também abre portas para uma conexão mais direta com o público. Compreender e aplicar eficientemente essas características torna-se, portanto, imperativo para profissionais e consumidores de notícias, abrindo assim o caminho para uma jornada informativa mais rica e adaptada às demandas da era digital.

### 3 AS SETE CARACTERÍSTICAS QUE MARCAM A DIFERENÇA NO WEBJORNALISMO

O webjornalismo experimentou uma transformação radical nas últimas décadas ao redefinir as maneiras pelas quais as notícias são produzidas e consumidas. Para aprofundar essa evolução significativa, a coletânea de reflexões organizada por Canavilhas (2014b) propõe um conjunto de *sete* características fundamentais que distinguem o webjornalismo do jornalismo tradicional. Neste capítulo, cada uma dessas características será explorada mais detalhadamente, traçando o papel que desempenharam na transformação no campo jornalístico, tanto moldando a forma como as notícias são entregues, quanto como elas são consumidas em um cenário digital. Em um mundo onde a informação é tão central, a proposta de Canavilhas (2014b) serve como um guia essencial para que se possa compreender o presente e, ao mesmo tempo, vislumbrar possibilidades futuras para o jornalismo digital.

A seguir, portanto, serão apresentadas as sete características propostas na obra acima mencionada, e também como elas podem ser desenvolvidas e observadas nas produções de conteúdos jornalísticos digitais. São elas: hipertextualidade; multimídia; interatividade; memória; instantaneidade; personalização e ubiquidade.

#### 3.1 HIPERTEXTUALIDADE

A transição “do texto ao hipertexto” representa uma mudança fundamental na forma como as informações são apresentadas e acessadas na era digital. Enquanto o texto tradicional segue uma estrutura linear, o hipertexto introduz a não sequencialidade, permitindo que os leitores explorem um conteúdo de maneira mais interativa e flexível. Isso significa que, em vez de seguir uma única narrativa linear, os leitores podem saltar entre blocos de informações relacionadas entre si, explorando links e conexões, o que enriquece a compreensão e a experiência de leitura. Essa transição reflete a crescente importância da conectividade e da multidimensionalidade na disseminação de informações, desempenhando um papel crucial no jornalismo digital e em diversas formas de comunicação online. Desse modo,

mais de 50 anos após Nelson ter usado pela primeira vez a palavra hipertexto, e apesar das inúmeras definições onde se integram as anteriormente enunciadas, a forma mais simples e imediata de definir hipertexto ainda é aquilo a que o autor chamou noção popular do termo: “uma série de blocos

de texto ligados entre si por links, que formam diferentes itinerários para os leitores” (Nelson cit in Landow, 1992, p. 15). De forma mais ou menos complexa, as definições incluem sempre dois elementos nucleares: nós e links, ou seja, blocos informativos e hiperligações. É desta forma que doravante abordamos a importância destes elementos nos hipertextos jornalísticos (Canavilhas, 2014a, p. 6).

Os blocos informativos são unidades de conteúdo que desempenham um papel essencial na organização de informações, tanto na mídia impressa quanto na digital. Eles são elementos individuais que compõem um documento ou página, contendo dados específicos e conceitos relevantes, de modo a facilitar a leitura, permitindo aos leitores identificar e absorver informações de maneira mais eficiente. Portanto, uma concepção e organização adequada de blocos informativos são fundamentais para garantir uma comunicação eficaz e a compreensão do conteúdo. Para Canavilhas,

a leitura dinâmica gerada pela circulação do leitor entre blocos informativos aprofunda essa dificuldade, o que obriga o jornalista a produzir blocos com sentido, independentemente do contexto oferecido pelos restantes blocos informativos. Embora esta situação tenda a gerar uma rede não-hierárquica (Aarseth, 1992), a própria natureza do jornalismo implica a existência de algum tipo de marca que indique ao leitor qual o ponto focal do trabalho (Canavilhas, 2014a, p. 6).

As hiperligações desempenham um papel crucial na estruturação de informações em ambientes digitais. Sua tipologia varia, abrangendo desde as tradicionais hiperligações de texto que direcionam o leitor para outras páginas ou recursos relacionados, até hiperligações multimídia, como imagens, vídeos e elementos interativos. Além disso, existem hiperligações internas, que conectam partes do mesmo documento, e hiperligações externas, que conduzem a conteúdo para fora do contexto original.

A variedade de tipos de hiperligações contribui para enriquecer a experiência do usuário, permitindo a exploração flexível e personalizada do conteúdo online, ao mesmo tempo em que oferece uma maneira eficaz de relacionar informações e aprofundar o conhecimento sobre um determinado tópico:

a inclusão destas hiperligações, fora ou dentro do texto, informam o leitor sobre a importância do bloco de destino: enquanto uma hiperligação embutida aponta para um aumento de resolução semântica (Fidalgo, 2013), isto é, para informação mais pormenorizada sobre determinado elemento, uma hiperligação em menu aponta para informações de cariz acessório, normalmente outras notícias relacionadas com algum dos elementos da notícia (Canavilhas, 2014a, p. 8).

Com a transição para o hipertexto no jornalismo, as técnicas de redação jornalística passaram também por mudanças significativas. Enquanto o jornalismo tradicional muitas vezes se baseia em uma estrutura de pirâmide invertida, onde as informações mais importantes vêm primeiro, o hipertexto permite uma abordagem mais flexível. Agora, os redatores podem utilizar links para fornecer informações adicionais, contextos aprofundados e recursos multimídia, permitindo que os leitores escolham o quanto querem se aprofundar em uma história.

Além disso, a escrita deve ser mais concisa e direta, uma vez que os leitores podem navegar facilmente por diferentes partes do conteúdo. Portanto, as técnicas de redação jornalística no hipertexto enfatizam a clareza, a interatividade e a capacidade de cativar o leitor, enquanto oferecem um ambiente informativo mais dinâmico e enriquecedor; portanto,

se no caso da imprensa escrita a aplicação da técnica pirâmide invertida já é passível de contestação, no caso do webjornalismo a situação agrava-se. Por um lado, porque na Web não há limitações espaciais para a informação a disponibilizar. O jornalista não é confrontado com a necessidade de cortar informação, podendo manter tudo aquilo que considera essencial para o leitor perceber a mensagem (Canavilhas, 2014a, p. 9).

A arquitetura da notícia na web é uma proposta que se concentra na estruturação eficaz de conteúdo jornalístico em ambiente online. Essa abordagem envolve a organização cuidadosa de informações em formatos que sejam acessíveis e compreensíveis para os leitores digitais, de modo a otimizar a navegação e a experiência do usuário, garantindo que as notícias sejam apresentadas de forma clara e atraente, muitas vezes incluindo elementos multimídia e hiperligações para enriquecer o entendimento.

Além disso, a arquitetura da notícia na web visa facilitar a atualização e a interconexão de informações em tempo real, adaptando-se as demandas e expectativas da audiência online. Isso contribui para uma comunicação jornalística

mais dinâmica e eficaz em um cenário digital em constante evolução. Canavilhas (2014a) afirma que

de uma forma geral, pode dizer-se que as notícias na Web devem obedecer a arquiteturas abertas e interativas, permitindo uma resposta mais eficaz a duas tipologias de leitores: 1) os que procuram uma informação específica, e por isso estão disponíveis para explorar itinerários pessoais de leitura; 2) os que simplesmente navegam numa notícia e precisam de ser guiados pelas qualidades estruturais do formato (Lowrey & Choi, 2006). Esta situação remete para técnicas específicas de redação hipertextual e para arquiteturas abertas, existindo alguma variedade de propostas (Canavilhas, 2014a, p. 10).

As técnicas de redação hipertextual são essenciais para a criação de conteúdo eficaz na era digital, onde a não linearidade e a interatividade desempenham um papel central. Essas técnicas envolvem a habilidade de elaborar textos concisos, diretos e cativantes, que incentivam os leitores a explorar links e navegar pelo conteúdo de maneira autônoma. Além disso, os redatores hipertextuais devem ser hábeis em criar hiperligações relevantes que enriqueçam a experiência do leitor, fornecendo informações adicionais, contexto e aprofundamento. A clareza na sinalização de links é crucial, garantindo que os leitores compreendam o que encontrarão ao clicar. Em suma, as técnicas de redação hipertextual buscam equilibrar a narrativa textual com a interatividade, tornando o conteúdo envolvente e informativo em um ambiente digital, pois

no caso da Web, a situação é diferente porque a disponibilidade espacial é tendencialmente infinita e o público é global. Nesta situação, a variável “importância” passa a ter uma utilidade relativa. A notícia Web tem blocos ligados por hiperligações, pelo que as características dos blocos, a forma como se organizam e a colocação das hiperligações que os aglutinam são as variáveis a analisar (Canavilhas, 2014a, p. 17).

A hiperligação é uma ferramenta fundamental na escrita hipertextual, desempenhando o papel de conectar informações, enriquecer o conteúdo e permitir que os leitores explorem tópicos de forma mais profunda e personalizada. Ela oferece a capacidade de inserir conexões contextuais em um texto, direcionando os leitores para fontes adicionais, referências ou informações complementares; assim,

ao falarmos de um conjunto de nós informativos ligados por hiperligações estamos a falar de uma rede informativa que exige ao leitor algumas competências no campo da interatividade, coisa que não sucede noutros meios. Para mudar de folha, (jornais e revistas, ou de canal da rádio e da televisão), basta um gesto simples e universal. No caso do *online* existe um conjunto de regras que se vai estabilizando, como o facto de uma palavra sublinhada indicar uma hiperligação, mas tudo o resto é variado e está longe de estabilizar devido à constante evolução do meio (Canavilhas, 2014a, p. 19).

Desse modo, os hiperlinks permitem também que os escritores criem uma narrativa não linear, onde os leitores podem escolher seu próprio caminho de leitura, pulando de um bloco de informação para outro. Assim, ela não apenas amplia a riqueza do conteúdo, mas também oferece uma abordagem interativa à escrita, adaptada às expectativas e às necessidades da audiência digital.

### 3.2 MULTIMIDIALIDADE

O conceito de multimídia se refere à integração de diferentes formas de mídia, como texto, imagens, áudio, vídeo e elementos interativos, em um único contexto ou plataforma, com o objetivo de criar uma experiência rica e envolvente para o público ao permitir a transmissão de informações de maneira mais abrangente e eficaz. Ela é amplamente utilizada em diversos campos – incluindo o jornalismo, entretenimento, educação e publicidade –, para comunicar de maneira mais dinâmica e cativar o público por meio de uma combinação de recursos visuais, auditivos e interativos.

Assim, a multimídia desempenha um papel fundamental em um cenário de informações e plataformas digitais, no qual a convergência de tecnologias possibilita a criação de conteúdos que vão além do texto simples, enriquecendo a maneira como as histórias são contadas e os conceitos são transmitidos.

Os elementos desempenham um papel central na criação de conteúdos que sejam visualmente atraentes e informativamente enriquecedores. Eles podem incluir uma variedade de mídias, como imagens, gráficos, áudio, vídeo e recursos interativos, os quais são escolhidos e integrados estrategicamente visando tanto complementar o texto, quanto fornecer informações de maneira mais envolvente e abrangente.

Portanto, a combinação de elementos multimídia não apenas torna o conteúdo mais acessível, mas também atende a diferentes estilos de aprendizado e preferências dos leitores, tornando a informação mais impactante e eficaz. A multimídia é fundamental em áreas como educação, jornalismo e entretenimento, onde a diversidade de elementos enriquece a narrativa e a experiência do público de maneira significativa. Salaverría (2014) enfatiza que

esta possibilidade constituiu um desafio colossal – e uma oportunidade – para os comunicadores: a exigência de idealizar novos modos de expressão sincrética recorrendo a todos os tipos imagináveis de linguagem. Os novos criadores de conteúdos viram-se, efetivamente, perante o desafio de combinar distintos modos de expressão. Atualmente, quem desejar explorar ao máximo o potencial comunicativo da internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual (Salaverría, 2014, p. 33).

Os critérios de composição na informação multimídia desempenham um papel fundamental na organização de elementos visuais, de áudio e interativos em um contexto informativo. Eles envolvem princípios de design que visam garantir que a apresentação seja clara, envolvente e eficaz na transmissão de mensagens. A disposição dos elementos, a hierarquia visual, o equilíbrio entre texto e imagem, a escolha de cores e fontes, e a navegação amigável são apenas algumas das considerações importantes; de forma geral, esses critérios visam criar uma experiência interativa que seja intuitiva para o público, tornando a informação multimídia mais acessível e atraente. Em um ambiente digital, a aplicação eficaz desses parâmetros é essencial para manter o público envolvido e compreender as mensagens de maneira mais completa e impactante.

queremos perguntar se somos capazes de prestar atenção à leitura e de entender as duas mensagens em simultâneo, enquanto a rádio nos conta outro discurso oral. Ora, a sintaxe multimídia permite, justamente, desenvolver um critério para sabermos quais os ingredientes comunicativos que são compatíveis entre si. Neste sentido, talvez seja conveniente indicar os critérios que facilitam a correta coordenação de elementos multimídia na composição de uma informação: 1) compatibilidade, 2) complementaridade, 3) ausência de redundância, 4) hierarquização, 5) ponderação e 6) adaptação (Salaverría, 2014, p. 40).

A sintaxe multimídia envolve assim três abordagens fundamentais: multimídia por *justaposição*, *coordenação* e por *subordinação*. Na multimídia por *justaposição*, os elementos multimídia são apresentados lado a lado, muitas vezes de maneira igualmente importante, permitindo ao público escolher qual elemento explorar primeiro. Na multimídia por *coordenação*, elementos são combinados para criar uma experiência mais holística, onde todos os componentes contribuem de forma equilibrada e complementar para a narrativa.

Por fim, a multimídia por *subordinação* envolve a integração de elementos menores ou de apoio que estão subordinados a um elemento principal, geralmente para fornecer informações adicionais ou aprofundamento. Cada uma dessas abordagens oferece uma maneira diferente de equilibrar e apresentar elementos multimídia, e a escolha entre elas depende dos objetivos e da mensagem que se deseja transmitir no produto multimídia final. A aplicação desses princípios na sintaxe multimídia é essencial para criar produtos finais que sejam envolventes, informativos e agradáveis para o público, mantendo a clareza e a eficácia na comunicação.

### 3.3 INTERATIVIDADE

A interatividade é, sem dúvida, uma das características fundamentais da comunicação na web, sendo considerada um de seus principais alicerces. Sempre que se analisam as características fundamentais da internet, a interatividade se destaca como um dos seus princípios-chave; isso porque é a interatividade o que permite que os usuários não apenas consumam conteúdo, mas também participem, contribuam e influenciem ativamente no que veem e experimentam online.

Por meio de comentários, curtidas e a capacidade de criar conteúdo, a interatividade forma a base da comunicação digital, promovendo um diálogo entre produtores e consumidores de informações. Essa característica é o que torna a web um espaço dinâmico e participativo, mudando a maneira como as pessoas se envolvem com o conteúdo e se relacionam na era digital. Rost (2014) afirma que

a interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio. Insere-se nessas zonas de contacto entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado (Rost, 2014, p. 53).

A interatividade pode ser definida como a capacidade de os usuários participarem ativamente e influenciarem o conteúdo e a experiência na web. Ela envolve um diálogo bidirecional, onde os consumidores de informação não apenas recebem passivamente o conteúdo, mas também contribuem, reagem e se envolvem por meio de ações como comentários, compartilhamentos, votações e até mesmo a criação de conteúdo próprio. A interatividade é o que torna a comunicação na web dinâmica e participativa, permitindo que a audiência tenha um papel ativo na definição do cenário digital e na troca de informações:

entendemos a interatividade como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (“interatividade seletiva”) como em possibilidades de expressão e comunicação (“interatividade comunicativa”) (Rost, 2014, p. 55).

Dentro do amplo espectro da interatividade, destacam-se dois tipos principais: a *interatividade seletiva* e a *interatividade comunicativa*. A *interatividade seletiva* refere-se à capacidade dos usuários de escolher e controlar o conteúdo que desejam acessar, muitas vezes por meio de menus, hiperlinks e filtros. Isso proporciona uma

experiência mais personalizada, onde os indivíduos podem explorar o que lhes interessa, permitindo maior autonomia na navegação.

Por outro lado, a *interatividade comunicativa* é centrada no diálogo e na troca de informações. Ela envolve a participação ativa dos usuários em conversas, comentários, fóruns e redes sociais, possibilitando a colaboração e a construção conjunta de conteúdo. Ambos os tipos de interatividade desempenham papéis distintos na comunicação digital, oferecendo níveis variados de envolvimento e participação dos usuários. Rost (2014) acrescenta que,

neste percurso, que não é uma fotografia de todos os *sites*, mas, em todo o caso, dos mais influentes, pode notar-se uma tendência para abrir novas possibilidades de participação no jornalismo. Uma nova opção interativa não substitui necessariamente outra, mas muitas vezes sobrepõem-se (Rost, 2014, p. 66).

Em síntese, a interatividade é uma característica crucial do jornalismo digital, ao mesmo tempo, transformou a relação entre leitores e jornalistas, promovendo o engajamento, a personalização e a colaboração. Embora apresente desafios, quando utilizada de forma responsável e ética, a interatividade fortalece o jornalismo como uma ferramenta dinâmica e relevante na sociedade contemporânea. Esta característica desempenha um papel fundamental na construção de um jornalismo mais participativo e influente.

### 3.4 MEMÓRIA

A memória é introduzida no contexto do jornalismo quando, inicialmente o jornal impresso que, no dia seguinte à sua publicação, perdia seu valor de notícia e tornava-se um mero “papel de embrulhar peixe” (Palacios, 2014), passa a ganhar importância como “lugar de memória”, tornando as notícias um recurso histórico e cultural. Os eventos e acontecimentos registrados em notícias podem ser recuperados e revisitados, permitindo que as gerações futuras tenham acesso a um registro valioso da história. Isso não só preserva a memória coletiva, mas também oferece *insights* sobre a evolução de questões sociais, políticas e culturais ao longo do tempo.

A memória desempenha um papel fundamental como ferramenta narrativa na construção de histórias, tanto pessoais quanto coletivas. Ela atua como um arquivo de experiências, emoções e detalhes que dão profundidade e autenticidade às narrativas. Nas histórias pessoais, a memória permite que indivíduos compartilhem

suas jornadas de vida, transmitindo valores, identidade e sabedoria. No âmbito coletivo, a memória é crucial para preservar a história de uma cultura ou sociedade, ajudando a manter viva a herança e a identidade de um povo. Ao moldar as narrativas, a memória também influencia a percepção do passado e o entendimento do presente, desempenhando um papel essencial na maneira como a humanidade se conecta com sua história e com os outros. Palacios (2014) afirma que

ainda mais evidente está o recurso à memória nas reportagens-sínteses, nas retrospectivas dos “fatos marcantes do ano que passou”, inevitáveis a cada final de dezembro, nas páginas dos jornais, nas telas das TVs, nos *sites* jornalísticos (Palacios, 2014, p. 93).

Antes da era digital, as edições impressas tinham limitações significativas de espaço, o que muitas vezes resultava em informações resumidas ou até mesmo omitidas. Com a web, os jornalistas agora podem publicar conteúdo extenso, detalhado e enriquecido com multimídia, oferecendo ao público uma visão mais completa e aprofundada das notícias. A multiplicação dos espaços destinados à memória em plataformas online converteu cada usuário em um potencial produtor de testemunhos e lembranças.

Com o desenvolvimento dos sites e plataformas de redes sociais online e das diversas formas de compartilhamento de conteúdo na internet, indivíduos de todas as origens podem agora criar, compartilhar e arquivar suas próprias experiências, pensamentos e histórias de vida no ambiente digital. Esse fenômeno gerou uma vasta rede interconectada de memórias coletivas: cada postagem, foto, vídeo ou comentário contribui para a construção de um mosaico de memória global, em constante transformação, que reflete as complexidades da experiência humana na era digital. Ou seja,

é altamente provável também que parte desses registros venha a sobreviver a seus produtores, da mesma forma que as marcas nas pedras ou pinturas nas cavernas sobreviveram aos produtores neolíticos que as criaram (Palacios, 2014, p. 93).

A memória no contexto do webjornalismo refere-se à capacidade de armazenar e acessar informações de forma rápida e eficiente. Ela permite que as organizações de notícias arquivem e disponibilizem seus conteúdos antigos para consulta pública. Isso é crucial, pois reconhece que as notícias têm valor não apenas

no momento em que são publicadas, mas também ao longo do tempo. Além disso, ela também é essencial para a transparência e a prestação de contas. Os cidadãos podem acessar notícias antigas para verificar a precisão das informações, rastrear promessas de políticos e monitorar ações governamentais ao longo do tempo. Isso cria uma relação mais sólida entre os meios de comunicação e o público, que pode confiar em fontes que mantêm um registro de suas próprias declarações e ações.

com as tecnologias digitais, as bases de dados (Barbosa & Mielniczuk, 2005) e a disponibilização da informação em rede, os arquivos disponíveis para o acionamento da memória, no momento da construção do discurso jornalístico, tornam-se não somente acessíveis e facilmente pesquisáveis, mas também múltiplos (Palacios, 2014, p. 96).

A memória desempenha um papel importantíssimo na qualidade do jornalismo digital, pois ajuda a fornecer contexto e aprofundar o conteúdo noticioso. No entanto, a falta de ferramentas específicas para avaliar como a memória é usada nos jornais digitais é um desafio significativo. A maioria das ferramentas existentes foi desenvolvida para analisar websites em geral, não considerando a natureza única do jornalismo online. Portanto, a criação de instrumentos dedicados à análise da memória nos jornais digitais é essencial para entender melhor como essa dimensão contribui para a qualidade do jornalismo na era digital e para avaliar de forma mais precisa o desempenho e a relevância desses veículos de notícias. Para Palacios (2014),

devemos estar plenamente conscientes e avisados que, diferentemente da natureza sólida e perene das marcas nas rochas deixadas por nossos antepassados neolíticos, ou até mesmo diferentemente da palpável realidade dos álbuns de viagens de nossos pais e avós, nossas marcas digitais são extremamente vulneráveis a todo tipo de apagamento (Palacios, 2014, p. 105).

No cenário do webjornalismo, a importância da memória transcende a simples retenção de informações; ela abraça a capacidade de armazenar e acessar dados de maneira ágil e eficaz. Essa característica possibilita que os veículos disponibilizem seus conteúdos antigos para consulta, construindo uma narrativa rica e contínua ao longo do tempo. A memória no contexto digital não apenas preserva o passado jornalístico, mas também enriquece a experiência do leitor, oferecendo um acesso fácil a eventos e histórias progressas. Dessa forma, a capacidade de recordar e reviver notícias passadas destaca-se como uma peça fundamental na evolução do jornalismo

digital, proporcionando um ambiente informativo mais completo e contextualizado para o público consumidor.

### 3.5 INSTANTANEIDADE

A instantaneidade no webjornalismo se refere à capacidade de relatar e disseminar notícias quase que em tempo real. Com a ascensão da internet e das mídias sociais, os jornalistas agora têm a capacidade de transmitir informações imediatamente após a ocorrência de eventos. Isso proporciona aos leitores acesso quase instantâneo às últimas notícias e desenvolvimentos, o que é particularmente valioso em situações de urgência, como desastres naturais, crises políticas ou eventos esportivos. Para Bradshaw, “a velocidade foi sempre algo intrínseco ao jornalismo – a notícia é, afinal, algo novo para alguém – e isto significa ser o primeiro a contar o fato ocorrido à audiência” (Bradshaw, 2014, p. 111).

Essa característica tem o potencial de aproximar o público dos acontecimentos globais em tempo real, permitindo que as pessoas se mantenham informadas e tomem decisões fundamentadas. Além disso, a instantaneidade é um grande equalizador, uma vez que cidadãos comuns agora têm a capacidade de relatar eventos diretamente por meio das redes sociais, ampliando a cobertura de notícias e dando voz a uma variedade de perspectivas. A rapidez na divulgação das notícias também é crucial para a responsabilidade e a prestação de contas, a capacidade de expor irregularidades e injustiças em tempo real desempenha um papel vital na manutenção da integridade e da transparência em várias instituições e governos. Bradshaw (2014) afirma que

até recentemente, um repórter poderia se sentir confiante sobre o que os seus leitores sabiam. Agora, na medida em que todos os *media* publicam no mesmo espaço – *online* – esses ciclos de vida estão se tornando mais complexos. Um jornal local é também global, exceto no nome. Quando um repórter especialista descobre algo de interesse amplo, seus leitores cuidam de realizar a propagação de maneira mais rápida do que qualquer outro jornalista poderia reproduzir. De fato, a decisão editorial sobre aquilo “que realmente tem grande apelo” está cada vez mais saindo do controle das mãos do editor (Bradshaw, 2014, p. 112, grifo do autor).

A instantaneidade no consumo de notícias tornou-se uma característica marcante da era digital. Com a proliferação de dispositivos conectados à internet, as pessoas têm acesso imediato à informação de todo o mundo. O ciclo de notícias vinte e quatro horas por dia, as redes sociais e os aplicativos de notícia fornecem

atualizações constantes em tempo real. Isso impulsionou a demanda por notícias frescas e imediatas, mas também levantou questões sobre a qualidade e precisão da informação. A busca por instantaneidade no consumo de notícias está redefinindo a forma como as histórias são reportadas, verificadas e compartilhadas, moldando a maneira como o público se mantém informado e toma decisões em um mundo em constante movimento.

A publicação de notícias não está mais restrita às máquinas de impressão, e a instantaneidade tornou-se uma realidade no processo de divulgação. Antigamente, a produção de notícias estava sujeita a restrições físicas significativas, onde os repórteres tinham que coletar as informações, escrever e editar suas matérias, que eram então entregues ao diagramador para formatação, agendamento de impressão e distribuição. Cada estágio dependia inteiramente do trabalho realizado na etapa anterior; no entanto, um dos impactos significativos das mídias digitais e da internet foi justamente romper essas barreiras físicas. Agora, notícias podem ser publicadas instantaneamente, permitindo que repórteres relatem eventos em tempo real e alcancem audiências globais em questões de segundos.

Neste contexto, não é suficiente falar apenas em “velocidade”. Imediaticidade seria uma melhor palavra a ser empregada. Esta é uma qualidade que se faz sentir em todas as notícias, em que os usuários podem agora ultrapassar o jornalista e a estória, chegar à testemunha, à cena; ao que está ocorrendo no momento. Isso cria uma pressão para simplificar o processo editorial e o número de estágios que o repórter precisa passar até a publicação/distribuição. O fato de que o jornalista pode publicar sem o filtro editorial é tão significativo quanto o de que qualquer um possa fazê-lo (Bradshaw, 2014, p. 116).

No entanto, a instantaneidade não está isenta de desafios. A busca frenética por notícias em tempo real pode levar à disseminação de informações não verificadas, rumores e desinformação. Os jornalistas enfrentam a pressão de serem os primeiros a relatar, o que às vezes resulta em imprecisões. É fundamental que haja um equilíbrio entre a rapidez e a precisão na busca pela notícia. Além disso, a instantaneidade também levanta questões sobre a sustentabilidade do jornalismo; ou seja, a competição por cliques e a monetização de conteúdo são fatores que podem influenciar a qualidade e o foco das notícias, ao passo em que os veículos lutam para atrair audiência.

A busca pela velocidade deve ser equilibrada com a responsabilidade e a precisão, e o jornalismo deve continuar a se adaptar para atender aos desafios e às

oportunidades que essa característica oferece. A instantaneidade moldou profundamente a paisagem da informação, tornando-a mais ágil e acessível do que nunca, enquanto também nos lembra da importância crítica de discernimento e responsabilidade em um mundo digital em constante mudança.

### 3.6 PERSONALIZAÇÃO

A personalização no webjornalismo refere-se à capacidade de adaptar o conteúdo de notícias de acordo com as preferências individuais do leitor. Com o uso de algoritmos e análise de dados, os veículos de comunicação podem oferecer notícias que são relevantes para o interesse e o comportamento de leitura de cada usuário. Isso muda fundamentalmente a maneira como as pessoas interagem com as notícias.

Personalização ou o ato “personalizar” descreve as atividades de “fazer ou alterar as especificações individuais ou pessoais” (Heritage, 2000). Uma pequena variação dessa definição é dizer que a personalização é “fazer (algo) de acordo com as necessidades individuais dos clientes.” (Dicionário Collins, 1991). Em suma, quando trabalhamos neste espaço, o nosso objetivo fundamental não é criar um produto ou serviço uniforme. Em vez disso, estamos a entrar no negócio de *catering* para as mais diferentes necessidades dos utilizadores, com várias opções de uso da oferta baseado nas preferências e necessidades (Lorenz, 2014, p. 139).

Uma das principais vantagens da personalização é que ela torna o jornalismo mais relevante e envolvente para o público. Os leitores estão mais propensos a se envolverem com notícias que abordam tópicos que lhes interessam, aumentando a probabilidade de que consumam mais conteúdo jornalístico. Além disso, a personalização pode quebrar as bolhas de filtro, permitindo que os leitores sejam expostos a diferentes perspectivas e opiniões. Isso é essencialmente importante em um mundo onde a polarização política e ideológica é uma preocupação crescente. A personalização responsável pode expor os leitores a uma gama mais ampla de informações, promovendo uma visão mais equilibrada.

Outro aspecto positivo é a capacidade de apresentar notícias de forma mais acessível. Por exemplo, um leitor interessado em ciência pode receber notícias científicas mais frequentes, enquanto alguém interessado em esportes pode receber atualizações sobre seu time favorito. Isso simplifica a experiência do usuário, tornando mais fácil encontrar informações relevantes.

Leitores, telespectadores e utilizadores são apresentados com uma caótica, mas altamente diversificada, experiência de notícias personalizadas. Há algo para todos, especificamente nos nichos. As grandes redes fornecem ao público novas formas de encontrar o que gostam. Ou, para ser mais exato, o conteúdo vai encontrá-los. Um comentário feito por um aluno de uma escola norte-americana, nos EUA, ilustra bem esta realidade: “Se a notícia é assim tão importante, ela vai-me encontrar (Lorenz, 2014, p. 141–142).

Em resumo, a característica da personalização está moldando o webjornalismo de maneira significativa. Ela pode tornar as notícias mais relevantes e envolventes para os leitores, ao mesmo tempo que apresenta desafios nas métricas para a personalização, que precisa mostrar de forma clara qual criação traz mais resultado – tornando-se assim peça-chave na adaptação do jornalismo ao ambiente digital em constante evolução.

### 3.7 UBIQUIDADE

A ubiquidade, ou seja, a presença onipresente do conteúdo gerado por cidadãos em um mundo globalmente conectado, desempenha um papel cada vez mais central na complementação do conteúdo jornalístico midiático produzido profissionalmente. À medida que indivíduos têm acesso a dispositivos móveis e a internet em todo o mundo, eles se tornaram testemunhas ativas de eventos e podem compartilhar instantaneamente suas perspectivas, imagens e vídeos. Essa colaboração cidadã oferece uma visão mais ampla e diversificada dos acontecimentos e ajuda a preencher lacunas na cobertura jornalística tradicional.

No entanto, essa interseção entre conteúdo gerado por cidadãos e jornalismo profissional também levanta questões sobre veracidade e responsabilidade, destacando a necessidade de uma análise crítica e de filtragem de informações para garantir que a complementaridade seja benéfica e precisa para o público. Para Pavlik (2014), “o conteúdo gerado por cidadãos em um mundo globalmente conectado pode ter um papel central para complementar o conteúdo jornalístico e midiático produzido profissionalmente” (Pavlik, 2014, p. 155).

Dentro do contexto da mídia, a ubiquidade indica que qualquer indivíduo, em qualquer parte do globo, possui o potencial de se conectar a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Isso implica que todos têm não apenas a capacidade de acessar informações e entretenimento, mas também a habilidade de participar de forma ativa e contribuir com seu próprio conteúdo, compartilhando-o em

uma escala global. Essa transformação na comunicação democratizou a criação de mídia, capacitando pessoas comuns a se tornarem produtores e distribuidores de informações. Essa mudança tem tido um impacto profundo na forma como as pessoas se informam, se entretêm e se conectam com outras, estabelecendo uma rede de influência que ultrapassa barreiras geográficas e as estruturas tradicionais de poder na mídia. Pavlik (2014) acrescenta que:

além disso, o conteúdo noticioso emana de uma variedade de fontes cada vez mais ubíquas, incluindo câmeras de segurança ou vigilância bem como sensores de muitos tipos e formatos, frequentemente ligados à internet (Pavlik, 2014, p. 160).

A internet tornou-se acessível a uma parcela significativa da população, sobretudo após uma ação liderada pelo fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, em agosto de 2013. Esse movimento histórico desempenhou um papel crucial na redução da lacuna digital, permitindo que pessoas de diversas regiões e estratos sociais pudessem se conectar e acessar informações, serviços e oportunidades online. Essa iniciativa exemplifica como as empresas de tecnologia desempenham um papel fundamental na democratização do acesso à internet, transformando a sociedade e a economia global de maneiras sem precedentes.

Notícias acontecem em toda a parte. No entanto, na era da mídia analógica, parecia ser impossível e certamente impraticável para os jornalistas ou para as organizações de mídia estarem em todo e o lugar o tempo todo para cobrir os acontecimentos. Na era digital, esta situação está mudando. Com a banda larga ubíqua, especialmente com a tecnologia wireless, a conectividade móvel está redefinindo os preceitos básicos do jornalismo e da mídia (Pavlik, 2014, p. 164).

A ubiquidade redefiniu o cenário midiático, e várias tendências surgiram como resultado, dentre as quais pode-se apontar o jornalismo cidadão como uma das mais significativas, uma vez que capacita a indivíduos comuns tornarem-se repórteres, capturando notícias em tempo real através de dispositivos móveis e compartilhando-as nas redes sociais. Isso democratiza a produção de notícias, além de trazer diversificação das fontes de notícias e uma abordagem mais descentralizada para a produção de conteúdo informativo. O jornalismo cidadão demonstra como a ubiquidade está mudando a dinâmica da indústria de notícias, incentivando a participação ativa do público na narrativa dos acontecimentos e desafiando os modelos tradicionais de reportagem.

O que se pode observar atualmente são cidadãos cada vez mais engajados, capturando e produzindo conteúdos informativos em diversos locais e acontecimentos, usando ferramentas digitais para compartilhamento, como Youtube<sup>1</sup>, X (ex-Twitter)<sup>2</sup>, Instagram<sup>3</sup>, Tik Tok<sup>4</sup>, entre outras plataformas; assim, “este conteúdo gerado por usuários se tornou tanto um complemento quanto um concorrente à coleta de notícias tradicional e profissional” (Pavlik, 2014, p. 165).

Em suma, a ubiquidade do conteúdo gerado por cidadãos assume uma posição onipresente e vital em um mundo globalmente conectado. Este fenômeno desempenha um papel central na complementação do conteúdo jornalístico tradicional. A produção, construção e distribuição de notícias são profundamente influenciadas por experiências digitais, a interconexão digital ampliou significativamente o alcance e a diversidade das fontes de informação, proporcionando uma perspectiva mais completa dos eventos.

No entanto, essa ubiquidade também levanta desafios relacionados à autenticidade e veracidade, destacando a necessidade contínua de habilidades de avaliação crítica por parte do público. Em meio a essas transformações, a simbiose entre jornalismo midiático e o conteúdo gerado por cidadãos emerge como um elemento essencial para uma compreensão completa e dinâmica do panorama informativo contemporâneo.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.youtube.com>. Acesso em 10 nov. 2023.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.twitter.com>. Acesso em 10 nov. 2023.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.instagram.com>. Acesso em 10 nov. 2023.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.tiktok.com>. Acesso em 10 nov. 2023.

#### 4 PARA ALÉM DAS SETE CARACTERÍSTICAS: AS EXPERIÊNCIAS DIGITAIS NA PRODUÇÃO, CONSTRUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE NOTÍCIAS

Como visto nas páginas anteriores, o jornalismo digital revolucionou a maneira como consumimos e interagimos com as notícias. Neste contexto em constante evolução, uma série de características definidoras e desafios interessantes surgiram, moldando a paisagem do jornalismo no século XXI. De forma breve, a proposta é compreender quais aspectos cruciais dão forma às especificidades do jornalismo digital em sua complexidade, de modo a permitir uma visão abrangente do mesmo em um cenário em constante transformação, no qual a informação se torna onipresente, o envolvimento do público é fundamental, e a busca pela verdade é uma missão contínua.

Como visto nas páginas anteriores, o jornalismo digital possui como marca a integração de diferentes formatos e linguagens, como texto, vídeo, áudio e gráficos, para contar histórias de maneira mais rica e envolvente. Ainda assim, o texto continua a desempenhar um papel fundamental no jornalismo, servindo como a base sólida para a comunicação de informação e contexto, mas que é frequentemente enriquecido pela complementação de outros formatos de mídia. Essa abordagem multimídia permite que os jornalistas transcendam as limitações do texto puro, proporcionando a construção da informação como uma narrativa potencialmente mais enriquecedora, que ressoa de maneira mais profunda com o público e atende às diversas preferências de consumo de informações.

Se nos posicionarmos no patamar de quem escreve e apresenta a informação periodicamente nos meios de comunicação social, não só a estrutura hipertextual se apresenta como uma condição *sine qua non* para descrever a realidade através dos media electrónicos, como esta nova arrumação permite uma eficácia porventura maior do que a utilização exclusiva da clássica estruturação em forma de pirâmide invertida nos media tradicionais (Nunes, 2005, p. 2).

O uso de vídeo é um recurso importante no jornalismo digital, pois permite a captação de movimento, entrevistas e cenas em tempo real, proporcionando ao público uma experiência visual mais completa e imersiva. Por meio do vídeo, os jornalistas têm a capacidade de levar o espectador diretamente para o cerne da história, permitindo que testemunhem os eventos como se estivessem lá. A combinação do poder da imagem em movimento com narrativas bem construídas

ajuda a transmitir informações de maneira impactante, permitindo que o público se conecte emocionalmente com as histórias e compreenda os eventos de maneira mais profunda.

Já o áudio desempenha um papel essencial no jornalismo digital, proporcionando uma dimensão sensorial única à narrativa. Seja por meio de entrevistas, gravações de campo ou podcasts, o áudio permite que o público ouça diretamente as vozes, os sons ambientes e os relatos associados à história. Essa experiência auditiva cria uma conexão emocional singular, permitindo que o público se sinta imerso na narrativa. Ao escutar as vozes das pessoas envolvidas e os sons que permeiam a história, os ouvintes podem se relacionar mais profundamente com o conteúdo, resultando em uma compreensão mais rica e impactante dos eventos e questões em destaque.

Gráficos interativos, infográficos e visualizações de dados desempenham um papel crucial no jornalismo digital, tornando informações complexas acessíveis e fáceis de entender. Essas representações visuais permitem que o público absorva dados e conceitos de maneira eficaz, muitas vezes de forma mais clara do que o texto sozinho permitiria. Ao simplificar informações complexas por meio de gráficos e imagens, os jornalistas podem fornecer insights valiosos de uma forma que seja compreensível para uma ampla audiência, ajudando a transmitir conceitos complexos e tornando a informação mais acessível e atraente. Assim,

[o] recurso a títulos, subtítulos, ligações dinâmicas deve pontuar a notícia, de modo equilibrado, para que não provoque dispersão na leitura. A escrita por tópicos, limitada às principais guide-lines, do tipo - um parágrafo, uma ideia; sugere uma construção sustentada na simplicidade e no recurso ao essencial. Não só as palavras, mas também as fotografias, os vídeos, a infografia, o som devem confluir na organização interna da notícia. A combinação dos elementos envolvidos permite acrescentar novos métodos de abordagem, enriquecendo a notícia, e dando ao leitor coordenadas várias que complementam o todo informativo (Nunes, 2005, p. 6).

Além desses, os recursos interativos desempenham um papel dinâmico e envolvente no jornalismo digital, permitindo que o público se torne parte ativa da narrativa, como enquetes que solicitam a opinião do público, ou mesmo mapas interativos que permitem explorar locais, bem como elementos de realidade virtual que transportam os espectadores para ambientes virtuais, podem envolver o público de maneira única. Isso não apenas aumenta o interesse do público, mas também cria uma experiência mais participativa, na qual os leitores e espectadores podem

explorar, contribuir e se relacionar com as histórias de maneira significativa, transformando-se em parte integrante da narrativa jornalística.

A presença ativa nas redes sociais é um componente fundamental do jornalismo digital, pois permite que as organizações de notícias alcancem públicos mais amplos e promovam discussões significativas. Compartilhar histórias e conteúdos jornalísticos por meio de plataformas, como X (ex-Twitter), Facebook e Instagram, não apenas amplia o alcance das notícias, mas também proporciona um espaço para interação direta com o público, possibilitando que leitores, espectadores e ouvintes expressem suas opiniões, façam perguntas e compartilhem suas perspectivas, transformando o jornalismo em uma conversa bidirecional. Essa interação contribui para um entendimento mais abrangente das notícias, além de criar um senso de comunidade em torno de questões importantes e histórias impactantes.

No meio digital, o público pode interagir com o conteúdo, contribuir e compartilhar notícias, criando uma maior participação dos mesmos em relação à informação produzida; um exemplo são os comentários que desempenham um papel fundamental na interação do público com as notícias. Muitos sites de notícias permitem que os leitores comentem as histórias, oferecendo um espaço para expressar opiniões, fazer perguntas e participar de discussões com outros leitores.

Essa participação direta torna o jornalismo mais inclusivo, permitindo que o público compartilhe perspectivas, forneça *insights* e desafie o conteúdo jornalístico quando apropriado. Embora os comentários também possam apresentar desafios, como a necessidade de moderação para evitar abusos, eles desempenham um papel importante na promoção de um diálogo aberto e na construção de uma comunidade em torno das notícias, contribuindo para uma compreensão mais rica e diversificada dos tópicos em destaque.

O compartilhamento de notícias nas redes sociais é um dos pilares do jornalismo digital. As redes sociais, como o Facebook, X (ex-Twitter) e plataformas de troca de mensagens como o WhatsApp<sup>5</sup>, oferecem às pessoas a capacidade de compartilhar histórias e informações com facilidade, alcançando um público mais amplo e promovendo a disseminação de notícias de maneira viral. Esse fenômeno transforma cada usuário em um potencial divulgador de notícias, o que é valioso para organizações de notícias e contribui para uma disseminação rápida e eficaz de

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.whatsapp.com>. Acesso em 11 nov. 2023.

informações. O compartilhamento nas redes sociais também permite que o público comente, discuta e debata as notícias, promovendo uma participação mais ampla e interativa na cobertura jornalística.

Avaliação e classificação de histórias são recursos interativos em muitos sites de notícias que capacitam o público a participar na seleção e promoção de conteúdo. Os leitores podem atribuir classificações às histórias, como “gostei” ou “não gostei”, destacando aquelas que consideram mais relevantes ou populares. Isso não apenas ajuda os leitores a encontrar conteúdo de alta qualidade, mas também oferece às organizações de notícias *insights* e métricas sobre a preferência do público. As histórias bem avaliadas tendem a receber mais destaque, o que incentiva o envolvimento do público na promoção de notícias que consideram importantes, moldando efetivamente a experiência do leitor e destacando histórias de interesse comum.

O envio de dicas é uma colaboração valiosa entre organizações de notícias e o público. Muitas organizações incentivam ativamente o público a enviar sugestões, informações ou relatórios sobre eventos e questões de interesse, que podem variar desde alertas sobre possíveis histórias até o compartilhamento de dados relevantes. Essa participação do público contribui para investigações jornalísticas, muitas vezes desempenhando um papel crucial na revelação de questões importantes e no esclarecimento de eventos. Além disso, o envio de dicas promove a transparência e a responsabilidade, estabelecendo um canal direto de comunicação entre jornalistas e leitores, fortalecendo a integridade do jornalismo investigativo.

A participação em pesquisas e enquetes é uma maneira de envolver o público nas notícias; e, assim, algumas organizações de notícias incorporaram esses recursos em suas histórias, permitindo que os leitores expressem suas opiniões sobre tópicos específicos. Isso não apenas dá voz ao público, mas também oferece uma visão instantânea das opiniões e preferências dos leitores. Além disso, essas pesquisas e enquetes também podem fornecer métricas valiosas e informações adicionais para a cobertura jornalística, ao mesmo tempo em que promovem um envolvimento mais profundo com o conteúdo noticioso.

A participação em eventos ao vivo é uma parte essencial do jornalismo digital, proporcionando uma plataforma interativa para o público. Durante transmissões ao vivo de eventos importantes ou discussões, os comentários ao vivo permitem que o público participe ativamente, fazendo perguntas, expressando opiniões e debatendo

questões em tempo real. Essas participações promovem discussões dinâmicas e contribuem para uma compreensão mais aprofundada dos tópicos em destaque; além disso, a capacidade de interagir diretamente com jornalistas e outros participantes durante eventos ao vivo cria uma sensação de envolvimento e comunidade em torno das notícias, tornando o jornalismo uma experiência participativa e colaborativa.

E nesse contexto de webjornalismo, a velocidade de publicação proporcionada pela internet é uma das características mais marcantes. Com a capacidade de publicar notícias instantaneamente, os jornalistas não precisam mais esperar pelos processos de impressão ou transmissão televisiva, o que permite que as informações sejam compartilhadas com o público quase que em tempo real. Essa agilidade na disseminação de notícias é fundamental para manter o público informado sobre eventos em desenvolvimento, garantindo que as histórias sejam relatadas no momento em que ocorrem, tornando o jornalismo uma ferramenta ágil e responsiva na era da informação instantânea.

Os alertas e notificações de notícias são uma característica valiosa dos aplicativos e sites de notícias contemporâneos. Eles permitem que o público fique atualizado sobre eventos importantes, mesmo quando não está proativamente buscando notícias. Com a ativação de notificações, os leitores recebem atualizações imediatas sobre acontecimentos significativos, garantindo que estejam informados, independentemente de estarem ocupados com outras atividades. Essa abordagem de *push*<sup>6</sup> no jornalismo digital mantém o público conectado e consciente das últimas notícias, fornecendo informações essenciais em tempo real.

O *streaming* de vídeo ao vivo, disponível em plataformas como o Facebook Live<sup>7</sup> e o YouTube Live<sup>8</sup>, transformou a cobertura de notícias ao permitir a Transmissão ao vivo de eventos e situações em desenvolvimento. Essa tecnologia oferece ao público uma visão em tempo real de acontecimentos significativos, desde conferências de imprensa até protestos de rua e desastres naturais. Além de fornecer uma perspectiva imediata, o *streaming* ao vivo permite interações em tempo real, como comentários e perguntas, tornando as notícias mais envolventes e participativas. Isso tem redefinido a forma como as pessoas se mantêm informadas

---

<sup>6</sup> Notificações em *push* são recursos presentes em aplicativos para telefones celulares e alguns sites, os quais permitem que o usuário receba alertas em seu aparelho móvel e/ou navegador (tanto móvel quanto de computadores tradicionais) sobre algum novo conteúdo ou informação, mesmo que o aplicativo ou o site não esteja sendo utilizado ou acessado no momento.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/live/>. Acesso em 13 nov. 2023.

<sup>8</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/channel/UC4R8DWoMol7CAwX8\\_LjQHig](https://www.youtube.com/channel/UC4R8DWoMol7CAwX8_LjQHig). Acesso em 13 nov. 2023.

sobre eventos em tempo real, dando a elas acesso direto e imediato a informações importantes.

A colaboração global é uma característica notável do jornalismo digital, possibilitada pela conectividade instantânea. Jornalistas de diferentes partes do mundo podem colaborar e compartilhar informações entre si e em tempo real, o que amplia a cobertura de eventos significativos. Essa cooperação transcende fronteiras e culturas, permitindo que equipes de jornalistas compartilhem recursos e conhecimentos para oferecer uma visão mais abrangente e precisa de acontecimentos globais. Essa abordagem coletiva contribui para uma compreensão mais rica e multifacetada de eventos importantes, oferecendo ao público uma narrativa global e interconectada.

A adoção crescente das experiências digitais no jornalismo contemporâneo não apenas acelera a disseminação de notícias, mas também desempenha um papel crucial na modelagem da percepção pública dos acontecimentos. A rapidez com que informações são compartilhadas através de plataformas digitais pode influenciar significativamente a forma como eventos são interpretados pelo público. Isso levanta questões éticas sobre a precisão e veracidade das notícias, destacando a necessidade de padrões rigorosos na produção e verificação de conteúdo.

Ao explorar as implicações éticas, é fundamental considerar a disseminação de desinformação e *fake news* ou notícias falsas, desafios intrínsecos à natureza instantânea da comunicação digital. No entanto, também surgem oportunidades, como a capacidade de alcançar audiências globais de maneira mais eficaz e envolver o público de maneiras inovadoras. Nesse cenário, enfrentar os desafios éticos, estabelecer práticas de verificação robustas e explorar as oportunidades para um jornalismo mais interativo são elementos essenciais para moldar um futuro ético e responsável no jornalismo digital contemporâneo.

A participação do público desempenha um papel crucial no processo de convergência de mídia da notícia. Em um cenário onde a circulação de conteúdo é cada vez mais dinâmica e interconectada, os consumidores desempenham um papel ativo na disseminação e amplificação de informações. Redes sociais e plataformas digitais proporcionam um ambiente onde o público contribui para a narrativa, compartilhando, comentando e até mesmo criando conteúdo próprio. Essa interação ativa influencia diretamente na forma como as notícias são moldadas e distribuídas, desafiando a tradicional hierarquia da produção jornalística. A convergência de mídia,

assim, transcende as redações tradicionais, tornando-se um processo dinâmico e colaborativo, onde o público exerce um papel significativo na construção e propagação da informação. Assim,

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (Jenkins, 2009, p. 30).

A convergência de mídia vai além do simples entretenimento, ela se manifesta de maneira profunda, como diz Jenkins (2009), quando as pessoas assumem o controle das mídias. Nesse contexto, as múltiplas plataformas não são apenas canais de informação e lazer, mas também vias pelas quais aspectos essenciais de nossa vida fluem. Relacionamentos, memórias e desejos encontram expressão e conexão por meio desses canais. A convergência transforma as fronteiras entre o físico e o virtual, dando a indivíduos a capacidade de moldar ativamente sua própria narrativa e participar na construção coletiva da realidade mediada. Esse fenômeno revela não apenas uma mudança na forma como consumimos mídia, mas uma redefinição fundamental da maneira como experienciamos e compartilhamos aspectos essenciais de nossa existência por meio das complexas redes de convergência de mídia.

Nos espaços de hipermobilidade que caracterizam a era contemporânea, surge o leitor ubíquo como expressão da interseção entre o leitor movente e o leitor imersivo. Esse perfil cognitivo é moldado pelo constante cruzamento e mistura das características desses dois tipos de leitores. Enquanto o leitor movente destaca-se pela capacidade de consumir informação com mistura de sinais e linguagens com múltiplas informações, o leitor imersivo busca navega em um universo de informações multilíneas. O leitor ubíquo, portanto, herda essa habilidade de transitar entre formas, sincronizado ao nomadismo próprio da aceleração do mundo contemporâneo, onde tudo em seu torno move-se velozmente. Nesse contexto, o leitor ubíquo representa uma síntese adaptável entre mobilidade e imersão na complexa tapeçaria da informação atual. Assim,

Não há dúvidas de que a mente é distribuída, capaz de processar, paralela e conjuntamente, informações de ordens diversas, dando a elas igual magnitude, tanto as informações que provêm da situação ao seu redor, quanto aquelas miniaturizadas que estão ao alcance dos dedos e que são rastreadas com acuidade visual veloz e quase infalível, como se os olhos adivinhassem antes de ver. As ações reflexivas do sistema nervoso central, por sua vez, ligam eletricamente o corpo ao ambiente tanto físico quanto ciber em igualdade de condições. Com isso dissolvem-se quaisquer fronteiras

entre o físico e o virtual. O controle motor reage, em frações de segundos e sem solavancos ou descontinuidades, aos estímulos que vêm do mundo ao redor e do mundo informacional. A atenção é irremediavelmente uma atenção parcial contínua. (Santaella, 2013, p. 22).

As ações reflexivas do sistema nervoso central estabelecem uma conectividade elétrica entre o corpo e o ambiente, seja ele físico ou cibernético, abolindo de maneira inequívoca as fronteiras entre o mundo físico e o virtual. Nesse cenário, a atenção do leitor ubíquo adquire uma natureza notavelmente contínua e parcial, respondendo simultaneamente a diversos focos sem se deter reflexivamente em nenhum deles. Essa atenção ágil e distribuída reflete a habilidade do leitor ubíquo em assimilar e reagir instantaneamente a múltiplos estímulos provenientes de ambientes diversos, moldando uma experiência de leitura adaptável e sincronizada com a natureza fluída da realidade contemporânea.

Em suma, os dispositivos móveis transcendem sua função original de permitir a comunicação oral, transformando-se em sistemas de comunicação ubíqua que atendem às demandas dos leitores ubíquos. Não se limitando apenas à fala, esses dispositivos se tornaram plataformas multimodais e multimídia, oferecendo uma gama diversificada de experiências de interação. São, essencialmente, extensões portáteis do mundo digital, proporcionando aos leitores ubíquos a capacidade de acessar, assimilar e compartilhar informações em qualquer lugar e qualquer momento. Nesse cenário, a evolução dos dispositivos móveis não apenas redefine a comunicação, mas molda profundamente a maneira como os leitores ubíquos se envolvem com o vasto espectro de conteúdos disponíveis, destacando a natureza adaptável e integrada da comunicação na era contemporânea.

A partir da apresentação das características do webjornalismo propiciada pela revisão bibliográfica realizada, a seguir será exposta a metodologia que fundamenta a análise do objeto empírico dessa pesquisa.

## 5 O ESTUDO DE CASO COMO PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

O estudo de caso é uma metodologia de pesquisa que tem sido amplamente utilizada em diversas disciplinas para investigar fenômenos complexos em contextos específicos. Essa abordagem fornece uma compreensão detalhada e aprofundada de um caso ou conjunto de casos, permitindo a exploração de questões complexas e a análise de situações do mundo real. Serão utilizadas três etapas para este estudo, a seleção e delimitação do caso, o trabalho de campo e a organização e redação do relatório.

A seleção e definição do caso representam um ponto crítico na análise de uma situação estudada. O caso escolhido deve ser de relevância significativa, justificando assim a investigação e, através de comparações apropriadas, ser adequado para extrair generalizações aplicáveis a situações semelhantes, permitindo inferências dentro do contexto da situação em estudo. A delimitação cuidadosa define claramente os aspectos e os limites da pesquisa, concentrando-se em um campo específico e permitindo análises detalhadas sobre objetos claramente definidos.

Quando se opta por analisar um conjunto de casos, a escolha deve abranger uma ampla variedade de variáveis, abordando diferentes facetas do problema em questão. Isso garante que a pesquisa seja abrangente e que os resultados reflitam uma compreensão da situação que está em investigação. O trabalho de campo desempenha um papel fundamental na coleta e organização de um conjunto de informações substanciais e comprovatórias. Durante essa fase, pode ser necessário realizar negociações prévias para obter acesso a dados que às vezes estão sujeitos a restrições institucionais, ou que dependem da cooperação de informantes-chave. As informações obtidas são devidamente documentadas, servindo como a base sólida para o relatório do caso.

Esse relatório, por sua vez, é submetido à análise crítica por parte dos informantes envolvidos ou por qualquer pessoa interessada. Documentos, esboços, notas de observação, transcrições, estatísticas, entre outros elementos coletados no campo, devem ser reduzidos ou categorizados de acordo com critérios predefinidos, a fim de se transformarem em dados que respaldem as descrições e análises do caso. A organização e redação do relatório devem seguir uma abordagem rigorosa e precisa, garantindo a integridade e a confiabilidade da pesquisa.

## 5.1 A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DE CASO NAS EDIÇÃO DIGITAL GZH E EDIÇÃO IMPRESSA ZH

O estudo de caso enquanto estratégia de pesquisa é uma ferramenta robusta e flexível para explorar fenômenos complexos em contextos específicos. Esta abordagem não permite apenas uma análise minuciosa e aprofundada de situações singulares, mas também oferece a oportunidade de conectar teoria e prática. Ao focar em casos específicos, o estudo de caso proporciona uma compreensão mais rica e contextualizada, transcendendo as limitações de uma análise generalizada. Esta estratégia de pesquisa, quando executada com rigor metodológico, contribui para a ampliação do conhecimento em diversas áreas e também possibilita uma aplicação prática dos conceitos estudados, portanto o estudo de caso é importante e versátil como instrumento da investigação acadêmica. Yin (2001) afirma que

em todas essas situações, a clara necessidade pelos estudos de caso surge do desejo de se compreender fenômenos sociais complexos. Em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores (Yin, 2001, p. 21).

A estratégia do estudo de caso emerge assim como um instrumento indispensável para se alcançar uma compreensão aprofundada das transformações no formato de notícias, especialmente na transição do impresso para o digital. Enquanto análises superficiais podem capturar tendências gerais, o estudo de caso permite uma imersão detalhada em casos específicos, revelando nuances e complexidades muitas vezes perdidas em abordagens mais amplas. Ao investigar de forma minuciosa como o veículo de notícias Zero Hora adapta suas práticas editoriais e narrativas ao ambiente online, o Gaúcha ZH, o estudo de caso oferece uma visão mais completa das dinâmicas em jogo. Essa profundidade analítica é crucial para compreender não apenas as mudanças visíveis, mas também os impactos culturais, sociais e econômicos subjacentes que moldam a evolução do jornalismo em meio a era digital.

Como se supõe que um projeto de pesquisa represente um conjunto lógico de proposições, você também pode julgar a qualidade de qualquer projeto dado de acordo com certos testes psicológicos. Os conceitos que já foram oferecidos para esses testes incluem fidedignidade, credibilidade, confirmabilidade e fidelidade dos dados (*U.S. General Accounting Office*, 1990). Quatro testes, no entanto, vêm sendo comumente utilizados para

determinar a qualidade de qualquer pesquisa social empírica. Uma vez que os estudos de caso representam uma espécie desses estudos empíricos, os quatro testes também são importantes para a pesquisa de estudo de caso (Yin, 2001, p. 29).

A contextualização oferecida pelo estudo de caso revela-se fundamental ao examinar a transição do formato de notícias do impresso para o digital. Ao permitir a investigação em contextos reais do veículo Zero Hora e GaúchaZH, esta estratégia de pesquisa não apenas captura a complexidade do cenário midiático, mas também facilita a aplicação dos resultados a situações práticas. Analisar casos concretos de veículos jornalísticos durante essa mudança proporciona insights detalhados sobre como as práticas editoriais, a interação com o público e a estrutura de narrativas são moldadas pelo ambiente online.

Essa abordagem realista não só enriquece a compreensão das transformações, mas também fornece orientações tangíveis para profissionais do jornalismo e estrategistas de mídia, destacando maneiras eficazes de se adaptar e inovar diante das demandas do meio digital.

Alternativamente, um caso importante pode ter sido escolhido devido ao desejo de se comparar duas proposições concorrentes; se as proposições estiverem no cerne de uma teoria bem-conhecida – ou reflitam algumas das principais correntes de pensamento em uma disciplina – provavelmente o estudo de caso será significativo (Yin, 2001, p. 92).

A aplicação de teorias no contexto da transformação do formato de notícias do impresso para o digital é potencializada pela estratégia do estudo de caso. Esta abordagem não permite apenas a exploração aprofundada de teorias e conceitos aprendidos durante o curso, mas também facilita a conexão direta entre teoria e prática.

Assim, ao examinar casos específicos do veículo Zero Hora, que enfrentou essa transição, o estudo de caso oferece uma lente precisa para analisar como teorias da Comunicação, do Jornalismo e da mídia são postas em prática. Isso não só enriquece a compreensão acadêmica, mas também fornece reflexões valiosas para os profissionais do setor, evidenciando como teorias previamente discutidas em sala de aula se manifestam e influenciam a dinâmica da produção noticiosa na era digital. Essa ponte entre teoria e prática torna o estudo de caso uma ferramenta essencial

para compreender e enfrentar os desafios contemporâneos no jornalismo. Já Andrade Martins (2008) entende que, pelo estudo de caso,

busca-se, criativamente, apreender a totalidade de uma situação – identificar e analisar a multiplicidade de dimensões que envolvem o caso – e, de maneira engenhosa, descrever, compreender, discutir e analisar a complexidade de um caso concreto, construindo uma teoria que possa explicá-lo e prevê-lo (Andrade Martins, 2008, p. 4).

O estudo de caso destaca-se, portanto, pela sua capacidade de oferecer uma ampla variedade de dados, abrangendo tanto informações qualitativas quanto quantitativas, enriquecendo a compreensão de problemas complexos. Ao analisar a transição do formato de notícias do impresso para o digital, essa abordagem permite a coleta de dados qualitativos, como entrevistas e análises de conteúdo, que revelam *insights* contextuais e percepções subjetivas. Os dados qualitativos não apenas enriquecem a pesquisa, mas também oferecem uma compreensão holística das complexidades envolvidas na evolução do jornalismo digital, permitindo uma análise mais robusta e informada do problema em questão. Ou seja,

trata-se de uma metodologia aplicada para avaliar ou descrever situações dinâmicas em que o elemento humano está presente. Busca-se apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto, mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado (Andrade Martins, 2008, p. 5).

A flexibilidade inerente ao estudo de caso destaca-se como uma característica fundamental, tornando essa estratégia de pesquisa adaptável a diversas disciplinas e áreas de estudo. Ao explorar a transição do formato de notícias do impresso para o digital, o estudo de caso pode ser moldado para atender às demandas específicas de disciplinas como Comunicação, Jornalismo e Sociologia. Sua versatilidade permite que pesquisadores abordem questões complexas em contextos diversos, mantendo a integridade metodológica. Essa capacidade de se ajustar a diferentes cenários e objetos de análise destaca o estudo de caso como uma ferramenta valiosa para investigações interdisciplinares, proporcionando uma abordagem robusta e personalizada para explorar fenômenos específicos em diversas áreas acadêmicas.

O estudo de caso não apenas contribui para a pesquisa acadêmica, mas também desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de habilidades essenciais. Além disso, é uma abordagem metodológica que também estimula a

análise crítica, desafiando os pesquisadores a examinarem minuciosamente as complexidades dos casos específicos. A interpretação de dados qualitativos é uma habilidade fundamental cultivada por meio dessa metodologia; desse modo, o estudo de caso, além de contribuir para o conhecimento acadêmico, também nutre as habilidades práticas necessárias para realizar pesquisas significativas e analisar criticamente problemas complexos em diversas áreas de estudo.

Sendo assim, o estudo de caso se destaca como uma ferramenta valiosa para a pesquisa em jornalismo digital, podendo oferecer contribuições significativas para o avanço do conhecimento, especialmente quando enfrenta questões únicas ou complexas. Ao investigar situações específicas na transição do formato de notícias do impresso para o digital, o estudo de caso pode revelar *insights* profundos sobre desafios particulares, inovações ou dinâmicas emergentes. Essa abordagem lança luz sobre a complexidade do cenário jornalístico atual e pode gerar novas perspectivas teóricas e práticas. Ao lidar com questões que podem escapar de análises mais generalizadas, o estudo de caso desempenha um papel vital na expansão das fronteiras do conhecimento em jornalismo digital, oferecendo uma compreensão aprofundada e contextualizada de fenômenos específicos.

## **6 AS TRANSFORMAÇÕES NO FORMATO DA NOTÍCIA NA ERA DIGITAL: ANÁLISES DA EDIÇÃO DIGITAL GZH E EDIÇÃO IMPRESSA ZH**

Este estudo baseia-se na análise comparativa dos formatos das notícias em dois meios distintos: o impresso e o digital. Ao explorar as particularidades de cada plataforma, objetiva-se identificar como a apresentação, estrutura e elementos editoriais se diferenciam, reconhecendo as nuances que caracterizam a comunicação jornalística em contextos físicos e online. Ao examinar essa dicotomia entre o tradicional jornal impresso e a dinâmica do cenário digital, pode-se compreender de que maneira as características específicas a cada meio influenciam a forma como as notícias são construídas e recebidas pelo público.

A trajetória do jornal Zero Hora remonta a 4 de maio de 1964, quando o Grupo RBS funda um marco significativo em sua história, lançando um periódico chamado Zero Hora. Essa iniciativa não apenas consolidou a presença do grupo no cenário da Comunicação, mas também marcou o início de uma trajetória notável. Já em 1975, o jornal atingiu um novo patamar, ao expandir sua circulação para todos os municípios do estado do Rio Grande do Sul, ampliando seu alcance e impacto.

Inicialmente, a presença digital do jornal era uma extensão do conteúdo impresso, com a primeira publicação experimental do caderno informática ocorrendo em 07 de junho de 1995. O jornal utilizava um serviço da Embratel para duplicar o conteúdo impresso no site.

A verdadeira virada em direção ao digital ocorreu com a criação do portal ClicRBS em 2000, consolidando os diversos veículos do Grupo RBS. Contudo, foi em setembro de 2007 que ZH deu um passo crucial com o lançamento da [zerohora.com](http://zerohora.com), estabelecendo uma equipe dedicada de mais de trinta pessoas na redação para produzir notícias vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana. E em 2017, a inovação do Grupo RBS atingiu um novo grau com o lançamento do jornal digital GZH. Este marco representou uma convergência estratégica, unindo em ambiente digital o conteúdo jornalístico tanto da Gaúcha quanto da Zero Hora.

Essa transição foi marcada pela substituição dos antigos websites de ambos os veículos, consolidando uma plataforma única. O GZH, além de modernizar a experiência do usuário, também abriu espaço para a produção de conteúdo exclusivo, adaptando-se às demandas do meio digital. A acessibilidade foi aprimorada, permitindo que o portal seja explorado tanto por meio de navegador quanto por

aplicativo, evidenciando o compromisso contínuo do Grupo RBS em se manter na vanguarda da comunicação contemporânea.

O Grupo RBS, ao longo de sua trajetória, além de deixar uma marca no mercado da comunicação, também teve um impacto significativo na comunidade. A fundação do jornal Zero Hora em 1964 não apenas diversificou o cenário midiático, mas também desempenhou um papel crucial na disseminação de informações. Com sua expansão para todos os municípios do Rio Grande do Sul em 1975, a RBS fortaleceu sua conexão com as comunidades locais, tornando-se uma fonte confiável e abrangente de notícias.

O lançamento do jornal digital GZH em 2017 representou uma adaptação proativa às mudanças no comportamento do seu público, proporcionando uma experiência de acesso à informação mais adequada aos hábitos atuais. Esse compromisso com a inovação não apenas solidificou a posição da RBS no mercado, mas também reforçou seu papel como agente transformador na maneira como as comunidades interagem e se informam.

Assim, como forma de buscar uma compreensão comparativa das abordagens adotadas nas edições dos jornais GZH e Zero Hora impressa, foram realizados estudos detalhados de algumas notícias veiculadas durante os dias 17/11/2023 e 18/11/2023 em editorias diversas, como política, economia, campo e lavoura, esporte, cultura e saúde. A escolha de analisar uma variedade de editorias foi estratégica, visando contemplar todas as possibilidades das características principais do webjornalismo mencionadas neste estudo.

Essa abordagem abrangente permitiu uma investigação mais precisa sobre as estratégias editoriais e da apresentação das informações em ambas as plataformas, enriquecendo a compreensão das dinâmicas no jornalismo digital. Ao examinar criticamente essas notícias, busca-se identificar padrões e variações que podem sugerir entre o meio impresso e o digital, contribuindo para uma compreensão mais abrangente da dinâmica jornalística atual.

A seguir, serão apresentadas as matérias estudadas na Zero Hora e na GaúchaZH.

## 6.1 REPORTAGEM/NOTÍCIA 1: “AO PATROCINAR TERCEIRO AUMENTO DE IMPOSTOS, LEITE FAZ MANOBRA ARRISCADA” – 17/11/2023

A reportagem “*Ao patrocinar terceiro aumento de impostos, Leite faz manobra arriscada*” é apresentada de maneira praticamente idêntica tanto na publicação digital quanto na impressa – diferenciando-se apenas pela adição de uma frase final no texto digital. No entanto, é notável a adaptabilidade na apresentação da notícia e recursos utilizados de acordo com o meio de publicação.

**Tabela 1:** análise da notícia 1, do dia 17/11/2023.

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	Ao patrocinar terceiro aumento de impostos, Leite faz manobra arriscada	Manobra arriscada	A diferença no título ressalta a adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos.
<b>LINHA DE APOIO</b>	Elevação da alíquota do ICMS desagrada entidades empresariais, constrange aliados e robustece o discurso da oposição	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	Condutor de reformas que exigiram complexa articulação política, Eduardo Leite navegava até então pela mais tranquila pauta legislativa de seus cinco anos de governo. Não havia no horizonte projetos polêmicos, votações difíceis, tampouco defecções na base parlamentar.	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Idêntico, porém a informação “os anteriores foram em 2018 e 2020” foi acrescida no fim do texto.	Idêntico	A adição dessa informação ilustra como o ambiente online, com seu “espaço infinito”, permite uma expansão mais flexível da narrativa.
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Instantaneidade; Multimedialidade; Memória; Interatividade; Personalização;	Foto de capa	A foto é um recurso apresentado em ambos os formatos.

**Fonte:** a autora (2023)

### 6.1.1 Títulos

Os títulos divergentes evidenciam uma adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos. No contexto digital, onde a

atenção dos leitores é fugaz e a concorrência por cliques é acirrada, o título busca fornecer detalhes explícitos sobre o contexto político, adotando uma abordagem mais expansiva para capturar o interesse imediato do público. Em contrapartida, no meio impresso, onde o espaço é limitado, o título opta por uma abordagem mais concisa, sugerindo uma narrativa intrigante para incentivar a leitura.

Essa discrepância ressalta a necessidade de adaptação na escolha dos títulos, considerando as particularidades de cada meio e reconhecendo a importância de despertar interesse de acordo com as expectativas e comportamentos específicos do público em diferentes plataformas de consumo de notícias.

**Figura 1:** comparação entre os títulos de reportagem publicada no dia 17/11/2023: à esquerda, na GaúchaZH; e à direita, na Zero Hora

TÍTULO GZH	TÍTULO ZH
<b>Ao patrocinar terceiro aumento de impostos, Leite faz manobra arriscada</b>	<b>Manobra arriscada</b>

Fonte: capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.1.2 Linha de apoio

Na reportagem digital, a presença de uma linha de apoio complementando o título é crucial, pois no ambiente online é imperativo oferecer um contexto imediato e informativo para auxiliar o leitor a compreender o cerne da matéria – diferentemente do meio impresso, onde o leitor pode se envolver em uma leitura mais contemplativa, a dinâmica digital exige que as informações sejam apresentadas de forma concisa e cativante, quando se trata de notícias. A linha de apoio desempenha um papel vital ao fornecer detalhes adicionais ou resumir os pontos-chave, ajudando o leitor a decidir se deseja explorar o conteúdo completo. Essa prática não apenas atende à natureza efêmera de atenção online, mas também destaca a importância de fornecer um contexto imediato para engajar o público de maneira eficaz.

**Figura 2:** linha de apoio da reportagem na versão da GaúchaZH

Elevação da alíquota do ICMS desagradou entidades empresariais, constrange aliados e robustece o discurso da oposição

Fonte: captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.1.3 Lide

O lide não apresentou diferença em nenhum dos formatos, o que poderia ser caso, haja vista que há características e comportamentos distintos dos leitores em cada meio. No ambiente digital, a atenção dos leitores é volátil e há uma tendência para informações imediatas; portanto, o lide em veículos digitais, em muitos casos, precisa buscar envolver rapidamente o leitor, fornecendo informações cruciais e despertando o interesse.

A forma como o lide nesta reportagem foi escrito pende mais para um padrão de consumo típico de notícias impressas, no qual os leitores podem estar mais propensos a uma leitura mais contemplativa; e, por isso, pode adotar uma abordagem mais sutil, incentivando a curiosidade para que o leitor se aprofunde na matéria. A adaptação nos lides precisa atender à natureza específica de cada plataforma, otimizando a experiência do leitor de acordo com os hábitos e expectativas predominantes em cada meio.

**Figura 3:** comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 1.

LIDE GZH	LIDE ZH
<p>Conductor de reformas que exigiram complexa articulação política, <b>Eduardo Leite</b> navegava até então pela mais tranquila <b>pauta legislativa</b> de seus cinco anos de governo. Não havia no horizonte projetos polêmicos, votações difíceis, tampouco defecções na base parlamentar.</p> <p>Tamanha calma era mera aparência. Nos gabinetes do Piratini vinha sendo gestada a mais indigesta das iniciativas governamentais: o <b>aumento de impostos</b>. Ao anunciar a intenção de <b>majorar a alíquota de ICMS</b>, Leite desagradou <b>entidades empresariais, constrange aliados</b> e robusteceu o discurso da oposição. Para além do contexto político, eleva o chamado <b>custo RS</b>, onera o sistema produtivo e, na ponta, <b>penaliza o contribuinte</b>, chamado a pagar a conta.</p>	<p><i>Conductor de reformas que exigiram complexa articulação política, Eduardo Leite navegava até então pela mais tranquila pauta legislativa de seus cinco anos de governo. Não havia no horizonte projetos polêmicos, votações difíceis, tampouco defecções na base parlamentar.</i></p> <p><i>Tamanha calma era mera aparência. Nos gabinetes do Piratini vinha sendo gestada a mais indigesta das iniciativas governamentais: o aumento de impostos. Ao anunciar a intenção de majorar a alíquota de ICMS, Leite desagradou entidades empresariais. Senado diminuem a receita do Estado. Todavia, o texto ainda volta para a Câmara e está longe de ser definitivo.</i></p>

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.1.4 Conteúdo

Não foram identificadas diferenças substanciais entre o texto digital e impresso da reportagem: ambos têm cinco parágrafos. No entanto, foi acrescida, exclusivamente no texto digital, a frase “os anteriores foram em 2018 e 2020” ao fim do texto, complementando a informação e enriquecendo a contextualização de dados temporal da reportagem.

Essa adição de uma frase extra no final da reportagem digital ilustra como o ambiente online, com seu amplo espaço para texto, permite uma expansão mais

flexível da narrativa. Essa liberdade editorial oferece aos redatores a oportunidade de aprofundar a análise, proporcionando uma experiência mais rica e contextualizada para os leitores, algo que é restrito pelo espaço limitado em uma versão impressa. Essa vantagem do “espaço infinito” no digital amplia as possibilidades de contar uma história de maneira mais completa e envolvente.

Além disso, no ambiente digital, uma abordagem de formatação mais adaptada foi adotada, incluindo espaçamentos maiores entre cada parágrafo. Essa prática visa facilitar a compreensão da informação contida em cada bloco, proporcionando uma visualização mais clara dos limites de cada parágrafo. Por outro lado, a disposição do texto em parágrafos distintos, embora facilite a leitura, não atende totalmente à característica da hipertextualidade. Isso se deve ao fato de que, no ambiente digital, cada parágrafo precisa conter informações específicas de maneira mais direta, pois isso daria uma estrutura mais interconectada – o que não é atendido no primeiro parágrafo.

**Figura 4:** frase adicionada na versão publicada na GZH; abaixo, o espaçamento entre parágrafos na mesma versão

**FRASE ADICIONADA GZH:**

de impostos patrocinado pelo Leite — os anteriores foram em 2018 e 2020.

**ESPAÇAMENTO ENTRE PARÁGRAFOS GZH:**

Condutor de reformas que exigiram complexa articulação política, **Eduardo Leite** navegava até então pela mais tranquila **pauta legislativa** de seus cinco anos de governo. Não havia no horizonte projetos polêmicos, votações difíceis, tampouco defecções na base parlamentar.

Tamanha calma era mera aparência. Nos gabinetes do Piratini vinha sendo gestada a mais

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.1.5 Características do webjornalismo

A característica da hipertextualidade é apresentada por meio da inclusão de hiperlinks estrategicamente posicionados no texto. Ao clicarmos nesses links, somos direcionados para outra matéria de conteúdo relacionado, criando uma rede interconectada de informações. Essa abordagem amplia a compreensão do leitor sobre o tema permitindo uma exploração mais aprofundada e também fomenta uma leitura mais dinâmica e participativa. Ao seguir os hiperlinks, os leitores podem escolher seu próprio caminho na narrativa, optando por qual tema desejam se aprofundar mais.

**Figura 5:** presença de hiperlink na versão de GZH à esquerda; à direita, conteúdo exibido quando o hiperlink é clicado



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

Como vimos, essa abordagem hipertextual não apenas enriquece a experiência do leitor, mas também se alinha à característica da memória, ao permitir que os cidadãos acessem notícias antigas relacionadas ao tema. Essa funcionalidade é crucial para verificar a precisão das informações; como, por exemplo, rastrear promessas feitas por políticos ao longo do tempo, e monitorar a evolução do assunto e ações governamentais.

Ao seguir os hiperlinks que remetem a matérias anteriores, os leitores são capacitados a contextualizar o presente à luz do passado, promovendo uma compreensão mais holística e informada do cenário político e social. Essa interconexão entre o presente e o passado, facilitada pelos hiperlinks, reforça a importância da hipertextualidade não apenas na disseminação de informações, mas também na construção e preservação da memória coletiva.

**Figura 6:** à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria, publicada em data anterior



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

A característica da hipertextualidade, ao incorporar hiperlinks no texto, também se entrelaça harmoniosamente com a ideia da interatividade. A liberdade conferida ao leitor para escolher como se informar, decidindo quais hiperlinks explorar, nutre uma experiência mais personalizada. Nesse cenário, a interação do consumidor

com o conteúdo torna-se evidente a cada clique nos hiperlinks, proporcionando autonomia de navegação e permitindo que o leitor explore áreas específicas de seu interesse. Essa abordagem, além de enriquecer a experiência do usuário, também destaca a natureza participativa e adaptativa do meio digital, onde a audiência desempenha um papel ativo na construção de sua própria jornada informativa.

Além disso, a interatividade comunicativa é vista, uma vez que a reportagem possibilita comentários, abrindo espaço para fóruns e discussões sobre o assunto. Essa funcionalidade não só permite que os leitores expressem suas opiniões, questionem detalhes ou forneçam insights adicionais, mas também cria uma comunidade virtual em torno do conteúdo. A participação ativa dos leitores por meio de comentários contribui para uma dinâmica interativa e social, conectando os consumidores de notícias em um ambiente digital que vai além da simples absorção passiva de informações. Essa interação comunicativa, integrada à hipertextualidade, reforça a natureza dinâmica e envolvente do jornalismo online.

**Figura 7:** seção de comentários na matéria em questão no site GZH

Ordenar Por **Mais novos** ▾

---

**Todos os comentários 2**

---

– **alexandre** há 18 horas  
 Dudu Milk costuma não cumprir com suas promessas de campanha.  
 E ainda quer ser presidente, deste jeito?  
 Sem chances, enganando os gaúchos, imaginem o que fará se um dia chega a uma presidência da República?  
 Eu não pagarei pra ver.  
 Aliás, essa culpa eu não carrego

👍 Curtir   ↩ Responder   🚩 Denunciar

---

– **Henrique** há 2 dias  
 Pensão vitalícia para ex-governadores, volta do pagamento do quinquênio para juízes e desembargadores, com retroatividade, "efeito cascata" para MP e Defensoria Pública..... a conta vai chegar.....

👍 Curtir 2   ↩ Responder   🚩 Denunciar

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Em contrapartida, no que se refere à multimídia, a reportagem no formato digital deixa a desejar, pois utiliza apenas a imagem como recurso – no caso, a foto de capa da matéria, que também é compartilhada com a versão impressa. A ausência de outros recursos de mídia, como vídeos, gráficos interativos ou elementos audiovisuais, limita a diversidade de experiências oferecida ao público. Essa

abordagem mais restrita deixa de explorar todo o potencial do ambiente digital para criar uma narrativa mais rica e envolvente.

No quesito instantaneidade, a reportagem no formato digital destaca-se ao ser publicada no mesmo dia da entrevista coletiva, proporcionando uma resposta ágil aos eventos. Por outro lado, a versão impressa apresenta uma limitação temporal, com o conteúdo sendo publicado apenas no dia seguinte. Essa diferença destaca a capacidade do meio digital de relatar e disseminar a notícia com uma temporalidade que se aproxima do tempo real, atendendo a demanda por informações imediatas e mantendo-se alinhado com a velocidade frenética das notícias contemporâneas. Essa agilidade no ambiente online reforça a relevância do jornalismo digital em proporcionar atualizações instantâneas e abordagens mais dinâmicas na cobertura de eventos em comparação ao meio impresso.

**Figura 8:** data de publicação das matérias, em destaque: na imagem superior, da GZH; na inferior, da versão impressa da Zero Hora



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

## 6.2 REPORTAGEM/NOTÍCIA 2: “HADDAD VENCEU A PRIMEIRA BATALHA DO DÉFICIT ZERO, TERÁ OUTRAS PELA FRENTE” – 17/11/2023

A reportagem “*Haddad venceu a primeira batalha do déficit zero, terá outras pela frente*” é apresentada de forma mais abrangente na publicação digital do GZH. A distinção marcante ocorre principalmente devido ao espaço ilimitado disponível no meio digital, possibilitando a inclusão de informações relevantes e explicativas que enriquecem a narrativa. Essa abordagem permite uma exploração mais detalhada e

aprofundada do tema, fornecendo ao leitor uma compreensão mais completa do contexto e das nuances envolvidas na temática abordada. A flexibilidade proporcionada pelo ambiente online destaca-se como um recurso valioso para ampliar a cobertura jornalística, possibilitando uma análise mais abrangente e uma contextualização mais rica para os leitores interessados.

**Tabela 2:** análise de notícia 2, do dia 17/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	Haddad venceu a primeira batalha do déficit zero, terá outras pela frente	Haddad venceu primeira batalha, tem outras à frente	A diferença no título ressalta a adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos.
<b>LINHA DE APOIO</b>	Não haverá revisão agora, mas ainda pode haver mudança até o final deste ano ou início do próximo	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	Afinal, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, venceu a primeira batalha para manter a meta de déficit zero no orçamento de 2024. Parece que não estava mesmo "pregando no deserto".	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Base do texto similar, mas com informações acrescidas	Similar	A adição dessa informação ilustra como o ambiente online, com seu "espaço infinito", permite uma expansão mais flexível da narrativa.
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Instantaneidade; Memória; Interatividade; Personalização;	Não apresenta	

**Fonte:** a autora (2023)

### 6.2.1 Título

A pequena diferença entre os títulos destaca a sutileza na adaptação estratégica ao apresentar a mesma matéria em ambientes distintos. Enquanto no título, percebe-se no título uma abordagem mais explícita, enfatizando o contexto do déficit zero e as batalhas futuras, no caso do impresso optou-se por um título que simplifica a mensagem; mantendo a essência, mas adotando uma linguagem mais concisa e direta. Essa variação ressalta a importância de considerar as nuances de

cada plataforma, ajustando a apresentação para atender às preferências e comportamentos específicos dos leitores online e impressos, evidenciando a flexibilidade e adaptabilidade na comunicação jornalística.

**Figura 9:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir.



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.2.2 Linha de apoio

Na reportagem digital, a inclusão de uma linha de apoio para complementar o título desempenha um papel crucial. Em um ambiente online, é imperativo fornecer um contexto imediato e informativo para auxiliar o leitor a compreender rapidamente a essência da matéria. A linha de apoio assume, assim, um papel vital ao oferecer detalhes adicionais ou resumir pontos-chave, auxiliando o leitor na decisão de explorar o conteúdo completo. Essa prática não apenas atende à natureza efêmera de atenção online, mas também destaca a importância de proporcionar um contexto imediato para envolver o público de maneira eficaz, reconhecendo a necessidade de capturar o interesse instantaneamente no cenário dinâmico da informação digital.

**Figura 10:** linha de apoio na matéria no GZH

Não haverá revisão agora, mas ainda pode haver mudança até o final deste ano ou no início do próximo

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.2.3 Lide

O lide não apresentou diferença em nenhum dos formatos, como também aconteceu na análise da reportagem 1 anteriormente realizada – o que poderia não ser o caso, haja vista as características e comportamentos distintos dos leitores em cada meio. No ambiente digital, a atenção dos leitores é volátil e há uma tendência para informações imediatas; portanto, muitas vezes o lide digital precisa envolver rapidamente o leitor, fornecendo informações cruciais e despertando o interesse do mesmo. A adaptação nos lides precisa atender à natureza específica de cada

plataforma, otimizando a experiência do leitor de acordo com os hábitos e expectativas predominantes em cada meio.

**Figura 11:** comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 2.

LIDE GZH	LIDE ZH
<p>Afinal, <b>o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, venceu a primeira batalha para manter a meta de déficit zero</b> no orçamento de 2024. Parece que não estava mesmo "pregando no deserto".</p> <p>Os <b>sinais dados discretamente ao mercado financeiro</b> se confirmaram, e a meta não vai mudar no primeiro round, o do encaminhamento do relatório do orçamento ao Congresso. Mas há outros pela frente: a conclusão de votação, até o final do ano, e a revisão prevista para março, só no horizonte mais próximo.</p>	<p><i>Afinal, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, venceu a primeira batalha para manter a meta de déficit zero no orçamento de 2024. Parece que não estava mesmo "pregando no deserto".</i></p> <p><i>Os sinais dados discretamente ao mercado financeiro se confirmaram, e a meta não vai mudar no primeiro round, o do encaminhamento do relatório do orçamento ao Congresso. Mas há outros pela frente: a conclusão de votação, até o final do ano, e a revisão prevista para março, só no horizonte mais próximo.</i></p>

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

#### 6.2.4 Conteúdo

No caso da matéria analisada, foram identificadas algumas diferenças no discorrer do texto, embora majoritariamente sejam majoritariamente semelhantes. Ambas as reportagens têm seis parágrafos; contudo, na matéria digital da GZH, no parágrafo 4, consta a informação complementar *“que afirmou que a meta ‘não precisava ser zero’*”; já no parágrafo 5 da versão impressa da ZH, consta a adição da informação *“Atribuiu a responsabilidade pela ‘confusão’ à imprensa”*.

Entende-se que cortar essa informação do texto publicado no digital teve como consequência um possível comprometimento na compreensão logo no início do último parágrafo, pois o mesmo inicia, no caso da GZH, com *“É verdade, mas além desse trecho, o presidente...”*. Assim, não se explica *o que é verdade*; enquanto que, no impresso, a frase inicia com *“A parte da margem é verdade...”*.

**Figura 12:** diferenças entre o início do último parágrafo do texto; à esq., versão digital da GZH; à dir., a impressa da Zero Hora

### TEXTO GZH

para o episódio, duas semanas depois. Segundo Padilha, o que Lula quis dizer com esse trecho que ficou atravessado na garganta do mercado e de muitos economistas, seria apenas que existe uma margem de tolerância de 0,25 ponto percentual na meta fiscal.

É verdade, mas além desse trecho, o presidente também acrescentou um "se o Brasil tiver um déficit de 0,5%, o que é?" – sugerindo que mesmo se superasse a margem de tolerância, não faria diferença. Como a coluna já observou, o próprio mercado não prevê déficit zero,

### TEXTO ZH

*depois. Segundo Padilha, o que Lula quis dizer com "a meta não precisa ser zero", seria apenas que existe uma margem de tolerância de 0,25 ponto percentual na meta fiscal. Atribuiu a responsabilidade pela "confusão" à imprensa.*

*A parte da margem é verdade, mas além disso, o presidente acrescentou um "se o Brasil tiver um déficit de 0,5%, o que é?" – sugerindo que mesmo se a margem fosse ultrapassada, não faria diferença. Como a coluna já observou, o próprio mercado não prevê déficit zero, mas*

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

No entanto, no texto digital, toda reportagem foi complementada com mais informações: um *checklist* sobre as medidas de Haddad e um *box* final explicando o que é o déficit zero e por que ele é importante. A informação complementar enriqueceu a contextualização de informações da reportagem, e essa adição de informações no final da reportagem na versão digital ilustra como o ambiente online, com seu espaço potencialmente infinito para texto, permite uma expansão mais flexível da narrativa.

Assim, fica evidenciada a intenção de proporcionar uma experiência mais rica e contextualizada para os leitores, por conta dessa vantagem do "espaço infinito" no digital; além disso, também foi utilizada a abordagem de formatação mais adaptada, incluindo espaçamento entre cada parágrafo, que é um padrão das reportagens digitais do GZH.

**Figura 13:** informações adicionais presentes na versão GZH na reportagem digital

mas ao redor de 0,8%. Mas quer ver um governo determinado a impedir o aumento da dívida.

#### As medidas de Haddad

- Taxação de apostas online
- Tributação de investimentos em offshores (paraísos fiscais)
- Cobrança dos fundos exclusivos (dos "super-ricos")
- Fim da extensão de benefícios estaduais a impostos federais (subvenções)
- Fim da distribuição de resultados pelo instrumento de juros sobre capital próprio (JCP), que tem menor cobrança de imposto

#### O que é déficit zero e por que é importante

A meta de déficit zero adotada pelo Brasil é um compromisso relacionado ao chamado "resultado primário". Isso quer dizer que o governo não vai gastar mais do que arrecada, sem considerar as despesas com a dívida pública. Significa que, [ao não comprometer recursos que não tem \(o que significa, na prática, gastar mais do que arrecada\), não vai aumentar a dívida do Brasil](#). Ter déficit zero representa disposição de não elevar o já pesado endividamento público. Quanto maior a dívida, maior seu custo, o que dificulta a redução do juro.

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.2.5 Características do webjornalismo

Já a hipertextualidade se encontra presente na versão digital da GZH por meio da inclusão de hiperlinks, de modo a torna-lo o recurso mais utilizado; ou seja, seus empregos são estrategicamente posicionados no texto. Ao clicar nesses links, há um direcionamento para outra matéria cujo conteúdo está relacionado ao primeiro, criando uma rede interconectada de informações. Essa abordagem amplia a compreensão do leitor sobre o tema permitindo uma exploração mais aprofundada, bem como também fomenta uma leitura mais dinâmica e participativa. Ao seguir os hiperlinks, os leitores podem escolher seu próprio caminho na narrativa, optando por qual tema desejam se aprofundar mais.

**Figura 14:** à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria, publicada em data anterior

HIPERLINK	DIRECIONAMENTO
<p>Afinal, <a href="#">o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, venceu a primeira batalha para manter a meta de déficit zero</a> no orçamento de 2024. Parece que não estava mesmo "pregando no deserto".</p>	<p><b>Governo decide manter meta de déficit zero em 2024, diz relator da LDO</b></p> <p><small>Informação foi divulgada por Danilo Forte (União Brasil-CE); ele diz que apresentará o relatório final da proposta entre segunda e terça-feira</small></p> <p><small>16/11/2023 - 15h09min Atualizada em 16/11/2023 - 15h25min</small></p> <p><small>COMPARTILHE</small>   </p>

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

Essa abordagem hipertextual não apenas enriquece a experiência do leitor, mas também se alinha à característica da memória, ao permitir que os cidadãos acessem notícias antigas relacionadas ao tema. Essa funcionalidade é crucial para verificar a precisão das informações, como por exemplo rastrear o histórico do desenrolar do assunto. Ao seguir os hiperlinks que remetem a matérias anteriores, os leitores são capacitados a contextualizar o presente à luz do passado, promovendo uma compreensão mais completa do contexto. Essa interconexão entre o presente e o passado, facilitada pelos hiperlinks, reforça a importância da hipertextualidade não apenas na disseminação de informações, mas também na construção e preservação da memória coletiva.

À hipertextualidade também se entrelaça a ideia da interatividade, de modo a proporcionar ao leitor uma maior liberdade para escolher como se informar, decidindo quais hiperlinks explorar, favorece uma experiência mais personalizada. Nesse cenário, a interação do consumidor com o conteúdo torna-se evidente a cada clique nos hiperlinks, proporcionando autonomia de navegação e permitindo que o leitor explore áreas específicas de seu interesse.

Essa abordagem, além de enriquecer a experiência do usuário, também destaca a natureza participativa e adaptativa do meio digital, uma vez que a audiência desempenha um papel ativo na construção de sua própria jornada informativa. Além disso, percebe-se também a existência da interatividade comunicativa, uma vez que a reportagem analisada possibilita comentários, abrindo espaço para fóruns e discussões sobre o assunto.

Essa funcionalidade não só permite que os leitores expressem suas opiniões, questionem detalhes ou forneçam insights adicionais, mas também cria uma comunidade virtual em torno do conteúdo. A participação ativa dos leitores por meio de comentários contribui para uma dinâmica interativa e social, conectando os consumidores de notícias em um ambiente digital que vai além da simples absorção passiva de informações. Essa interação comunicativa, integrada à hipertextualidade, reforça a natureza dinâmica e envolvente do jornalismo online.

**Figura 15:** seção de comentários na matéria 2, no site GZH

Todos os comentários **2** Ordenar Por Mais novos ▾

---

– **Gonzaga Pereira** há 3 dias  
 Quantas batalhas Haddad já venceu? Nesta aí, peitou Lula, PT, Rui Costa...Tem sido excelente Ministro. Desemprego o menor em uma década, inflação sob controle, 5º PIB do G20. Dólar em queda livre, Ibovespa se aproxima de recorde 125 mil pontos. É a diferença fundamental entre economista liberal da escola de Chicago, conhecedor de bolsas, mercado financeiro, dono de offshore; e Professor de Universidade Pública, ser humano absolutamente normal...

👍 Curtir 1 ↩ Responder 🚩 Denunciar

---

– **jose juarez schuch ortiz** há 3 dias  
 quem lê a manchete tem a impressão que o governo bateu e zerou o deficit. Mas é só uma manchete de duplo sentido e com jeito de caça clique. 80 Bi no vermelho e além disto, o tesouro vai ter que bancar prejuizo de estatais.

👍 Curtir ↩ Responder 🚩 Denunciar

[📄 Topo dos comentários](#) [📄 Topo do artigo](#)

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Em contrapartida, no que se refere à multimídia, a reportagem é insuficiente, pois não utilizou nenhum recurso multimídia, o que limita a diversidade de experiências oferecida ao público. Essa abordagem mais restrita deixa de explorar todo o potencial do ambiente digital para a criação de uma narrativa mais rica e envolvente utilizando esse recurso.

No quesito instantaneidade, a reportagem no formato digital destaca-se por ter sido publicada no mesmo dia em que a meta foi oficialmente confirmada, proporcionando uma resposta ágil aos eventos. Essa característica destaca a capacidade do meio digital de relatar e disseminar a notícia quase que em tempo real, atendendo a demanda por informações imediatas, e em sintonia com a velocidade frenética das notícias contemporâneas. Essa agilidade no ambiente online reforça a relevância do jornalismo digital em proporcionar atualizações instantâneas e abordagens mais dinâmicas na cobertura de eventos em comparação ao meio impresso.

**Figura 16:** data de publicação da matéria no GZH

Nesta quinta-feira (18), quando enfim a meta foi oficialmente confirmada, o ministro das Relações Institucionais, Alexandre Padilha, compareceu com uma explicação sob medida

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.3 REPORTAGEM/NOTÍCIA 3: “ARREMESSO DE ESPIGA DE MILHO, CARRINHO DE MÃO E MAIS: CONHEÇA AS PROVAS DOS JOGOS RURAIS NO RS” – 17/11/2023

A reportagem “*Arremesso de espiga de milho, carrinho de mão e mais: conheça as provas dos jogos rurais no RS*” foi a terceira analisada, também do dia 17 de novembro de 2023, e é apresentada de forma mais completa na publicação digital do GZH. A distinção marcante ocorre principalmente devido ao espaço ilimitado disponível no meio digital, o que se traduziu na inclusão dois parágrafos a mais, agenda com próximas datas e falas das fontes para enriquecer a experiência do leitor da publicação em GZH. A flexibilidade proporcionada pelo ambiente online destaca-se como um recurso valioso para ampliar a cobertura jornalística, possibilitando uma análise mais abrangente e uma contextualização mais rica para os leitores interessados.

**Tabela 3:** análise da notícia 3, do dia 17/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	Arremesso de espiga de milho, carrinho de mão e mais: conheça as provas dos jogos rurais no RS	Olimpíadas do agro	A diferença no título ressalta a adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos.
<b>LINHA DE APOIO</b>	Com final em Porto Alegre, competição organizada pelo Senar-RS começou nesta semana e tem nova etapa marcada para esta sexta-feira, em Palmeira das Missões	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	Arremesso de espiga de milho no cesto e carrinho de mão são algumas brincadeiras de muitas crianças no campo e que, a partir desta semana, se transformaram em verdadeiras modalidades esportivas no interior do Estado. É na segunda edição dos jogos rurais, organizada pelo Senar-RS, uma espécie de olimpíada do agro. Reunindo 2,2 mil jovens em cinco provas, a competição começou em Sobradinho, terá final em Porto Alegre e a próxima etapa nesta sexta-feira (17), em Palmeira das Missões.	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Base do texto idêntica, mas com informações e falas de fontes acrescentadas no fim	Idêntico	A adição dessa informação ilustra como o ambiente online, com seu

			“espaço infinito”, permite uma expansão mais flexível da narrativa.
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Multimedialidade; Instantaneidade; Interatividade;	Foto de capa	Enquanto no impresso a possibilidade apenas de uma imagem para a capa, no digital foi incluso um carrossel de fotos.

Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.3.1 Título

Os títulos divergentes evidenciam uma adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos; no contexto digital, onde a atenção dos leitores é fugaz e a concorrência por cliques é acirrada, o título busca fornecer detalhes de quais são as provas avaliadas nos jogos rurais, também conhecidos como olimpíadas do agro, adotando uma abordagem mais expansiva para despertar o interesse do público em consumir aquele conteúdo. Já no meio impresso, onde o espaço é limitado, o título opta por uma abordagem mais concisa, sugerindo uma narrativa intrigante para incentivar a leitura. Essa discrepância ressalta a necessidade de adaptação na escolha dos títulos, considerando as particularidades de cada meio e reconhecendo a importância de despertar interesse de acordo com as expectativas e comportamentos específicos do público em diferentes plataformas de consumo de notícias.

Figura 17: comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 3



Fonte: capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.3.2 Linha de apoio

Em um ambiente online é imperativo fornecer um contexto imediato e informativo para auxiliar o leitor a compreender rapidamente a essência da matéria, complementando o título. A linha de apoio assume um papel vital ao oferecer detalhes

adicionais ou resumir os pontos-chave, auxiliando o leitor na decisão de explorar o conteúdo completo. Essa prática não apenas atende à natureza efêmera de atenção online, mas também destaca a importância de proporcionar um contexto imediato para envolver o público de maneira eficaz, reconhecendo a necessidade de capturar o interesse instantaneamente no cenário dinâmico da informação digital.

**Figura 18:** linha de apoio da matéria 3 do GZH

Com final em Porto Alegre, competição organizada pelo Senar-RS começou nesta semana e tem nova etapa marcada para esta sexta-feira, em Palmeira das Missões

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.3.3 Lide

O lide não apresentou diferença em nenhum dos formatos, como também o caso da reportagem anterior – o que, novamente, poderia não ser o caso em face dos perfis distintos dos leitores em cada meio. No ambiente digital, a atenção dos leitores é volátil e há uma tendência para informações imediatas; portanto, o lide digital muitas vezes precisa buscar envolver rapidamente o leitor, fornecendo informações cruciais e despertando o interesse. A adaptação nos lides precisa atender à natureza específica de cada plataforma, otimizando a experiência do leitor de acordo com os hábitos e expectativas predominantes em cada meio.

**Figura 19:** comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 3

#### LIDE GZH

Arremesso de espiga de milho no cesto e carrinho de mão são algumas brincadeiras de muitas crianças no campo e que, a partir desta semana, se transformaram em verdadeiras modalidades esportivas no interior do Estado. É na **segunda edição dos jogos rurais**, organizada pelo Senar-RS, uma espécie de olimpíada do agro. Reunindo **2,2 mil jovens em cinco provas**, a competição começou em Sobradinho, terá final em Porto Alegre e a próxima etapa nesta sexta-feira (17), em Palmeira das Missões.

#### LIDE ZH

Arremesso de espiga de milho no cesto e carrinho de mão são algumas brincadeiras de muitas crianças no campo e que, a partir desta semana, se transformaram em verdadeiras modalidades esportivas no interior do Estado. É na segunda edição dos jogos rurais, organizada pelo Senar-RS, uma espécie de olimpíada do agro. Reunindo 2,2 mil jovens em cinco provas, a competição começou em Sobradinho, terá a final em Porto Alegre e a próxima etapa hoje, em Palmeira das Missões.

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.3.4 Conteúdo

A base do texto é idêntica tanto na GZH quanto na Zero Hora; entretanto, o conteúdo digital se diferencia por complementar a reportagem com mais informações – dois parágrafos a mais, além de mencionar as fontes e datas das próximas etapas dos jogos rurais. Assim, a informação adicional presente ao final da reportagem na GZH enriqueceu a sua contextualização, bem como demonstra como o ambiente online, com seu espaço infinito para texto, permite uma expansão mais flexível da narrativa.

Foi proporcionada uma experiência mais rica e contextualizada para os leitores justamente por conta dessa vantagem do espaço mais amplo no digital. Além desse aspecto, na versão digital também foi utilizada a abordagem de formatação mais adaptada, incluindo espaçamento entre cada parágrafo – que é, vale destacar, padrão das reportagens digitais do GZH.

**Figura 20:** informações adicionais presentes na versão GZH na reportagem digital 3

Patrocinados pelo Senar-RS a partir da contratação de uma equipe do SESC, os jogos rurais deste ano têm quatro etapas regionais (em Sobradinho, Palmeira das Missões, Pelotas e Glorinha) e a final (em Porto Alegre). Nesses dias de competição, os **2,2 mil jovens passam o dia competindo e recebem alimentação de manhã, no horário do almoço e à tarde.**

— Ficam o dia inteiro com a gente — frisa Sandra.

Quem fica em primeiro, segundo e terceiro lugar de cada modalidade se classifica para a final. Além de medalhas, os jovens também concorrem a um troféu. A inscrição para participar foi feita por meio de uma parceria entre os Sindicatos Rurais e as prefeituras da região.

Para os próximos anos, a ideia é aumentar ainda mais a competição, projeta a coordenadora do Senar-RS:

— Daqui a pouco ampliar essa oportunidade regional e trazer também para final um ainda público maior de crianças e adolescentes.

#### **Confira as próximas etapas dos jogos rurais:**

**17/11:** Palmeira das Missões - no Parque de Exposições Telmo José Schardong - Ginásio Crispin Miranda (Av. Independência, 500)

**21/11:** Pelotas - no Parque de Exposições da Associação Rural de Pelotas (Av. Fernando Osório, 1754)

**24/11:** Glorinha - no Glorinha Futebol Clube (Av. Dr. Pompílio Gomes, 23360)

**02/12:** Porto Alegre (**final**) - no SESC Protásio Alves (Av. Protásio Alves, 6220 - Petrópolis)

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.3.5 Características do webjornalismo

No caso da matéria 3, as características presentes no webjornalismo, conforme visto anteriormente, se apresentam por meio da construção de blocos informativos que facilitam a leitura e a compreensão das informações de maneira mais eficiente. Há apenas um hiperlink na reportagem, que direciona a um conteúdo de mesmo nicho – mas que não possuem relação mais específica entre si.

**Figura 21:** à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria do mesmo nicho



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

Como há um hiperlink incorporado ao texto, é possibilitada a interatividade do leitor ao proporcionar ao mesmo uma maior autonomia na navegação, bem como que este explore áreas específicas de seu interesse. Essa abordagem, além de enriquecer a experiência do usuário, também destaca a natureza participativa e adaptativa do meio digital, onde a audiência desempenha um papel ativo na construção de sua própria jornada informativa.

Além disso, a interatividade comunicativa é vista, uma vez que a reportagem possibilita comentários, abrindo espaço para fóruns e discussões sobre o assunto. Essa funcionalidade não só permite que os leitores expressem suas opiniões, questionem detalhes ou forneçam *insights* adicionais, mas também cria uma comunidade virtual em torno do conteúdo. A participação ativa dos leitores por meio de comentários contribui para uma dinâmica interativa e social, conectando os consumidores de notícias em um ambiente digital que vai além da simples absorção passiva de informações. Essa interação comunicativa, integrada à hipertextualidade, reforça a natureza dinâmica e envolvente do jornalismo online.

No âmbito da multimídia, a reportagem digital adota como recurso um carrossel de imagens ao conteúdo da matéria, tornando-a assim mais dinâmica. Essa é uma escolha estratégica enriquece a narrativa e proporciona aos consumidores uma experiência visual mais imersiva. Ao disponibilizar um conjunto de imagens relacionadas ao conteúdo do texto, a reportagem digital não apenas complementa as informações apresentadas, mas também oferece uma dimensão mais rica ao permitir que os consumidores visualizem diretamente os elementos destacados no texto. Essa interação multimídia amplia as possibilidades de compreensão e engajamento, proporcionando uma experiência mais envolvente e abrangente para o público digital.

**Figura 22:** carrossel de fotos publicado junto à matéria 3 na versão digital de GZH



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Já no quesito instantaneidade, a reportagem no formato digital atende ao ser publicada no mesmo dia em que foi produzida, proporcionando uma resposta ágil aos eventos. Essa característica destaca a capacidade do meio digital de relatar e disseminar a notícia quase que em tempo real, atendendo a demanda por informações imediatas e mantendo-se alinhado com a velocidade frenética das notícias contemporâneas. Essa agilidade no ambiente online reforça a relevância do jornalismo digital em proporcionar atualizações instantâneas e abordagens mais dinâmicas na cobertura de eventos em comparação ao meio impresso.

#### 6.4 REPORTAGEM/NOTÍCIA 4: “DO QUE O GRÊMIO PRECISA PARA MELHORAR O TIME EM 2024” – 17/11/2024

A quarta reportagem selecionada para análise é “*Do que o Grêmio precisa para melhorar o time em 2024*”. Sua apresentação se dá de forma idêntica, tanto na versão impressa, quanto na versão digital; no entanto, chama a atenção que as características do webjornalismo, como a instantaneidade e memória, bem como a possibilidade de diversos recursos multimídia, não tenham sido exploradas em sua totalidade na sua construção no formato digital. A oportunidade de enriquecer a experiência do leitor com recursos específicos do ambiente online não foi plenamente aproveitada, sugerindo uma possível oportunidade perdida para aprimorar a narrativa e oferecer uma abordagem mais dinâmica e interativa no meio digital.

**Tabela 4:** análise da notícia 4, do dia 17/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	Do que o Grêmio precisa para melhorar o time em 2024	A lista gremista para 2024	A diferença no título ressalta a adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos.
<b>LINHA DE APOIO</b>	Régua estará alta na temporada que vem por conta da Libertadores	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	O Grêmio mantém o mesmo comando no futebol para 2024, o que é uma vantagem. Antônio Brum mostrou-se sagaz e conseguiu liderar, com Renato, a volta por cima do time em um momento de crise, recolocando-o nos trilhos a partir da vitória sobre o Flamengo, no Brasileirão. O fim de temporada, porém, apresenta novo desafio, o de preencher lacunas do grupo e revisar alguns nomes.	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Idêntico	Idêntico	
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Multimídia; Interatividade;	Foto de capa	No digital foi incluso uma imagem a mais na construção do texto

Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.4.1 Título

A discrepância nos títulos evidencia a necessidade crucial de adaptação ao apresentar a mesma matéria em ambientes distintos. No contexto digital, a busca por um título mais chamativo e capaz de despertar a curiosidade do leitor é imperativa. Sob o título *“Do que o Grêmio precisa para melhorar o time em 2024”*, a matéria atinge efetivamente esse objetivo, proporcionando uma abordagem envolvente e específica.

Em comparação, o título *“A lista gremista para 2024”* do impresso, embora informativo, não carrega o mesmo apelo imediato, destacando a importância de considerar as expectativas e comportamentos distintos dos leitores em cada plataforma utilizada. Essa flexibilidade na escolha dos títulos reflete a estratégia adaptativa necessária para otimizar a experiência do leitor em diferentes meios de comunicação.

**Figura 23:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 4



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.4.2 Linha de apoio

A linha de apoio desempenhou um papel fundamental ao complementar a informação do título, direcionando a atenção do leitor para o cerne da questão na reportagem. Ao fornecer detalhes adicionais ou um breve resumo do ponto chave, essa estratégia atua como um convite envolvente, instigando o leitor a explorar o conteúdo completo.

**Figura 24:** linha de apoio da matéria 4 do GZH

Régua estará alta na temporada que vem por conta da Libertadores

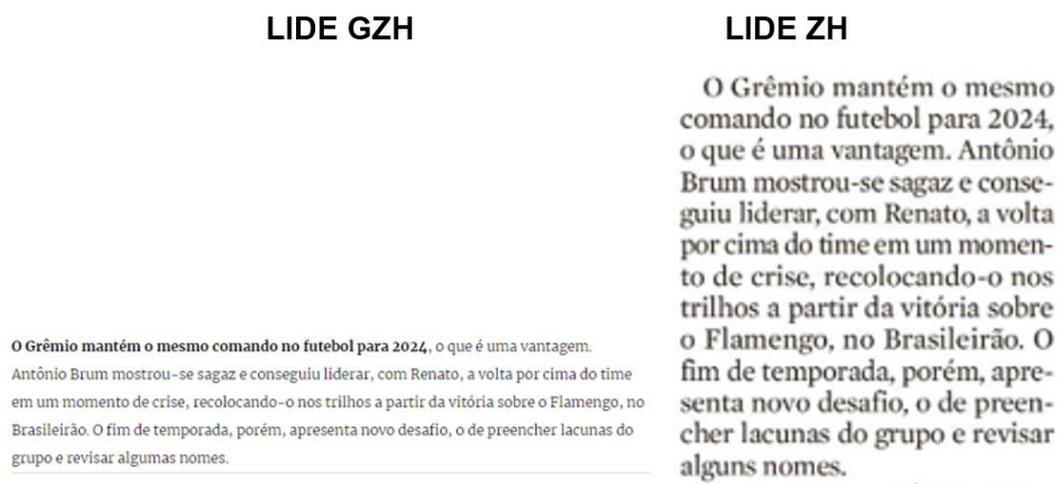
**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.4.3 Lide

Na quarta reportagem analisada, o lide se apresenta de forma idêntica tanto no meio digital quando no impresso, não incorporando plenamente as características

distintivas do webjornalismo mencionadas anteriormente. Embora o lide como ponto de entrada cumpra seu papel informativo, ele não aproveita totalmente as vantagens oferecidas pelo ambiente online. Essa uniformidade entre os dois formatos destaca a importância de adaptar e otimizar estratégias para cada plataforma, reconhecendo as oportunidades específicas que o meio digital oferece.

**Figura 25:** comparação entre os lides da GZH, à esquerda, e da Zero Hora à direita, da matéria 4



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

#### 6.4.4 Conteúdo

O conteúdo se apresenta de maneira praticamente idêntica nos dois ambientes – sendo que as únicas alterações no formato digital se deram pela inclusão de uma foto de capa diferente da versão impressa de ZH, além de uma segunda imagem no decorrer do texto. Essa abordagem, embora mantenha a consistência informativa entre os formatos, sugere uma substituição das potencialidades multimídia oferecida pelo meio online.

A adição apenas de duas imagens pode ser vista como uma oportunidade perdida de explorar mais amplamente recursos visuais, vídeos ou outros elementos que poderiam enriquecer a narrativa e complementar a informação, já que no digital temos a vantagem de ter mais espaço disponível. Essa uniformidade destaca a importância de considerar a natureza específica de cada plataforma e aproveitar plenamente as ferramentas disponíveis para melhorar a entrega de conteúdo.

### 6.4.5 Características do webjornalismo

A hipertextualidade na reportagem foi construída por meio de blocos de informações claros e concisos. Contudo, a utilização de apenas um recurso de hiperlink, direcionando para uma matéria que enfatiza a necessidade de revisão dos contratos ou novas contratações para o time, não agrega nenhum conhecimento extra na construção da informação para o leitor, ao mesmo tempo em que revela uma desvalorização das possibilidades oferecidas pela característica da memória, por exemplo. As oportunidades de estabelecer conexões mais amplas e contextualizar o assunto por meio de hiperlinks adicionais não foram, no caso dessa quarta matéria, completamente exploradas.

**Figura 26:** à esq., a presença de hiperlink em cor amarela; à dir., o direcionamento para outra matéria também sobre o Grêmio



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

Quanto à multimídia, a reportagem se limitou ao uso exclusivo do recurso de imagem. A incorporação de apenas um elemento visual, sem a introdução de outras formas de mídia possíveis (como vídeos, gráficos interativos, ou elementos audiovisuais) revela mais uma oportunidade não explorada para enriquecer a narrativa.

**Figura 27:** imagem publicada junto à matéria 4 na versão digital de GZH



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

No que diz respeito à interatividade, assim como nos casos anteriores, a reportagem contou apenas com um espaço para comentários dos leitores – mas que, mesmo assim, proporcionou um espaço para fóruns e discussões entre os mesmos. Embora essa abordagem permita uma participação ativa na audiência e promova o engajamento, a limitação exclusiva aos comentários deixa de explorar plenamente outras possibilidades interativas.

**Figura 28:** seção de comentários na matéria 4, no site GZH

Todos os comentários **29** Ordenar Por Mais novos

– **Márcio Jacobs** há 2 dias  
 Pois é, Léo Papoula, não dá pra entender essa gang de bastardos recalcados que pateticamente vivem criticando o maior e melhor treinador de nossa história disparado desde 2010 em 8 temporadas de absoluto sucesso, como sofrem essas marrecas adestradas pela IVI grasnando todos os dias, que hilário isso. O Grêmio nunca teve nem tem cacife para brigar por um grande título TODOS os anos como alguns Gremistas exigem, nem Crefisa e Flamiá conseguem, mas essa gang de bastardos VARmelhos é patética demais exigindo mais ainda do que podemos ter com o Renato no comando, o RESTO será sempre o RESTO com essas críticas bur.ras sem nenhum conteúdo nem apontamento de soluções porque esses analfabetos esportivos não sabem nada, e são apenas recalcados contumazes pelo sucesso absoluto do Mister Portaluppiano em cada passagem super vitoriosa pelo clube, doa à quem doer, e tenho dito.

👍 Curtir 1 ↩ Responder [Denunciar](#)

– **MAURICIO** há 2 dias  
 ↩ Em resposta a Márcio Jacobs  
 kkkkkkkkkkkvoce e patetico, desde 2018 1 milhao por mes e so gauchao para o delirio das renatetes adestradas e acefalas, este ano o Sr bravateiro teve a oportunidade de mostrar serviço com o 3º melhor elenco do futebol brasileiro e o que fez? perdeu pra vasco, santos, inter, empatou com goias, perdeu pros reservas do bragantino, nestes jogos o treinador boçal estrapolou da burrice e da teimosia, perdeu a oportunidade de ser campeão ao escalar mal, trocar mal, basta so vero ultimo jogo contra o corinthians, com este cara 2024 sera mais do mesmo.

👍 Curtir 3 ↩ Responder [Denunciar](#)

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

## 6.5 REPORTAGEM/NOTÍCIA 5: “ENCONTREI A PAZ NA SIMPLICIDADE, NA GRATIDÃO E NA MÚSICA’, DIZ THIAGUINHO, QUE CANTA EM PORTO ALEGRE” – 17/11/2024

A quinta reportagem analisada, também publicada no dia 17 de novembro de 2023, é intitulada “*Encontrei a paz na simplicidade, na gratidão e na música’, diz Thiaguinho, que canta em Porto Alegre*”, e também é apresentada de forma idêntica, tanto na versão impressa, quanto na digital. No entanto, chama a atenção que uma matéria sobre cultura/música não tenha explorado as possibilidades de diversos recursos multimídia em sua totalidade na construção dessa matéria no formato digital.

A oportunidade de enriquecer a experiência do leitor com recursos específicos do ambiente online não foi plenamente aproveitada, sugerindo uma possível

oportunidade perdida para aprimorar a narrativa e oferecer uma abordagem mais dinâmica e interativa no meio digital.

**Tabela 5:** análise da notícia 5, do dia 17/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	"Encontrei a paz na simplicidade, na gratidão e na música", diz Thiaguinho, que canta em Porto Alegre	Show de pagode para maratonar	A diferença no título ressalta a adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos.
<b>LINHA DE APOIO</b>	Pagodeiro faz o seu megashow de mais de seis horas neste sábado no Estádio Beira-Rio	Em "Tardezinha", Thiaguinho traz mais de seis horas de música	
<b>LIDE</b>	Os fãs porto-alegrenses de Thiaguinho já não aguentam mais se sentir vivendo a música <i>Falta Você</i> : "Falta de tudo, não sei de nada/ É só trabalho, volto pra casa/ Não tem você, falta você". Mas, finalmente, a espera acabou, e essa falta vai ser suprida. <b>O pagodeiro traz a sua <i>Tardezinha</i> para a Capital neste sábado (18), no <b>Estádio Beira-Rio</b>, com os portões sendo abertos às 14h e o show se iniciando às 17h — a festa vai até as 23h30min.</b>	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Idêntico	Idêntico	Apenas a forma como dispõem de subtítulos no impresso difere
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Multimídia; Interatividade; Instantaneidade;	Foto de capa	No digital foi incluso uma imagem a mais na construção do texto

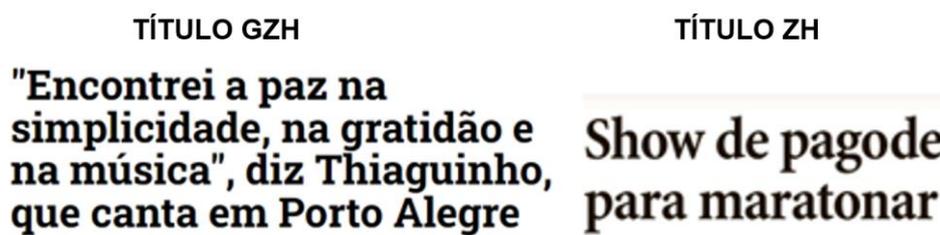
Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.5.1 Título

O título da quinta matéria analisada, *"Encontrei a paz na simplicidade, na gratidão e na música", diz Thiaguinho, que canta em Porto Alegre*, cativa no meio digital ao fornecer uma clara indicação de que a entrevista com as falas do cantor está disponível para os fãs lerem na matéria. Esse título específico cria uma conexão imediata e envolvente com o público, sugerindo uma abordagem mais pessoal e

detalhada sobre a experiência do artista. Em contraste, o título “*Show de pagode para maratonar*” no impresso carece dessa clareza, não fornecendo muita informação sobre o conteúdo que será explorado. A diferença nos títulos destaca a importância de adaptar estrategicamente a apresentação da matéria para cada meio.

**Figura 29:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 5

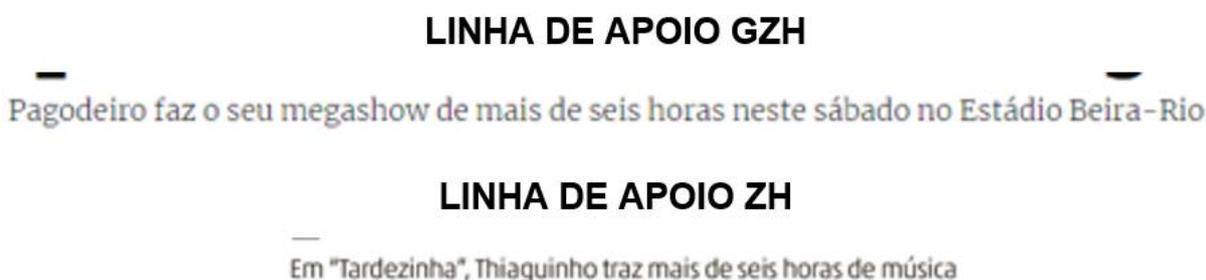


Fonte: capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.5.2 Linha de apoio

A linha de apoio é estrategicamente apresentada nas duas reportagens. Na versão digital, ela cumpre o papel de complementar o título, trazendo informações adicionais sobre o cerne da notícia. Nesse caso, essa prática se destaca ao oferecer aos leitores uma visão imediata do conteúdo da matéria, orientando-os sobre o que esperar. Em contrapartida, já na versão impressa a linha de apoio desempenha um papel diferente, fornecendo esclarecimentos sobre qual show de pagode o título se refere. Essa variação ressalta a adaptabilidade na apresentação de informações de acordo com as características específicas de cada meio, atendendo às nuances e expectativas dos leitores para uma compreensão mais eficaz do conteúdo.

**Figura 30:** linhas de apoio da matéria 5; acima, do GZH, e abaixo, utilizada na Zero Hora



Fonte: capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.5.3 Lide

O lide se mantém uniforme em ambas as versões, seja no meio digital ou impresso. Assim como ocorreu nas análises anteriores, este é um elemento que poderia diferir entre um meio e outro, visto que há características e comportamentos distintos dos leitores em cada um deles. No ambiente digital, a atenção dos leitores é volátil e há uma tendência para informações imediata; portanto, o lide digital muitas vezes precisa buscar envolver rapidamente o leitor, fornecendo informações cruciais e despertando o interesse. A adaptação nos lides precisa atender à natureza específica de cada plataforma, otimizando a experiência do leitor de acordo com os hábitos e expectativas predominantes em cada meio.

**Figura 31:** comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 5

LIDE GZH	LIDE ZH
<p>Os fãs porto-alegrenses de Thiaguinho já não aguentam mais se sentir vivendo a música <i>Falta Você</i>: "Falta de tudo, não sei de nada/ É só trabalho, volto pra casa/ Não tem você, falta você". Mas, finalmente, a espera acabou, e essa falta vai ser suprida. <b>O pagodeiro traz a sua <i>Tardezinha</i> para a Capital neste sábado (18), no <i>Estádio Beira-Rio</i>, com os portões sendo abertos às 14h e o show se iniciando às 17h — a festa vai até as 23h30min.</b></p>	<p>Os fãs porto-alegrenses de Thiaguinho já não aguentam mais se sentir vivendo a música <i>Falta Você</i>: "Falta de tudo, não sei de nada/ É só trabalho, volto pra casa/ Não tem você, falta você". Mas, finalmente, a espera acabou, e essa falta vai ser suprida. O pagodeiro traz a sua <i>Tardezinha</i> para a Capital amanhã, no Estádio Beira-Rio, com os portões sendo abertos às 14h e o show se iniciando às 17h — a festa vai até as 23h30min.</p>

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.5.4 Conteúdo

No caso da quinta matéria analisada, percebe-se que o conteúdo se apresenta de maneira praticamente idêntica em relação ao que é exposto; porém, notam-se também algumas nuances na estrutura textual entre as versões digital e impressa. Na versão impressa, são introduzidos dois subtítulos na construção do texto, proporcionando uma organização adicional à narrativa, o que passa a sensação de início, meio e fim da construção da informação. Já na versão digital não há um subtítulo de forma explícita, mas sim uma frase da fala do entrevistado em destaque, que em questão de análise "substituiria" o primeiro subtítulo. No entanto, a ausência de uma segunda diferenciação posterior no texto online, como observada na versão

impressa, destaca uma diferença estrutural entre os dois meios, não passando a mesma impressão de construção com início, meio e fim.

**Figura 32:** subtítulos 1 e, na sequência, subtítulos 2 utilizados nas versões online e impressa da quinta matéria analisada



Fonte: capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.5.5 Características do webjornalismo

No que diz respeito à hipertextualidade, os blocos de informação são bem completos e concisos, oferecendo uma estrutura clara para a compreensão do leitor. A presença de hiperlinks contribui para a interatividade, permitindo aos leitores explorarem temas relacionados de forma mais aprofundada. No entanto, é notável a existência de um hiperlink que, ao ser clicado, direciona para um conteúdo que não se relaciona diretamente com o cerne da reportagem. Essa prática pode criar uma desconexão entre o link e o foco principal da matéria, destacando a importância de garantir que os hiperlinks estejam alinhados com o conteúdo central para proporcionar uma experiência mais coesa e relevante aos leitores. A hipertextualidade eficaz não apenas adiciona profundidade à narrativa, mas também mantém a consistência temática ao longo da leitura.

**Figura 33:** hiperlink presente na matéria 5, que direciona para conteúdo não-relacionado à matéria original

Os fãs porto-alegrenses de Thiaguinho já não aguentam mais se sentir vivendo a música *Falta Você*: "Falta de tudo, não sei de nada/ É só trabalho, volto pra casa/ Não tem você, falta você". Mas, finalmente, a espera acabou, e essa falta vai ser suprida. O pagodeiro traz a sua *Tardezinha* para a Capital neste sábado (18), no [Estádio Beira-Rio](#), com os portões sendo abertos às 14h e o show se iniciando às 17h — a festa vai até as 23h30min.



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

**Figura 34:** hiperlink presente na matéria 5, com tema relacionado de forma aprofundada

Com 20 anos de carreira recém completados, Thiaguinho está em uma fase de alegrias. Fazendo sucesso na música, [figurando na lista de bilionários da Forbes](#) e vivendo a sorte de um amor tranquilo, ele acredita que todo este momento positivo é oriundo do amor pela música e, principalmente, da boa relação dele com o seu público.



**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

Isso contribui para a interatividade do leitor, proporcionando uma experiência mais envolvente e participativa. A inclusão de hiperlinks não apenas oferece uma oportunidade de aprofundamento em tópicos específicos, mas também incentiva a exploração ativa por parte do público.

Além disso, o campo de comentários disponível na quinta matéria analisada acrescenta outra camada de interatividade, possibilitando que os leitores expressem suas opiniões, compartilhem *insights* e participem de discussões relacionadas ao conteúdo da reportagem. Essa combinação de recursos amplia a participação e o engajamento no contexto digital.

Apesar de ter sido utilizado o recurso da multimídia na forma de duas imagens no caso da matéria online, percebe-se uma oportunidade para um uso mais abrangente e enriquecedor desse recurso. Considerando que o conteúdo da matéria aborda aspectos culturais, a incorporação de elementos multimídia adicionais, como vídeos ou áudios, poderia proporcionar uma experiência mais completa ao consumidor. Assim, a diversificação de recursos visuais e auditivos poderia aprofundar a compreensão do público sobre o tema explorado na reportagem. Essa consideração estratégica ressalta a importância de explorar plenamente as possibilidades da multimídia para oferecer uma narrativa mais dinâmica e cativante no ambiente online.

Por fim, a característica da instantaneidade foi parcialmente atendida na versão online da matéria, uma vez que foi publicada um dia antes comparada à sua versão impressa. No entanto, ao considerarmos a data em que temos informações sobre o show, essa instantaneidade pode ser percebida como limitada. A publicação um dia antes destaca a agilidade na divulgação de notícias online, mas a verdadeira instantaneidade dependeria do momento em que a informação do show se tornou disponível. Essa diferença destaca a complexidade de atender plenamente à instantaneidade, que vai além da simples comparação de datas de publicação, e ressalta a importância de equilibrar a velocidade com a precisão na entrega de informações no cenário jornalístico digital.

A seguir, serão apresentadas as matérias analisadas no dia 18 de novembro de 2023.

## 6.6 REPORTAGEM/NOTÍCIA 6: “CRESCE OPOSIÇÃO À ELEVAÇÃO DO ICMS” – 18/11/2024

A sexta reportagem analisada foi publicada no dia 18 de novembro de 2023. Com título “*Cresce oposição à elevação do ICMS*”, a matéria é apresentada de forma idêntica tanto na publicação digital quanto na impressa. Os dois únicos recursos que se diferem no caso do digital é a foto de capa e a linha de apoio, que não é apresentada no impresso.

**Tabela 6:** análise da notícia 6, do dia 18/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	Cresce oposição à elevação do ICMS	Cresce oposição à elevação do ICMS	
<b>LINHA DE APOIO</b>	Deputados da base reclamam da forma como o tema foi conduzido no governo	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	A reação inicial ao projeto de aumento do ICMS expõe o momento mais delicado dos cinco anos de governo Eduardo Leite. Rechaçada em público por entidades empresariais e em privado por aliados políticos, a matéria enfrenta resistências.	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Idêntico	Idêntico	
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Multimedialidade; Memória; Interatividade;	Não apresenta	

Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.6.1 Título

Os títulos iguais poderiam nos apontar uma falta de adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos. Em contrapartida, como o título consegue trazer o cerne da informação desenvolvida na reportagem, ele acaba atendendo bem as duas plataformas, captando assim o interesse do público.

**Figura 35:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 6, publicada em 18 de nov. 2023

TÍTULO GZH	TÍTULO ZH
<b>Cresce oposição à elevação do ICMS</b>	<b>Cresce oposição à elevação do ICMS</b>

Fonte: capturas de tela realizadas pela autora (2023)

### 6.6.2 Linha de apoio

Na reportagem digital, a linha de apoio é utilizada de forma complementar ao título, e pode ser considerado como um recurso bem empregado, auxiliando a compreensão do conteúdo que será desenvolvido na reportagem. Avaliando como o consumo de notícias se dá no contexto online, é de suma importância que o leitor possa compreender o máximo da informação, mas ao mesmo tempo desperte o interesse pela leitura mais aprofundada do conteúdo completo.

**Figura 36:** linha de apoio da matéria 6 na versão online de GZH

Deputados da base reclamam da forma como o tema foi conduzido no governo

Fonte: captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.6.3 Lide

Assim como na editoria de política analisada no dia anterior (17 de novembro de 2023), o lide aqui também não apresentou diferença em nenhum dos formatos – o que poderia ser o caso, tendo em vista as características e comportamentos dos leitores, que são distintos em cada meio. No ambiente digital, é importante que o lide seja usado para envolver rapidamente o leitor e, para isso, é necessário fornecer informações cruciais que despertem o interesse pelo restante do conteúdo.

A forma como o lide nesta reportagem foi escrito pende mais para o tipo de consumo tipicamente associado ao de notícias impressas, nas quais os leitores podem estar mais propensos a uma leitura mais contemplativa – e, por isso, pode adotar uma abordagem mais sutil, incentivando a curiosidade para que o leitor se aprofunde na matéria. Assim, é importante ressaltar que a adaptação nos lides precisa atender à natureza específica de cada plataforma, com vistas a otimizar a experiência do leitor de acordo com os hábitos e expectativas predominantes em cada meio.

**Figura 37:** comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 6

LIDE GZH	LIDE ZH
<p>A reação inicial ao projeto de <b>aumento do ICMS</b> expõe o momento mais delicado dos cinco anos de governo <b>Eduardo Leite</b>. Rechaçada em público por entidades empresariais e em privado por aliados políticos, a matéria enfrenta <b>resistências</b>.</p> <p>Não bastasse o óbvio <b>incômodo</b> diante de pauta tão indigesta, os <b>deputados da base</b> reclamam da <b>forma como o tema foi conduzido</b> no governo, sem compartilhamento da situação fiscal, nem articulação prévia com a Assembleia.</p>	<p><i>A reação inicial ao projeto de aumento do ICMS expõe o momento mais delicado dos cinco anos de governo Eduardo Leite. Rechaçada em público por entidades empresariais e em privado por aliados políticos, a matéria enfrenta resistências.</i></p> <p><i>Não bastasse o óbvio incômodo diante de pauta tão indigesta, os deputados da base reclamam da forma como o tema foi conduzido no governo, sem compartilhamento da situação fiscal, nem articulação prévia com a Assembleia.</i></p>

**Fonte:** capturas de tela realizadas pela autora (2023)

#### 6.6.4 Conteúdo

Não foi identificada nenhuma diferença entre o texto digital e impresso da reportagem, de modo que ambos têm oito parágrafos. No ambiente digital, a abordagem de formatação de espaçamento entre os parágrafos – que é padrão das reportagens online da GZH –, foi adotada. Essa prática visa facilitar a compreensão da informação contida em cada bloco e proporcionar uma visualização mais clara dos limites de cada parágrafo.

Entretanto, a disposição do texto em parágrafos distintos, embora facilite a leitura, não atende totalmente à característica da hipertextualidade. Isso se deve ao fato de que, no ambiente digital, cada parágrafo precisa conter informações específicas de maneira mais direta, pois isso daria uma estrutura mais interconectada. No caso em pauta, no primeiro parágrafo esse ponto não é atendido, pois quando o primeiro parágrafo é lido, têm-se a impressão que faltam informações para que ele seja efetivamente compreendido.

**Figura 38:** espaçamento entre parágrafos da matéria 6, na versão digital publicada por GZH

A reação inicial ao projeto de **aumento do ICMS** expõe o momento mais delicado dos cinco anos de governo **Eduardo Leite**. Rechaçada em público por entidades empresariais e em privado por aliados políticos, a matéria enfrenta **resistências**.

Não bastasse o óbvio **incômodo** diante de pauta tão indigesta, os **deputados da base** reclamam da **forma como o tema foi conduzido** no governo, sem compartilhamento da situação fiscal, nem articulação prévia com a Assembleia.

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.6.5 Características do webjornalismo

A característica da hipertextualidade é apresentada por meio da inclusão de hiperlinks estrategicamente posicionados no texto. Esses links, ao serem clicados, direcionam o leitor para outra matéria de conteúdo relacionado, criando uma rede interconectada de informações. Como já foi dito anteriormente, essa abordagem amplia a compreensão do leitor sobre o tema, permitindo uma exploração mais aprofundada e também fomenta uma leitura mais dinâmica e participativa. Ao seguir os hiperlinks, os leitores podem escolher seu próprio caminho na narrativa, optando por qual tema desejam se aprofundar mais.

**Figura 39:** hiperlink presente na matéria 6, direcionando para conteúdo relacionado ao tema de origem

#### HIPERLINK

Apesar da previsão de **déficit de R\$ 2,7 bilhões em 2024**, até então o Piratini sinalizava ter controle sobre as finanças, o que movia um **otimismo coletivo** para as **eleições** do ano que vem. Agora, tudo mudou. Os telefones dos deputados não param de tocar, com lideranças do setor produtivo **pressionando por voto contrário** ou retirada do projeto e os candidatos a prefeito temendo prejuízos eleitorais.

#### DIRECIONAMENTO

**Governo Leite prevê déficit de R\$ 2,7 bilhões para 2024 em Lei Orçamentária**

Estimativa contrasta com a LDO, aprovada em julho, que estipulava superávit de quase R\$ 1,5 bilhão

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Essa abordagem hipertextual enriquece a experiência do leitor e também se alinha à característica da memória, permitindo que os leitores acessem facilmente notícias antigas relacionadas ao tema. Ao seguir os hiperlinks, os leitores são capacitados a contextualizar o presente com informações do passado, promovendo uma compreensão mais completa do cenário informativo. Essa interconexão entre o presente e o passado, facilitada pelo recurso em questão, reforça a importância da hipertextualidade não apenas na disseminação de informações, mas também na

construção e preservação da memória coletiva. Por outro lado, essa hipertextualidade, ao incorporar hiperlinks no texto, também se entrelaça com a ideia da interatividade, uma vez que também correspondem a uma liberdade do leitor para escolher como se informar, decidindo quais hiperlinks explorar, deixando a experiência da informação mais personalizada.

Por fim, a interatividade comunicativa também é uma possibilidade, uma vez que a reportagem possibilita comentários, abrindo espaço para fóruns e discussões sobre o assunto. Essa funcionalidade não só permite que os leitores expressem suas opiniões e questionem detalhes, mas também cria uma comunidade virtual em torno do conteúdo. A participação ativa dos leitores por meio de comentários contribui para uma dinâmica interativa e social, conectando os consumidores de notícias em um ambiente digital que vai além da simples absorção passiva de informações. Essa interação comunicativa, integrada à hipertextualidade, reforça a natureza dinâmica e envolvente do jornalismo online.

Entretanto, cabe salientar que, no que se refere à multimídia, a reportagem no formato digital deixa a desejar, pois utiliza apenas o recurso de imagem, que consiste na foto de capa da matéria – a qual também poderia ser utilizada na versão impressa, não proporcionando uma experiência multimídia para o leitor. Essa abordagem mais restrita deixa de explorar todo o potencial do ambiente digital e perde a oportunidade de criar uma narrativa mais rica e envolvente.

#### 6.7 REPORTAGEM/NOTÍCIA 7: “EMPREENDEDORISMO DA POPULAÇÃO NEGRA É ESSENCIAL PARA REDUZIR DESIGUALDADE”, AFIRMA CEO DA PRETAHUB” – 18/11/2024

A sétima reportagem analisada também foi publicada no dia 18 de novembro de 2023, e é intitulada “*Empreendedorismo da população negra é essencial para reduzir desigualdade*”, afirma CEO da PretaHub”. Seu conteúdo é apresentado de forma diferente no impresso e digital, apesar da informação que ambos meios contemplam ser a mesma. Percebeu-se que a construção da matéria no digital levou em conta de forma mais intensa as características do ambiente em que ela foi publicada, principalmente em relação ao amplo espaço para acrescentar mais informações do que no impresso. Assim, em sua versão online de GZH, foi oportunizado às pessoas que leram o conteúdo nesse meio o acesso a uma entrevista mais completa e mais rica em informação.

Tabela 7: análise da notícia 7, do dia 18/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	“Empreendedorismo da população negra é essencial para reduzir desigualdade”, afirma CEO da PretaHub	“Empreendedorismo é essencial para reduzir desigualdade”	São similares, porém com estratégia distinta para cada ambiente de publicação.
<b>LINHA DE APOIO</b>	Adriana Barbosa criou a Feira Preta e se tornou uma das maiores referências entre empreendedores no Brasil	Acima do título: Adriana Barbosa CEO do instituto Feira Preta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	Adriana Barbosa se tornou uma das maiores referências sobre empreendedorismo negro no Brasil. CEO da plataforma <i>PretaHub</i> , também foi idealizadora e preside o <i>Instituto Feira Preta</i> , evento anual que ocorre desde 2002. Em 2020, foi reconhecida como a primeira mulher negra entre os Inovadores Sociais do Mundo no Ano, pelo Fórum Econômico Mundial, e, em 2022, considerada uma das 500 pessoas mais influentes da América Latina pela Bloomberg Linea. À coluna, Adriana falou sobre seu início como empreendedora, detalhou o processo de criação da Feira Preta e da PretaHub, e também pontuou alguns dos principais desafios para o fomento do empreendedorismo negro e feminino no Brasil. O assunto é obrigatório no mês da consciência negra, mas necessário todos os dias no Brasil para superar a insustentabilidade da economia que está entre as 10 maiores, mas tem uma das 10 maiores desigualdades no mundo.	CEO da plataforma PretaHub, Adriana Barbosa se tornou referência no Brasil em empreendedorismo negro. Preside o Instituto Feira Preta, evento anual que ocorre desde 2002. Em 2020, foi reconhecida como primeira mulher negra entre os Inovadores Sociais do Mundo no Ano, pelo Fórum Econômico Mundial, e, em 2022 considerada uma das 500 pessoas mais influentes da América Latina pela Bloomberg Linea. O assunto é obrigatório no mês da consciência negra, mas necessário todos os dias no Brasil para superar a insustentabilidade da economia que está entre as 10 maiores, mas tem uma das 10 maiores desigualdades no mundo.	A diferença no lide mostra o cuidado na construção da informação com os recursos disponibilizados em cada ambiente.

<b>CONTEÚDO</b>	Mais completo	Similar	No digital temos uma reportagem com mais “corpo” de conteúdo sobre a entrevista
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Multimedialidade; Interatividade;	Fotografia entrevistada da	

Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.7.1 Título

Os títulos similares nos mostram a estratégia adotada para criação do conteúdo adaptado para o meio em que ele será publicado. Ambos trazem a mesma informação, mas o título apresentado na versão digital tem informações complementares que auxiliam o leitor a compreender o cerne da questão.

**Figura 40:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 7, publicada em 18 de nov. 2023



Fonte: captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.7.2 Linha de apoio

Na reportagem digital a linha de apoio complementa o título, tendo sido um recurso bem utilizado para auxiliar a compreensão do conteúdo que será desenvolvido na reportagem. Entretanto, na versão impressa da matéria em questão, há a utilização de uma linha de apoio acima do título que auxilia o leitor a compreender quem é a entrevistada em questão.

**Figura 41:** linhas de apoio da matéria 7: acima, na versão online para GZH; mais abaixo, na versão impressa de Zero Hora

**LINHA DE APOIO GZH**

Adriana Barbosa criou a Feira Preta e se tornou uma das maiores referências entre empreendedores no Brasil

**LINHA DE APOIO ZH**

**ENTREVISTA**

**ADRIANA BARBOSA** CEO do Instituto Feira Preta

“Empreendedorismo”

Fonte: captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.7.3 Lide

Em relação à sétima matéria, percebe-se que os lides foram construídos de forma diferente em suas versões online e impressa – porém, sem que isso implique na perda da informação principal do conteúdo. Tal característica foi possibilitada pelo fato de que as informações que são apresentadas anteriormente – título e linha de apoio –, são complementares à informação presente no lide. Assim, essa adaptação do texto para cada meio em que foi publicado se adequou muito bem, tendo em vista os recursos de informação e espaço utilizados nas duas publicações nos seus dois formatos

**Figura 42:** comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 7

### LIDE GZH

Adriana Barbosa se tornou uma das maiores referências sobre empreendedorismo negro no Brasil. CEO da plataforma [PretaHub](#), também foi idealizadora e preside o [Instituto Feira Preta](#), evento anual que ocorre desde 2002. Em 2020, foi reconhecida como a primeira mulher negra entre os Inovadores Sociais do Mundo no Ano, pelo Fórum Econômico Mundial, e, em 2022, considerada uma das 500 pessoas mais influentes da América Latina pela Bloomberg Linea. À coluna, Adriana falou sobre seu início como empreendedora, detalhou o processo de criação da Feira Preta e da PretaHub, e também pontuou alguns dos principais desafios para o fomento do empreendedorismo negro e feminino no Brasil. O assunto é obrigatório no [mês da consciência negra](#), mas necessário todos os dias no Brasil para superar a [insustentabilidade da economia que está entre as 10 maiores, mas tem uma das 10 maiores desigualdades no mundo](#).

### LIDE ZH



CEO da plataforma PretaHub, Adriana Barbosa se tornou referência no Brasil

em empreendedorismo negro. Preside o Instituto Feira Preta, evento anual que ocorre desde 2002. Em 2020, foi reconhecida como primeira mulher negra entre os Inovadores Sociais do Mundo no Ano, pelo Fórum Econômico Mundial, e, em 2022, considerada uma das 500 pessoas mais influentes da

América Latina pela Bloomberg Linea. O assunto é obrigatório no mês da consciência negra, mas necessário todos os dias no Brasil para superar a insustentabilidade da economia que está entre as 10 maiores, mas tem uma das 10 maiores desigualdades no mundo.

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

#### 6.7.4 Conteúdo

Na versão digital da oitava reportagem foi utilizado o recurso do espaço mais amplo, de modo a acrescentar mais informações da entrevista à matéria, deixando o conteúdo mais completo e proporcionando uma experiência mais imersiva no assunto. No online, além de ter sido incluída uma informação adicional já no elemento lide, no restante do texto também foram acrescentadas duas perguntas feitas à entrevista e suas respostas – as quais não constam na versão impressa.

#### 6.7.5 Características do webjornalismo

No caso da matéria oito, percebe-se que a hipertextualidade foi muito bem empregada na construção de blocos de informações completos e concisos, permitindo ao leitor a compreensão daquela informação ao concluir a leitura do bloco. Além disso, ao utilizar o recurso de hiperlink, é oportunizado ao leitor a interatividade na construção do seu conhecimento e da informação. Esses links quando clicados

redirecionam o leitor para o site do PretaHub, seu perfil no Instagram, bem como para outras matérias relacionadas ao tema abordado, criando uma rede interconectada de informações.

Assim, conforme dito anteriormente, percebe-se nessa abordagem uma ampliação da compreensão do leitor sobre o tema, permitindo uma exploração mais aprofundada, ao mesmo tempo em que também fomenta uma leitura mais dinâmica e participativa. Ao seguir os hiperlinks, os leitores podem escolher seu próprio caminho na narrativa, optando por qual tema desejam se aprofundar mais.

**Figura 43:** hiperlinks presentes na matéria 7, direcionando para conteúdo relacionado ao tema de origem e ao site da entrevistada na matéria



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Por outro lado, sente-se a ausência de multimídia na matéria em questão quando publicada online pelo GZH, uma vez que o único recurso utilizado foi uma fotografia – que também é utilizada no impresso –, não trazendo assim nenhum recurso adicional para gerar engajamento com o conteúdo. Já em relação à interatividade, do mesmo modo que nas reportagens analisadas anteriormente, neste caso pode-se elencar a presença de hiperlinks e a possibilidade de comentários para a construção de uma comunidade virtual e fóruns de debates sobre o assunto.

## 6.8 REPORTAGEM/NOTÍCIA 8: “FARSUL MANIFESTA POSIÇÃO CONTRA AUMENTO DE ICMS E TRAZ PROPOSTA” – 18/11/2024

A oitava reportagem analisada também tem data de publicação no dia 18 de novembro de 2023, e é intitulada “*Farsul manifesta posição contra aumento de ICMS e traz proposta*”. A matéria em questão é apresentada de forma idêntica tanto na publicação digital quanto na impressa; os dois únicos recursos que são específicos na sua versão digital em GZH são a foto de capa e a linha de apoio – portanto, ausentes na publicação impressa.

**Tabela 8:** análise da notícia 8, do dia 18/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	Farsul manifesta posição contra aumento de ICMS e traz proposta	Farsul manifesta posição contra aumento de ICMS e traz proposta	Iguais, trazendo o cerne do assunto
<b>LINHA DE APOIO</b>	Para a entidade, a opção seria alterar o critério para o cálculo do rateio da arrecadação	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	Mais do que expressar a contrariedade e a preocupação com a proposta de aumento da alíquota do ICMS, a Federação da Agricultura (Farsul) finaliza sua nota sobre o tema apresentando uma alternativa à majoração. Para a entidade, que representa o setor considerado o motor da economia gaúcha, a opção seria trabalhar para que fosse feita uma modificação no texto da reforma, alterando o critério para o cálculo do rateio da arrecadação. O modelo que está no projeto aprovado tem sido o argumento para o acréscimo na tarifa já adotado por outros 16 Estados e o Distrito Federal.	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Idêntico	Idêntico	
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Multimedialidade; Interatividade;	Não apresenta	

Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.8.1 Título

Os títulos iguais poderiam nos apontar uma falta de adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos. Em contrapartida, como o título consegue trazer o cerne da informação desenvolvida na reportagem, e por esse motivo ele acaba atendendo bem as duas plataformas, captando assim o interesse do público.

**Figura 44:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 8, publicada em 18 de nov. 2023

TÍTULO GZH	TÍTULO ZH
<b>Farsul manifesta posição contra aumento de ICMS e traz proposta</b>	<b>Farsul manifesta posição contra aumento de ICMS e traz proposta</b>

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.8.2 Linha de apoio

Na reportagem digital, a linha de apoio complementa o título, podendo ser considerado um recurso bem utilizado e auxiliando a compreensão do conteúdo que será desenvolvido na reportagem. Avaliando como o consumo de notícias se dá no contexto online, é de extrema importância que o leitor possa compreender o máximo da informação e, ao mesmo tempo, desperte o interesse pela leitura mais aprofundada do conteúdo completo

**Figura 45:** linha de apoio da matéria 8 em GZH

Para a entidade, a opção seria alterar o critério para o cálculo do rateio da arrecadação

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.8.3 Lide

Nessa oitava reportagem analisada, o lide também não apresentou diferença em nenhum dos formatos; contudo, o modo como a informação foi construída objetivamente e contemplando um bloco de informação completo, este se mostrou plenamente adequado também na versão online. Isso porque é importante ter em mente que no ambiente digital é fundamental que o lide seja empregado para envolver

rapidamente o leitor; e, nesse sentido, torna-se imperativo fornecer informações cruciais que despertem o interesse pelo restante do conteúdo.

**Figura 46:** comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 8

### LIDE GZH

Mais do que expressar a contrariedade e a preocupação com a proposta de aumento da alíquota do ICMS, a **Federação da Agricultura (Farsul) finaliza sua nota sobre o tema apresentando uma alternativa à majoração.** Para a entidade, que representa o setor considerado o motor da economia gaúcha, **a opção seria trabalhar para que fosse feita uma modificação no texto da reforma, alterando o critério para o cálculo do rateio da arrecadação.** O modelo que está no projeto aprovado tem sido o argumento para o acréscimo na tarifa já adotado por outros 16 Estados e o Distrito Federal.

### LIDE ZH

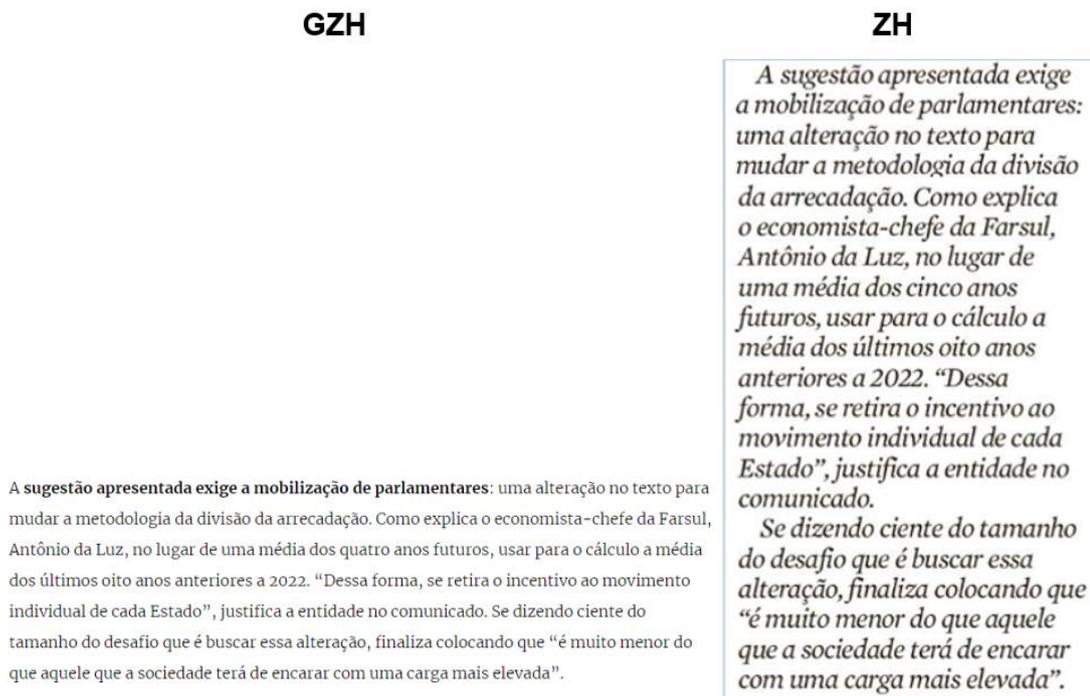
*Mais do que expressar a contrariedade e a preocupação com a proposta de aumento da alíquota do ICMS, a Federação da Agricultura (Farsul) finaliza sua nota sobre o tema apresentando alternativa à majoração. Para a entidade, que representa o setor considerado o motor da economia gaúcha, a opção seria trabalhar para que fosse feita modificação no texto da reforma, alterando o critério para o cálculo do rateio da arrecadação. O modelo que está no projeto aprovado tem sido o argumento para o acréscimo na tarifa já adotado por outros 16 Estados e o Distrito Federal.*

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

#### 6.8.4 Conteúdo

Não há diferença entre o texto presente na versão digital e na impressa da reportagem; entretanto, pode-se apontar uma alteração quanto ao número de parágrafos. Na versão digital, o texto foi dividido em cinco parágrafos, enquanto que na versão impressa o mesmo é distribuído em seis parágrafos; isso se deu pois, no caso da reportagem impressa, um trecho da matéria foi dividido em parágrafos diferentes, enquanto que no online o mesmo trecho se encontra no mesmo parágrafo.

**Figura 47:** diferenças entre a disposição do mesmo texto em parágrafos diferentes; à esq., na GZH; à dir. na versão impressa de ZH



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.8.5 Características do webjornalismo

No caso da oitava matéria analisada, percebe-se que a hipertextualidade foi muito bem empregada na construção de blocos de informações completos e concisos, permitindo que ao leitor a compreensão daquele conjunto de informações ao concluir a leitura do bloco. Em compensação, ao utilizar o recurso de hiperlink, em um deles não somos direcionados para uma matéria específica; mas sim para a parte de “últimas notícias” daquele tópico.

**Figura 48:** hiperlinks presentes na matéria 8. O primeiro direciona o leitor para o conteúdo à dir.

## HIPERLINK

O aumento de imposto traria um desafio extra após um 2023 em que trouxe o clima complicou os resultados do agro no Estado. Primeiro, em razão da [estiagem que afetou a produção de grãos de verão](#) e, agora, com o [excesso de chuva que prejudica a colheita de inverno](#). A preocupação com uma alíquota maior vai, no entanto, além do campo.

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Contudo, o segundo hiperlink, presente no trecho “excesso de chuva que prejudica a colheita de inverno”, direciona o leitor para uma matéria especificamente relacionada à questão, o que oportuniza ao leitor a construção do seu conhecimento e da informação, valorizando a interativa e o fluxo individual na busca por maiores detalhes, caso seja este assim desejo.

**Figura 49:** hiperlink presente na mesma reportagem 8, dessa vez direcionando o leitor a um conteúdo afim à matéria original

## HIPERLINK

O aumento de imposto traria um desafio extra após um 2023 em que trouxe o clima complicou os resultados do agro no Estado. Primeiro, em razão da [estiagem que afetou a produção de grãos de verão](#) e, agora, com o [excesso de chuva que prejudica a colheita de inverno](#). A preocupação com uma alíquota maior vai, no entanto, além do campo.

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

## DIRECIONAMENTO



## DIRECIONAMENTO

### Excesso de chuva faz números da safra de trigo encolherem 30,5% no RS

Dados divulgados nesta quinta-feira (09) pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) revisaram para baixo o tamanho da produção

Cabe destacar também que a característica da multimídia foi insuficientemente explorada nessa oitava matéria, uma vez que o único recurso utilizado foi uma fotografia, não trazendo nenhum recurso adicional para gerar uma

experiência multimídia mais completa – como, por exemplo, um gráfico interativo para explicação do modelo do cálculo do rateio. Assim, percebe-se nessa oitava matéria que a interatividade se apresenta aqui da mesma maneira que nas demais reportagens analisadas; ou seja, através dos hiperlinks e possibilidade de comentários para a construção de uma comunidade virtual e fóruns de debates sobre o assunto.

**Figura 50:** seção de comentários na matéria 8, no site GZH

**Todos os comentários** 3 Ordenar Por Mais novos ▾

---

– **Milos Quoos Silveira** há 3 dias  
Só a Farsul? Pelo que sei tds entidades empresariais do RS e centrais sindicais!

👍 Curtir 1    ↩ Responder    🚩 Denunciar

---

– **alexandre** há 3 dias  
Essa é a reforma tributária do PT.  
Fazer os estados subirem impostos.  
O povinho fez o L, é o que mais vai sofrer.

👍 Curtir    ↩ Responder    🚩 Denunciar

---

– **Fortunato dos Santos Oliveira** há 3 dias  
O governante sempre quer estar com o caixa do Estado cheio de dinheiro, nem que precise furar o bolso da sociedade, que vem muito mal das pernas, quando não é por causa das secas, é pela chuvarada. Quem se habilita para defendê-la?

👍 Curtir 1    ↩ Responder    🚩 Denunciar

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

## 6.9 REPORTAGEM/NOTÍCIA 9: “VÍDEO: CAMP NOU É ‘CORTADO’ AO MEIO; CONFIRA COMO SERÁ A OBRA DO ESTÁDIO DO BARÇA, QUE CUSTARÁ 1,5 BILHÃO DE EUROS” – 18/11/2024

A nona reportagem analisada é intitulada “*VÍDEO: Camp Nou é ‘cortado’ ao meio; confira como será a obra do estádio do Barça, que custará 1,5 bilhão de euros*”, também do dia 18 de novembro de 2023, e é apresentada de forma similar na publicação digital e na impressa. Isso porque, no conteúdo do impresso, nota-se a existência de dois subtítulos, os quais se propõem a orientar o leitor na compreensão de qual é a informação central daquele tópico – o que deixa a leitura mais fluída e a informação mais acessível.

**Tabela 9:** análise da notícia 9, do dia 18/11/2023

<b>ELEMENTOS</b>	<b>GZH</b>	<b>ZH</b>	<b>OBSERVAÇÃO</b>
<b>TÍTULO</b>	VÍDEO: Camp Nou é "cortado" ao meio; confira como será a obra do estádio do Barça, que custará 1,5 bilhão de euros	O novo Camp Nou toma forma	Diferentes trazendo justamente a informação da multimídia que o digital proporciona
<b>LINHA DE APOIO</b>	Obra deve ser totalmente finalizada em 2026, mas equipe já deve utilizar o campo no próximo ano	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	Imaginem pegar bolo de casamento, de três andares, e fatiá-lo de forma longitudinal. Deixar apenas a base. Foi algo parecido com isso que o Barcelona fez com o Camp Nou. Cortou-o ao meio para reconstruí-lo. Esse bolo de concreto sairá bem caro, 1,450 bilhão de euros. Ou R\$ 7,6 bilhões. Foi esse o valor que o Barça buscou com um grupo de 20 investidores, entre bancos e fundos. O plano é pagar a dívida em um período de 20 a 24 anos.	Idêntico	
<b>CONTEÚDO</b>	Similar	Similar	No impresso há dois subtítulos
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Multimídia;	Fotografia de capa	

Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.9.1 Título

Os títulos são diferentes já mostram logo de início a informação de multimídia que é possível encontrar no digital, indicando que há a presença de um vídeo na matéria – o que se configura como uma boa estratégia, podendo gerar engajamento do público através da curiosidade para assistir ao vídeo.

**Figura 51:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 9, publicada em 18 de nov. 2023



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.9.2 Linha de apoio

Na reportagem digital publicada por GZH, a linha de apoio empregada complementa o título, configurando como um recurso bem utilizado e que auxilia o leitor na compreensão do conteúdo que será desenvolvido na reportagem. Assim como em casos analisados anteriormente, esta estratégia está alinhada com o modo como se dá o consumo no contexto online; ou seja, torna-se fundamental que o leitor possa compreender o máximo da informação e, ao mesmo tempo, tenha despertado o interesse pela leitura mais aprofundada do conteúdo completo.

**Figura 52:** linha de apoio da matéria 9 em GZH

*Obra deve ser totalmente finalizada em 2026, mas equipe já deve utilizar o campo no próximo ano*

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.9.3 Lide

Na nova matéria em análise, o lide não apresentou diferença em nenhum dos formatos, sendo que a informação foi construída de forma clara e contendo o cerne da questão apresentada no título da reportagem. É importante ter em mente que no ambiente digital é importante usar o lide para envolver rapidamente o leitor e, para isso, torna-se necessário fornecer informações cruciais que despertem o interesse pelo restante do conteúdo. No entanto, há que se ressaltar que na versão impressa o lide se estende um pouco mais. Essa informação também consta na versão online, porém, no início do parágrafo seguinte.

**Figura 53:** comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 9

LIDE GZH	LIDE ZH
<p>Imagem pegar bolo de casamento, de três andares, e fatiá-lo de forma longitudinal. Deixar apenas a base. Foi algo parecido com isso que o Barcelona fez com o Estádio Camp Nou. Cortou-o ao meio para reconstruí-lo. Esse bolo de concreto sairá bem caro, 1,450 bilhão de euros. Ou R\$ 7,6 bilhões. Foi esse o valor que o Barça buscou com um grupo de 20 investidores, entre bancos e fundos. O plano é pagar a dívida em um período de 20 a 24 anos.</p>	<p>Imagem pegar um bolo de casamento, de três andares, e fatiá-lo de forma longitudinal. Deixar apenas a base. Foi algo parecido com isso que o Barcelona fez com o Estádio Camp Nou. Cortou-o ao meio para reconstruí-lo. Esse bolo de concreto sairá bem caro, 1,450 bilhão de euros. Ou R\$ 7,6 bilhões. Esse valor o Barça buscou com um grupo de 20 investidores, entre bancos e fundos. O plano é pagar a dívida em um período de 20 a 24 anos. Sabe aquela famosa frase “La garantía soy yo”?</p> <p>Pois foi essa a premissa usada pelo clube no mercado. Mesmo que tenha uma dívida de 552 milhões de euros, conforme o último balanço, ele convenceu os financiadores da obra a apostar no potencial econômico do novo Camp Nou para pagar essa dívida.</p>

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

#### 6.9.4 Conteúdo

O conteúdo do texto da reportagem foi escrito de forma similar tanto no impresso quanto no digital; a principal diferença aqui se encontra nos subtítulos, que são apresentados na versão impressa, enquanto que no online o texto consta de forma inteira.

**Figura 54:** diferenças entre a disposição dos conteúdos nas versões online (à esq.), e impresso (à dir.)

GZH	ZH
<p>serão de mais de 7%. Uma diferença, aparentemente, pequena, mas vira uma Catarata do Iguaçu quando se coloca sobre um montante de 1,45 bi de euros.</p> <p>Uma boa parte da receita prevista com o novo estádio virá das novas áreas VIPs e do serviço de hospitalidade. A estimativa é de 120 milhões de euros anuais em um serviço para empresas e milionários que circulam aqui lambidos pelo ar do Mediterrâneo e sob o sol de Barcelona.</p>	<p>do Iguaçu quando se coloca sobre um montante de 1,45 bi de euros.</p> <p><b>Receita</b></p> <p>Uma boa parte da receita prevista com o novo estádio virá das novas áreas VIPs e de hospitalidade. A estimativa é de 120 milhões</p>

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.9.5 Características do webjornalismo

A única característica identificada nessa reportagem foi o uso de recursos multimídia – até mesmo de forma inédita em comparação com todas as demais reportagens analisadas, com o uso do vídeo. Evidência disso é que essa informação foi incluída no título da matéria na sua versão online, objetivando despertar nos potenciais leitores um maior interesse pelo conteúdo. Além do vídeo, foi incluída também uma fotografia (a mesma utilizada na matéria impressa) no meio do texto da reportagem.

**Figura 55:** uso de recurso multimídia na versão online da matéria 9, em GZH.



O novo Camp Nou passará dos 99,3 mil lugares para 104,6 mil

Leonardo Oliveira / Agência RBS

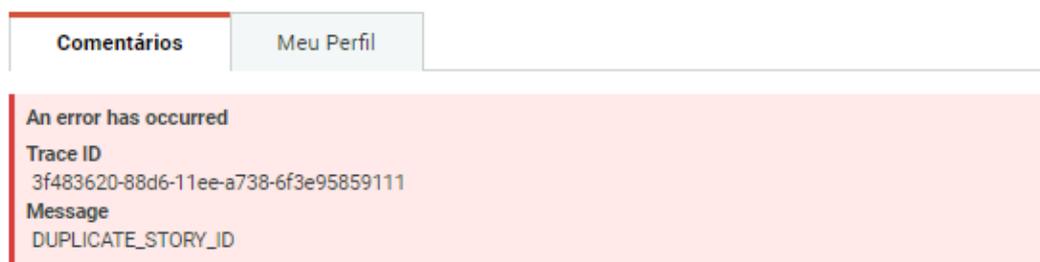
Na ve  
Tante  
tradu  
blaug  
hoje i  
conec

O nov

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Por outro lado, nenhum outro entre os recursos possíveis do webjornalismo foi utilizado na matéria: não há hiperlinks no texto para que o leitor navegue por entre outras pautas relacionadas; além disso, no dia em que coletamos a matéria, a parte de comentários aparentava estar desativada, não atendendo à característica da interatividade.

**Figura 56:** seção de comentários desativada na matéria 9, na versão online em GZH



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

## 6.10 REPORTAGEM/NOTÍCIA 10: “O QUE É ALOPECIA AREATA? VEJA CAUSAS E TRATAMENTOS RECOMENDADOS” – 18/11/2024

A décima reportagem analisada neste trabalho é intitulada “*O que é alopecia areata? Veja causas e tratamentos recomendados*”, também do dia 18 de novembro de 2023. Ela é apresentada de forma similar tanto na publicação digital quanto na sua versão impressa; porém, elas são construídas de formas diferentes. Assim, fica claro que na versão impressa se utiliza muito do recurso de diagramação; enquanto que na versão online foi utilizado o espaço mais amplo para aprofundamento do tema abordado de forma estratégica por meio de sua separação em subtítulos, deixando a informação mais organizada e de fácil compreensão.

**Tabela 10:** análise da notícia 10, do dia 18/11/2023

ELEMENTOS	GZH	ZH	OBSERVAÇÃO
<b>TÍTULO</b>	O que é alopecia areata? Veja causas e tratamentos recomendados	A alopecia areata	São similares, porém com estratégia distinta para cada ambiente de publicação.
<b>LINHA DE APOIO</b>	Fatores emocionais, traumas físicos e infecções podem desencadear ou agravar quadro	Não apresenta	Essa diferença mostra a adaptabilidade na apresentação da notícia de acordo

			com os diferentes meios de publicação.
<b>LIDE</b>	Silenciosa, a alopecia areata, doença inflamatória crônica que provoca a queda de cabelo em qualquer parte do corpo, acomete ambos os sexos e todas as idades e etnias. Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD), fatores emocionais, traumas físicos e quadros infecciosos podem desencadear ou agravar o quadro. A evolução não é previsível.	A alopecia areata é uma doença autoimune, ou seja, as células de defesa do organismo atacam o próprio corpo, neste caso, as células do folículo piloso, que produz a haste do pelo e do cabelo,	O lide é apresentado conforme a necessidade de cada meio e como o conteúdo vai ser desenvolvido
<b>CONTEÚDO</b>	Mais completo	Similar	A informação é a mesma, porém construída de forma diferente
<b>CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO</b>	Hipertextualidade; Multimedialidade; Interatividade;	Fotografia de capa;	

Fonte: elaborado pela autora (2023)

### 6.10.1 Título

Os títulos são similares; porém, evidenciam uma adaptação estratégica na apresentação da mesma matéria em ambientes distintos. No caso da matéria publicada online por GZH, o título é mais extenso (“*O que é alopecia areata? Veja causas e tratamentos recomendados*”), buscando fornecer detalhes sobre conteúdo que o leitor irá encontrar, bem como capturar o interesse imediato do público. Em contrapartida, já no meio impresso, com espaço mais limitado, o título opta por uma abordagem mais concisa (“*A alopecia areata*”), sugerindo uma narrativa intrigante para incentivar a leitura. Essa discrepância ressalta a necessidade de adaptação na escolha dos títulos, considerando as particularidades de cada meio e reconhecendo a importância de despertar interesse de acordo com as expectativas e comportamentos específicos do público em diferentes plataformas de consumo de notícias.

**Figura 57:** comparação entre os títulos das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 10, publicada em 18 de nov. 2023



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.10.2 Linha de apoio

Na reportagem digital, a linha de apoio é empregada de modo a complementar o título; identifica-se assim que o recurso foi bem utilizado, uma vez que auxilia a compreensão do leitor sobre o conteúdo que será desenvolvido na reportagem. Tal uso parece estar de acordo com as práticas consumo de notícias no contexto online, tornando-se de extrema importância que o leitor possa compreender o máximo da informação, e que também desperte o interesse pela leitura mais aprofundada do conteúdo completo.

**Figura 58:** linha de apoio da matéria 10 em GZH

Fatores emocionais, traumas físicos e infecções podem desencadear ou agravar o quadro

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

### 6.10.3 Lide

No caso da décima matéria analisada, percebe-se que os lides são construídos de formas diferentes; porém, sem que ocorra a perda da informação principal do conteúdo. Assim, isso só é possível porque as informações anteriormente fornecidas – ou seja, título e linha de apoio – são complementares à informação apresentada no lide. Essa adaptação do texto para cada meio de divulgação se adequou muito bem nesse caso, tendo em vista os recursos de informação e espaço utilizados nas duas publicações.

**Figura 59:** comparação entre os lides das versões online (GZH), à esq.; e na Zero Hora, à dir., da matéria 10

<b>LIDE GZH</b>	<b>LIDE ZH</b>
<p>Silenciosa, a alopecia areata, doença inflamatória crônica que provoca a queda de cabelo em qualquer parte do corpo, acomete ambos os sexos e todas as idades e etnias. Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD), fatores emocionais, traumas físicos e quadros infecciosos podem desencadear ou agravar o quadro. A evolução não é previsível.</p>	<p>.....</p> <p>* A alopecia areata é uma doença autoimune, ou seja, as células de defesa do organismo atacam o próprio corpo, neste caso, as células do folículo piloso, que produz a haste do pelo e do cabelo.</p> <p>* Pode ser desencadeada com fatores como o estresse e, diferentemente da alopecia androgenética, que é progressiva, a areata acontece de repente, é súbita.</p>

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

#### 6.10.4 Conteúdo

Na versão digital dessa reportagem, foi utilizado um espaçamento maior como recurso, de forma a desenvolver a informações de maneira mais completa, deixando o conteúdo mais claro e proporcionando uma experiência mais imersiva no assunto. Já no caso do impresso, o texto foi construído em blocos com subtítulos, deixando claro para o leitor o foco que ele irá encontrar em cada bloco.

**Figura 60:** diferenças entre a disposição dos conteúdos nas versões online (à esq.), e impresso (à dir.), na matéria 10

<b>GZH</b>	<b>ZH</b>
<p>perita colaborativa e informativa @dermatotalksbr e é membro da diretoria da regional do Rio Grande do Sul da SBD (SBD-RS).</p> <p><b>Sintomas</b></p> <p>O diagnóstico é clínico, e o único sintoma se refere à perda brusca de cabelos, única ou</p>	<p style="text-align: center;"><b>SINAIS DE ALERTA</b></p> <p>.....</p> <p>É normal perder de 50 a cem fios de cabelo por dia, algo fácil de se notar no banho ou sobre o travesseiro. Se você perceber aumento da queda, é preciso investigar as causas. Busque a orientação de um dermatologista para tirar dúvidas e, se necessário, dar início ao tratamento indicado o mais rapidamente possível.</p> <p>Preste atenção a fatores como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Diminuição do volume e da quantidade de cabelo na cabeça</li> <li>* Surgimento de placas (áreas) sem cabelo</li> <li>* Coceira, dor ou lesões (feridas, espinhas) no couro cabeludo</li> <li>* Áreas sem pelos na barba, nos cílios ou nas sobrancelhas</li> </ul>

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

#### 6.10.5 Características do webjornalismo

A hipertextualidade foi muito bem empregada na construção de blocos de informações completos e concisos, permitindo que o leitor tenha compreensão daquele conteúdo ao concluir a leitura de cada segmento. O recurso de hiperlink foi utilizado para que o leitor possa ser direcionado ao perfil do Instagram do DermaTalksBr, que foi a fonte utilizada para construção da informação na reportagem. A característica da multimídia é encontrada somente na fotografia de capa da matéria, que é a mesma utilizada na versão impressa.

**Figura 61:** foto que ilustra a matéria tanto na versão digital de GZH, quanto da impressa, de ZH



**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

Além disso, pode-se identificar também a interatividade pela existência de um campo de comentários, disponibilizado para que a comunidade virtual possa colaborar com *insights* e comentários sobre a matéria.

**Figura 62:** seção de comentários disponibilizado na matéria 10, na versão online em GZH

Comentários    Meu Perfil

Logado como  
Cláudio Polchowicz

As opiniões expressas nas seções de comentários deste site são responsabilidade de seus autores e não representam as opiniões de GZH, sua equipe ou colaboradores. Confira as nossas [diretrizes de comunidade](#) e, se identificar comentários que violem nossas regras e [termos de uso](#), denuncie.

Participe da conversa

ENVIAR

Todos os comentários 0    Ordenar Por Mais novos ▾

Ainda não há comentários. Seja o primeiro a comentar.

[Topo dos comentários](#)    [Topo do artigo](#)

**Fonte:** captura de tela realizada pela autora (2023)

A hipertextualidade, dentre as sete características do webjornalismo, destaca-se como a mais proeminente e bem empregada nas notícias veiculadas pelo portal digital GZH entre as reportagens analisadas. Esta dimensão impulsiona uma narrativa enriquecida por conexões dinâmicas de links, proporcionando aos leitores uma experiência informativa mais abrangente e interativa. Ao explorar essa característica, percebe-se uma integração eficaz de conteúdo relacionado, aprofundando o entendimento sobre os temas abordados.

A característica da memória também se destacou no jornal digital GZH, evidenciando uma abordagem estratégica na construção de conteúdo. A presença significativa de hiperlinks que direcionam para matérias relacionadas enriquece a narrativa ao fornecer acesso rápido e direto a informações históricas e contextualizações anteriores sobre o tema em questão. Essa prática valoriza a continuidade e a profundidade de cobertura jornalística, e também proporciona aos leitores uma compreensão mais abrangente, conectando eventos atuais e seus desdobramentos históricos. Assim, a memória não é apenas uma característica estática, mas sim uma ferramenta dinâmica que aprimora a experiência do usuário, ao explorar uma rede interligada de informações.

A característica da multimídia no portal GZH apresenta oportunidades para maior exploração, com apenas duas das dez matérias analisadas utilizando essa ferramenta de maneira mais elaborada. A maioria das reportagens se limita a incorporar uma fotografia na capa, deixando de explorar outras perspectivas que a multimídia oferece para enriquecer a experiência do usuário. A potencialidade dessa característica, que vai além da simples inclusão de imagens, poderia ser mais integralmente explorada, contribuindo para uma abordagem mais envolvente e alinhada com as expectativas contemporâneas de consumo de conteúdo online.

A instantaneidade e a ubiquidade apresentam desafios na identificação clara do portal GZH. Nem sempre é possível determinar o momento em que o assunto repercutiu, mas observou-se que todas as matérias online foram disponibilizadas um dia antes da versão impressa. No entanto, a presença do jornalismo cidadão, aspecto crucial da ubiquidade, não foi claramente identificada nas reportagens, deixando em aberto a participação do leitor na construção da narrativa jornalística. Essa falta de transparência quanto à influência do público destaca a necessidade de uma abordagem mais explícita sobre o papel dos cidadãos na produção de notícias online,

contribuindo para uma compreensão mais completa e participativa da narrativa jornalística contemporânea.

Por fim, a característica da interatividade revela-se na capacidade do leitor construir sua própria narrativa, ao navegar pelos hiperlinks disponibilizados, e ao deixar comentários na publicação digital. E a personalização, embora não seja uma opção viável dentro da matéria, destaca-se como uma ferramenta oferecida no site e aplicativo da GZH, enriquecendo a experiência do consumidor nesse cenário digital. Essas oportunidades para criar uma conexão mais significativa entre o conteúdo jornalístico e o público consumidor evidenciam a importância de estratégias interativas e personalizadas no webjornalismo.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a investigar e analisar as alterações no formato da notícia quando elas saem do meio impresso para o ambiente digital, investigando se o conceito de webjornalismo vem sendo empregado. O conceito de jornalismo pós-industrial, que teve suas raízes nas transformações da sociedade industrial, passou por uma notável evolução para se alinhar com as demandas do jornalismo contemporâneo no contexto digital. A transição para uma era pós-industrial impulsionada pela tecnologia redefiniu não apenas a produção, mas também a disseminação e o consumo de notícias. Nesse cenário, o jornalismo contemporâneo abraça as dinâmicas digitais, incorporando elementos como a instantaneidade, a participação do público e a convergência de mídia. A interseção entre o jornalismo pós-industrial e a era digital moldou a paisagem informativa em constante evolução, onde a adaptação a novas tecnologias e a compreensão das mudanças culturais tornam-se imperativas para a relevância e eficácia jornalística.

A atenção às características do webjornalismo, tais como a hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade, se torna assim fundamental para entender a dinâmica contemporânea do consumo de notícias. A hipertextualidade e a multimídia ampliam a profundidade da informação, enriquecendo a experiência do usuário com diferentes formas de conteúdo. A interatividade estabelece uma conexão mais direta entre o público e a notícia, transformando a passividade em participação ativa. A memória digital permite o acesso a um extenso arquivo de informações, proporcionando contexto histórico e informações relacionadas para uma compreensão mais informada da conjuntura. A instantaneidade atende à demanda por atualizações em tempo real, enquanto a personalização adapta as notícias aos interesses individuais. A ubiquidade assegura que as notícias estejam acessíveis em qualquer lugar e a qualquer momento. Em conjunto, essas características moldam uma experiência digital dinâmica e adaptativa, redefinindo a relação entre jornalistas, notícias e o público.

As experiências digitais na produção, construção e distribuição de notícias delineiam um cenário fascinante e complexo no jornalismo contemporâneo. Nesse ecossistema dinâmico, a agilidade na disseminação da informação, impulsionada por ferramentas digitais, redefine a narrativa jornalística. No entanto, essa transformação também introduz complexidades, como a necessidade de discernir entre notícias

confiáveis e desinformação. A interação entre produtores e consumidores de notícias, mediada por plataformas digitais, adiciona camadas de significado e personalização à experiência ao leitor. Ao mesmo tempo em que desafios éticos e de autenticidade surgem, as experiências digitais oferecem ao leitor acesso personalizado e dinâmico às notícias, ampliando a participação ativa na construção do conhecimento e promovendo uma compreensão mais profunda dos acontecimentos globais.

Nas análises realizadas, observou-se que nem sempre todas as características do webjornalismo são integralmente incorporadas às reportagens digitais. Apesar da presença notável de elementos como hipertextualidade, instantaneidade e memória, a implementação plena desses atributos se mostrou variável. Algumas reportagens privilegiam hipertextualidade, enquanto outras se destacam pela multimídia, mas nem todas usufruem dos recursos. Essa diversidade ressalta a complexidade do cenário jornalístico digital, indicando que a aplicação das características do webjornalismo é muitas vezes seletiva e depende do contexto editorial e temática. Essa constatação suscita reflexões sobre a busca contínua por um equilíbrio entre as diferentes dimensões do webjornalismo para otimizar a experiência do leitor.

Quanto ao ponto específico da personalização, observou-se que essa é uma opção configurável, tanto no site quanto no aplicativo da GZH. Contudo, é importante salientar que a análise comparativa da personalização dentro das matérias entre as versões digital e impressa apresentou desafios, porque a natureza estática do impresso não permite a implementação deste recurso de maneira direta, enquanto que o digital permite uma gama maior de opções personalizáveis para o leitor. Assim, a personalização emerge como uma característica somente do âmbito digital, revelando nuances importantes na adaptação das experiências jornalísticas para diferentes plataformas.

Também se identificou que o jornalismo cidadão, integrado à característica de ubiquidade, não é expressado de maneira clara nas reportagens digitais. A presença onipresente do conteúdo gerado por cidadãos em um mundo globalmente conectado não se refletiu de maneira explícita nas matérias analisadas. A análise sugere que, embora haja uma crescente demanda da participação cidadã na produção de notícias, a sua integração nas plataformas digitais demanda uma atenção mais cuidadosa, ou para destacar e compreender plenamente o papel dos cidadãos na narrativa jornalística contemporânea, ou para engajar os cidadãos a compartilharem materiais

relevantes sobre os acontecimentos em seus ambientes, promovendo uma construção mais colaborativa das narrativas jornalísticas.

Este estudo foi guiado por três objetivos específicos. Inicialmente, explorou-se a evolução do jornalismo no cenário pós-industrial, analisando as mudanças no paradigma da informação e a expansão dos formatos, assim como o novo modelo de negócios do jornalismo digital. Em segundo lugar, investigou-se as sete características que marcam o webjornalismo. Por fim, no terceiro objetivo, examinou-se para além dessas características, as experiências digitais na produção, construção e distribuição de notícias, considerando fatores como interatividade, instantaneidade e personalização, para se compreender os impactos na produção e consumo de notícias na era digital. O propósito fundamental é disponibilizar *insights* relevantes para profissionais de mídia e pesquisadores interessados nas dinâmicas do jornalismo contemporâneo.

Este estudo iniciou-se com as seguintes perguntas: *como a tradição jornalística consolidada na mídia impressa, que depende em grande parte de uma diagramação para estabelecer uma conexão eficaz entre o texto e o leitor, se adapta diante da ascensão da internet e da migração do conteúdo do jornal impresso para o ambiente digital? De que maneira as características do webjornalismo são empregadas, por quem desenvolve a notícia, para melhorar a experiência do usuário no ambiente digital?* Após essa análise, torna-se evidente que há uma certa adaptação do conteúdo ao migrar para o ambiente digital. No entanto, considerando todas as características do webjornalismo, é notável que ainda existem muitas oportunidades a serem exploradas. Estas têm o potencial de proporcionar uma experiência de consumo de notícias ainda mais aprimorada para o leitor, sugerindo um espaço vasto para inovação e desenvolvimento no cenário jornalístico digital.

Observou-se de forma geral a pouca exploração das características do webjornalismo na disposição do texto no ambiente digital. Compreendemos que a abordagem eficaz de um texto no impresso nem sempre se traduz da mesma forma para captar a atenção do leitor no ambiente digital. O grande volume de informações ao redor do conteúdo, incluindo publicidade, muitas vezes dispersa a atenção e torna a leitura um tanto desconfortável, contrastando com a experiência de leitura no meio impresso. Essa discrepância ressalta a importância de estratégias específicas para a apresentação de conteúdo online.

## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, C. W. Jornalismo pós-industrial – crises permanentes, turbulências constantes. **IHU-Online - Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, 2014. p. 8–11.

ANDRADE MARTINS, Gilberto. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [s. l.], v. 2, n. 2, p. 8–18, 2008.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI LabCom, 2014. p. 111–138.

BRASIL, Antonio. Telejornalismo pós-industrial: drones, ninjas e jornalismo imersivo. **IHU-Online - Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, 2014. p. 18–20.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI LabCom, 2014a. p. 3–25.

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

HENN, Ronaldo. Midiático por natureza: a construção do ciberacontecimento. **IHU-Online - Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, 2014. p. 15–17.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Suzana L. de Alexandria. - 2º ed. - São Paulo : Aleph, 2009.

LORENZ, Mirko. Personalização: análise aos 6 graus. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI LabCom, 2014. p. 137–158.

NUNES, Ricardo. **Notícia digital: processos de construção**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, , 2005. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/nunes-ricardo-processos-de-construcao.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2023.

PALACIOS, Marcos. Memória: jornalismo, memória e história na era digital. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI LabCom, 2014. p. 89–110.

PAVLIK, John W. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI LabCom, 2014. p. 159–184.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI LabCom, 2014. p. 53–88.

SALAVERRÍA, Ramon. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI LabCom, 2014. p. 25–52.

SANTAELLA, Lucia. Desafios da ubiquidade para a educação. *Revista Ensino Superior Unicamp*, Campinas, p. 19-28, 2013.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Luiz Martins da. Jornalismo, pós-jornalismo e protojornalismo: uma imprensa de múltiplas camadas. **IHU-Online - Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, 2014. p. 23–26.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

## ANEXO A – REPORTAGEM 1, DE 17/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rosane-de-oliveira/noticia/2023/11/ao-patrocinar-terceiro-aumento-de-impostos-leite-faz-manobra-arriscada-clp1r76tw005901705d3xnlnw.html>

PROJETO POLÊMICO / ANÁLISE

# Ao patrocinar terceiro aumento de impostos, Leite faz manobra arriscada

Elevação da alíquota do ICMS desagrada entidades empresariais, constrange aliados e robustece o discurso da oposição

16/11/2023 - 19h56min

COMPARTILHE:   

 **FÁBIO SCHAFFNER**  
[Enviar E-mail](#)



Leite apresentou justificativas para elevação do tributo em entrevista coletiva, nesta quinta-feira (16)  
 Gustavo Mansur / Palácio Piratini / Divulgação

*O jornalista Fábio Schaffner colabora com a colunista Rosane de Oliveira, titular deste espaço*

Condutor de reformas que exigiram complexa articulação política, **Eduardo Leite** navegava até então pela mais tranquila **pauta legislativa** de seus cinco anos de governo. Não havia no horizonte projetos polêmicos, votações difíceis, tampouco defecções na base parlamentar.

Tamanha calma era mera aparência. Nos gabinetes do Piratini vinha sendo gestada a mais indigesta das iniciativas governamentais: o **aumento de impostos**. Ao anunciar a intenção de **majorar a alíquota de ICMS**, Leite desagradou **entidades empresariais**, **constrange aliados** e robusteceu o discurso da oposição. Para além do contexto político, eleva o chamado **custo RS**, onera o sistema produtivo e, na ponta, **penaliza o contribuinte**, chamado a pagar a conta.

## EIA MAIS

Leite confirma envio de projeto que aumenta ICMS de 17% para 19,5%



Proposta de Leite para aumento do ICMS provoca desconforto entre aliados e núcleo da oposição



promessas de campanha que Leite quebrou



Leite usa como justificativa a redução de alíquotas imposta pelo Congresso ano passado e a **reforma tributária** em curso. Não deixa de ter razão, afinal as mudanças aprovadas no Senado **diminuem a receita do Estado**. Todavia, o texto ainda volta para a Câmara e está longe de ser definitivo.

Outra manobra arriscada é atribuir a iniciativa à ação conjunta dos três Estados do Sul. No Paraná, Ratinho Jr **subiu a alíquota para 19% em 2022**, portanto o desgaste é menor. Já em Santa Catarina não há garantia que Jorginho Mello irá cumprir o acordo. O governador ainda não está

convencido da majoração e seu secretário da Fazenda é contra. A assessores, Jorginho diz que estuda com quem brigar, se com o empresariado local ou com os colegas de Executivo.

Nos bastidores, há uma avaliação de que o tucano possa ter se precipitado, prescrevendo antibiótico antes da infecção surgir. Há ainda temor de colher um **desgaste** inaudito para quem tem **pretensões ambiciosas para 2026**. Ademais, se aprovado, será o terceiro aumento de impostos patrocinado pelo Leite — os anteriores foram em 2018 e 2020.

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&\\_gl=1\\*1q0b2gy\\*\\_gcl\\_au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/6](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&_gl=1*1q0b2gy*_gcl_au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/6)

ESTA PÁGINA CONTÉM INFORMAÇÃO E OPINIÃO

**POL**

Com Bruno Pancot | [bruno.pancot@rbs.com.br](mailto:bruno.pancot@rbs.com.br)

# Manobra arriscada

la Nacional

BS:

la arrecadação  
xida entre

ição federal (a  
3)

tribuição  
: patamar  
período est



GUSTAVO MARQUES, PALÁCIO PIATINI, DIVULGAÇÃO

*Conductor de reformas que exigiram complexa articulação política, Eduardo Leite navegava até então pela mais tranquila pauta legislativa de seus cinco anos de governo. Não havia no horizonte projetos polêmicos, votações difíceis, tampouco defecções na base parlamentar.*

*Tamanha calma era mera aparência. Nos gabinetes do Piratini vinha sendo gestada a mais indigesta das iniciativas governamentais: o aumento de impostos. Ao anunciar a intenção de majorar a alíquota de ICMS, Leite desagradou entidades empresariais,*

*Senado diminuem a receita do Estado. Todavia, o texto ainda volta para a Câmara e está longe de ser definitivo.*

*Outra manobra arriscada é atribuir a iniciativa a ação conjunta dos três Estados do Sul. No Paraná, Ratinho Jr. subiu a alíquota para 19% em 2022, portanto o desgaste é menor. Já em Santa Catarina não há garantia de que Jorginho Mello irá cumprir o acordo. O governador ainda não está convencido da majoração e seu secretário da Fazenda é contra. A assessores, Jorginho diz que estuda com quem brigar, se*

*constrange aliados e robustece o discurso da oposição. Para além do contexto político, eleva o chamado custo RS, onera o sistema produtivo e, na ponta, penaliza o contribuinte, chamado a pagar a conta.*

*Leite usa como justificativa a redução de alíquotas imposta pelo Congresso no ano passado e a reforma tributária em curso. Não deixa de ter razão, afinal as mudanças aprovadas no*

*com o empresariado local ou com os colegas de Executivo.*

*Nos bastidores, há uma avaliação de que o tucano possa ter se precipitado, prescrevendo antibiótico antes da infecção surgir. Há ainda temor de colher um desgaste inaudito para quem tem pretensões ambiciosas para 2026. Ademais, se aprovado, será o terceiro aumento de impostos patrocinado por Leite.*

---

## ANEXO B – REPORTAGEM 2, DE 17/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/marta-sfredo/noticia/2023/11/haddad-venceu-a-primeira-batalha-do-deficit-zero-tera-outras-pela-frente-clp1mmvs8005k017bhl73hbwp.html>

ECOS DO DISCURSO / ANÁLISE

# Haddad venceu a primeira batalha do déficit zero, terá outras pela frente

Não haverá revisão agora, mas ainda pode haver mudança até o final deste ano ou no início do próximo

16/11/2023 - 17h11min

COMPARTILHE:



MARTA SFREDO

[Enviar E-mail](#)

Afinal, **o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, venceu a primeira batalha para manter a meta de déficit zero** no orçamento de 2024. Parece que não estava mesmo "pregando no deserto".

Os **sinais dados discretamente ao mercado financeiro** se confirmaram, e a meta não vai mudar no primeiro round, o do encaminhamento do relatório do orçamento ao Congresso. Mas há outros pela frente: a conclusão de votação, até o final do ano, e a revisão prevista para março, só no horizonte mais próximo.

## EIA MAIS

nagem que deixa  
la mais incerto o  
ro da meta de  
icit zero



que mercado  
je mal a dúvida  
re déficit zero se  
jeta rombo para  
4



ddad parece  
frente de sua rede



Parte das armas para as próximas batalhas de Haddad estão na mesa: aprovar medidas que aumentem a arrecadação. Aqui e ali, no entanto, surgem vislumbres de que a equipe econômica estaria começando a prestar atenção na possibilidade de cortar despesas sem atropelar programas sociais nem esfriar a economia. Talvez seja um desafio ainda maior do que aprovar aumentos de impostos que, por mais justos que sejam, contrariam interesses.

la por ora", diz  
nomista após falar  
1 o ministro sobre  
icit zero



Haddad escolheu travar sua batalha silenciosamente. Não bateu de frente com colegas, muito menos com o "chefe", [o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que afirmou que a meta "não precisava ser zero"](#).

Nesta quinta-feira (18), quando enfim a meta foi oficialmente confirmada, o ministro das Relações Institucionais, Alexandre Padilha, compareceu com uma explicação sob medida para o episódio, duas semanas depois. Segundo Padilha, o que Lula quis dizer com esse trecho que ficou atravessado na garganta do mercado e de muitos economistas, seria apenas que existe uma margem de tolerância de 0,25 ponto percentual na meta fiscal.

É verdade, mas além desse trecho, o presidente também acrescentou um "se o Brasil tiver um déficit de 0,5%, o que é?" - sugerindo que mesmo se superasse a margem de tolerância, não faria diferença. Como a coluna já observou, o próprio mercado não prevê déficit zero, mas ao redor de 0,8%. Mas quer ver um governo determinado a impedir o aumento da dívida.

## As medidas de Haddad

- Taxação de apostas online
- Tributação de investimentos em offshores (paraísos fiscais)
- Cobrança dos fundos exclusivos (dos "super-ricos")
- Fim da extensão de benefícios estaduais a impostos federais (subvenções)
- Fim da distribuição de resultados pelo instrumento de juros sobre capital próprio (JCP), que tem menor cobrança de imposto

## O que é déficit zero e por que é importante

A meta de déficit zero adotada pelo Brasil é um compromisso relacionado ao chamado "resultado primário", Isso quer dizer que o governo não vai gastar mais do que arrecada, sem considerar as despesas com a dívida pública. Significa que, [ao não comprometer recursos que não tem \(o que significa, na prática, gastar mais do que arrecada\), não vai aumentar a dívida do Brasil](#). Ter déficit zero representa disposição de não elevar o já pesado endividamento público. Quanto maior a dívida, maior seu custo, o que dificulta a redução do juro.

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&\\_gl=1\\*1q0b2gy\\*\\_gcl\\_au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/13](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&_gl=1*1q0b2gy*_gcl_au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/13)

ESTA PÁGINA CONTÉM INFORMAÇÃO E OPINIÃO

+ ECONOMIA



MAR1

marta.sfr

Com Mathias Boni | mathias.boni@zerohora.com.br



# Haddad venceu primeira batalha, tem outras à frente

*Afinal, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, venceu a primeira batalha para manter a meta de déficit no orçamento de 2024. Parece que não estava mesmo “pregando no deserto”.*

*Os sinais dados discretamente ao mercado financeiro se confirmaram, e a meta não vai mudar no primeiro round, o do encaminhamento do relatório do orçamento ao Congresso. Mas há outros pela frente: a conclusão de votação, até o final do ano, e a revisão prevista para março, só no horizonte mais próximo.*

*Parte das armas para as próximas batalhas de Haddad estão na mesa: aprovar medidas que aumentem a arrecadação. Aqui e ali, no entanto, surgem vislumbres*

*de que a equipe econômica estaria começando a prestar atenção na possibilidade de cortar despesas sem atropelar programas sociais nem esfriar a economia. Talvez seja um desafio ainda maior do que aprovar aumentos de impostos que, por mais justos que sejam, contrariam interesses.*

*Haddad escolheu travar sua batalha em silêncio. Não bateu de frente com colegas, muito menos com o “chefe”, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva.*

*Ontem, quando enfim a meta foi oficialmente confirmada, o ministro das Relações Institucionais, Alexandre Padilha, compareceu com uma explicação sob medida para*

*o episódio, duas semanas depois. Segundo Padilha, o que Lula quis dizer com “a meta não precisa ser zero”, seria apenas que existe uma margem de tolerância de 0,25 ponto percentual na meta fiscal. Atribuiu a responsabilidade pela “confusão” à imprensa.*

*A parte da margem é verdade, mas além disso, o presidente acrescentou um “se o Brasil tiver um déficit de 0,5%, o que é?” – sugerindo que mesmo se a margem fosse ultrapassada, não faria diferença. Como a coluna já observou, o próprio mercado não prevê déficit zero, mas ao redor de 0,8%. Só quer ver um governo determinado a impedir o aumento da dívida.*

**GZH**  
 Leia outras  
 colunas em  
[gzh.com.br/  
 martasfredo](https://gzh.com.br/martasfredo)

## ANEXO C – REPORTAGEM 3, DE 17/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/gisele-loeblein/noticia/2023/11/arremesso-de-espiga-de-milho-carrinho-de-mao-e-mais-conheca-as-provas-dos-jogos-rurais-no-rs-clp1n1cl1002m01268govksqd.html>

"OLIMPIÁDA" DO AGRO / NOTÍCIA

# Arremesso de espiga de milho, carrinho de mão e mais: conheça as provas dos jogos rurais no RS

Com final em Porto Alegre, competição organizada pelo Senar -RS começou nesta semana e tem nova etapa marcada para esta sexta-feira, em Palmeira das Missões

16/11/2023 - 19h00min  
Atualizada em 16/11/2023 - 20h36min

COMPARTILHE



CAROLINA PASTL

[Enviar E-mail](#)

*A jornalista Carolina Pastl colabora com a colunista Gisele Loeblein, titular deste espaço.*



Arremesso de espiga de milho no balaio é uma das provas desta edição dos jogos rurais

Davi Almeida / Divulgação

1 / 4



Arremesso de espiga de milho no cesto e carrinho de mão são algumas brincadeiras de muitas crianças no campo e que, a partir desta semana, se transformaram em verdadeiras modalidades esportivas no interior do Estado. É na **segunda edição dos jogos rurais**, organizada pelo Senar-RS, uma espécie de olimpíada do agro. Reunindo **2,2 mil jovens em cinco provas**, a competição começou em Sobradinho, terá final em Porto Alegre e a próxima etapa nesta sexta-feira (17), em Palmeira das Missões.

Há mais de 10 anos na coordenação da promoção social do Senar-RS, a pedagoga Sandra Catarina Vieira explica que a iniciativa busca **auxiliar no desenvolvimento educacional, social e de saúde das pessoas do campo**. Com professores e familiares na torcida, as crianças e adolescentes de 11 a 16 anos competem em provas relacionadas ao contexto rural. Entre as modalidades estão o arremesso de espiga de milho no cesto, a corrida de saco, o tiro ao alvo com estilingue e o cabo de guerra.

— Nós também inserimos o jogo de xadrez, por exemplo, e o dominó para desenvolver habilidades de raciocínio lógico, de tomada de decisão e de paciência. Porque, dentro do contexto de **sucessão familiar**, são necessárias para os jovens conseguirem desempenhar atividades práticas do campo — acrescenta Sandra.

## LEIA MAIS

iniciativa inédita traz crianças de ruguaiana para conhecerem a xpointer



arceria entre cooperativa e refeitura leva orgânicos à merenda escolar em Santa Cruz do Sul



aculdade de agronomia da UFRGS completa 125 anos de história, pesquisa e educação



Das 468 crianças e adolescentes que participaram dos jogos rurais no município de Sobradinho, o primeiro lugar na prova de arremesso de espiga de milho ficou com o filho de produtores rurais Junior Michel Vieira da Silva, de 13 anos. Aluno em Passa Sete, Junior conta que usou da sua calma e concentração para vencer a modalidade.

— Sou bom de mira e jogo bocha — detalha o jovem.

Classificado para a final em Porto Alegre no próximo dia 2, ele diz ainda que está alegre, mas também ansioso:

— Acho que vai ficar mais difícil. Estou treinando em casa diariamente.

Patrocinados pelo Senar-RS a partir da contratação de uma equipe do SESC, os jogos rurais deste ano têm quatro etapas regionais (em Sobradinho, Palmeira das Missões, Pelotas e Glorinha) e a final (em Porto Alegre). Nesses dias de competição, os **2,2 mil jovens passam o dia competindo e recebem alimentação de manhã, no horário do almoço e à tarde.**

— Ficam o dia inteiro com a gente — frisa Sandra.

Quem fica em primeiro, segundo e terceiro lugar de cada modalidade se classifica para a final. Além de medalhas, os jovens também concorrem a um troféu. A inscrição para participar foi feita por meio de uma parceria entre os Sindicatos Rurais e as prefeituras da região.

Para os próximos anos, a ideia é aumentar ainda mais a competição, projeta a coordenadora do Senar-RS:

— Daqui a pouco ampliar essa oportunidade regional e trazer também para final um ainda público maior de crianças e adolescentes.

### **Confira as próximas etapas dos jogos rurais:**

**17/11:** Palmeira das Missões - no Parque de Exposições Telmo José Schardong - Ginásio Crispin Miranda (Av. Independência, 500)

**21/11:** Pelotas - no Parque de Exposições da Associação Rural de Pelotas (Av. Fernando Osório, 1754)

**24/11:** Glorinha - no Glorinha Futebol Clube (Av. Dr. Pompílio Gomes, 23360)

**02/12:** Porto Alegre (**final**) - no SESC Protásio Alves (Av. Protásio Alves, 6220 - Petrópolis)

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&\\_gl=1\\*1q0b2gy\\*\\_gcl\\_au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/14](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&_gl=1*1q0b2gy*_gcl_au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/14)

ZERO HORA, SEXTA-FEIRA, 17 DE NOVEMBRO DE 2023 15

**LOEBLEIN**

lein@zerohora.com.br

## Olimpíadas do agro



Arremesso de espiga de milho no cesto e carrinho de mão são algumas brincadeiras de muitas crianças no campo e que, a partir desta semana, se transformaram em verdadeiras modalidades

cesto, a corrida de saco e o tiro ao alvo com estilingue (foto).

– Nós também inserimos o jogo de xadrez e o dominó para desenvolver habilidades de raciocínio lógico e de paciência.

esportivas no interior do Estado. É na segunda edição dos jogos rurais, organizada pelo Senar-RS, uma espécie de olimpíada do agro. Reunindo 2,2 mil jovens em cinco provas, a competição começou em Sobradinho, terá a final em Porto Alegre e a próxima etapa hoje, em Palmeira das Missões.

Há mais de 10 anos na coordenação da promoção social do Senar-RS, a pedagoga Sandra Vieira explica que a iniciativa busca auxiliar no desenvolvimento educacional, social e de saúde das pessoas do campo. Com professores e familiares na torcida, as crianças e os adolescentes de 11 a 16 anos competem em provas relacionadas ao contexto rural. Entre as modalidades estão o arremesso de espiga de milho no

Porque, dentro do contexto de sucessão familiar, são necessárias para os jovens conseguirem desempenhar atividades do campo – acrescenta Sandra.

Das 468 crianças e adolescentes que participaram dos jogos rurais no município de Sobradinho, o primeiro lugar na prova de arremesso de espiga de milho ficou com Junior Michel Vieira da Silva, 13 anos, filho de produtores rurais. Aluno em Passa Sete, Junior conta que usou da sua calma e concentração para vencer a modalidade. Agora, classificado para a final na Capital, no dia 2, se diz alegre, mas também ansioso:

– Acho que ficará mais difícil. Estou treinando em casa.

Neste ano são quatro etapas regionais – Sobradinho, Palmeira das Missões, Pelotas e Glorinha – e a final.

---

## ANEXO D – REPORTAGEM 4, DO DIA 17/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/leonardo-oliveira/noticia/2023/11/do-que-o-gremio-precisa-para-melhorar-o-time-em-2024-clp1eicut00080170g2frd3uv.html>

AS LACUNAS DA EQUIPE / OPINIÃO

# Do que o Grêmio precisa para melhorar o time em 2024

Régua estará alta na temporada que vem por conta da Libertadores

17/11/2023 - 08h00min

COMPARTILHE



LEONARDO OLIVEIRA

[Enviar E-mail](#)



Villasanti (E) e Suárez (D) são destaques do Grêmio na temporada.

André Ávila / Agência RBS

**O Grêmio mantém o mesmo comando no futebol para 2024**, o que é uma vantagem.

Antônio Brum mostrou-se sagaz e conseguiu liderar, com Renato, a volta por cima do time em um momento de crise, recolocando-o nos trilhos a partir da vitória sobre o Flamengo, no Brasileirão. O fim de temporada, porém, apresenta novo desafio, o de preencher lacunas do grupo e revisar algumas nomes.

Por posições, a coluna aponta algumas que precisarão estar na lista de compras do Grêmio para o ano que vem. Antes, é preciso frisar que **nove jogadores têm contrato se encerrando** em 31 de dezembro: **Caíque, Geromel, Bruno Alves, Bruno Uvini, Joao Pedro, André Henrique, Galdino, Gustavinho e Luan.**

## EIA MAIS

Grêmio tem nove jogadores com contrato até o fim do ano; veja lista



Grêmio supera histórico de anos de títulos



Grêmio não detecta lesão e Kannemann tá liberado para encarar o Atlético-MG



## Goleiros

O Grêmio precisa, sim, encorpar a posição. Há Grando, ainda em fase de afirmação, e Caíque, que foi testado somente em um jogo. **Um nome mais rodado será bem-vindo.**

## Laterais

João Pedro tem contrato até o fim do ano e foi uma aposta que deu certo. Fábio, no entanto, nunca conseguiu superar problemas físicos. **Um outro lateral-direito, com**

**capacidade para chegar e assumir posição, tem de estar no topo da lista.**

Na esquerda, Reinaldo tem contrato até o fim de 2024 e ainda há Cuiabano.

## Zagueiros

Aquí, talvez estejam as maiores dores de cabeça de Brum. **O contrato de Geromel termina em dezembro.** Fez apenas sete jogos. Iniciou o ano em recuperação de lesão no joelho e, quando voltou, sofreu com contusões. É um zagueiro histórico e que, inteiro, joga em alto nível. Porém, não será um jogador para atuar em todas as partidas.

**Kannemann** tem mais dois anos de vínculo. Os Brunos têm contrato se encerrando. Uvini deu boa resposta e tem custo baixo. Alves precisará revisar salário para ficar. Além disso, tem o fato de Gustavo Martins pedir passagem. Há ainda Rodrygo Ely. **Caso opte por liberar Geromel, será preciso buscar um zagueiro de primeiro nível.**



Geromel e Kannemann formam dupla na zaga Tricolor desde 2016.

Lucas Uebel / Grêmio

## Volantes

O primeiro passo é ampliar o contrato de Villasanti, que acaba no fim de 2024. O seguinte, livrar Carballo das dores pubianas. Isso se não chegar oferta por ele, valorizado pelas convocações de Bielsa. Pepê é nome certo e tem tudo para, sem lesões, ser o condutor do time.

Como alternativa, haverá Ronald. **É preciso buscar, pelo menos, mais um jogador que conecte que venha disputar lugar no time.** Os jovens Josué e Araújo ainda precisam de mais tempo. Mila só deve voltar no segundo semestre. Nathan até pode fazer essa função, mas falta-lhe dinâmica para conectar duas áreas.

## Meias e extremas

Há Cristaldo e Nathan, como meias. **Precisa de um jogador mais decisivo.** Nas extremas, **Ferreira** se recuperou nos últimos jogos, mas pode ser uma boa moeda de troca, caso o Grêmio opte colocá-lo no mercado. Nathan Fernandes e Besozzi estão em evolução ainda. O que deixa clara a **necessidade de ir ao mercado e buscar jogadores afirmados.** Dois, pelo menos.

A régua de 2024 terá Libertadores. Galdino, pelo custo-benefício, ganhará novo contrato. Mas está longe de ser solução imediata. Jhonata Robert, depois de duas cirurgias no joelho, é uma incógnita.

## Centroavante

Assim como zagueiro e extremas, aqui estará a **grande lacuna do Grêmio.** A tendência é de Suárez se mudar para Miami. **Será preciso buscar um centroavante** de alto quilate, que ocupe rapidamente o lugar.

João Pedro Galvão tem contrato até julho apenas e não tem esse vulto. André Henrique é uma aposta que precisa ser mantida. Tem grande potencial.

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&\\_gl=1\\*1q0b2gy\\*\\_gcl\\_au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/31](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&_gl=1*1q0b2gy*_gcl_au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/31)

JORNADA ESPORTIVA ESTA PÁGINA CONTÉM INFORMAÇÃO E OPINIÃO



**BOLA DIVIDIDA**



**LEON**  
**DE BAI**  
leonardc  
@leonar

# A LISTA GREMISTA PARA 2024

O Grêmio mantém o mesmo comando no futebol para 2024, o que é uma vantagem. Antônio Brum mostrou-se sagaz e conseguiu liderar, com Renato, a volta por cima do time em um momento de crise, recolocando-o nos trilhos a partir da vitória sobre o Flamengo, no Brasileirão. O fim de temporada, porém, apresenta novo desafio, o de preencher lacunas do grupo e revisar alguns nomes.

Por posições, a coluna aponta algumas que precisarão estar na lista de compras do Grêmio para o ano que vem. Antes, é preciso frisar que nove jogadores têm contrato se encerrando em 31 de dezembro: Caíque, Geromel, Bruno Alves, Bruno Uvini, João Pedro, André Henrique, Galdino, Gustavinho e Luan.



Grêmio de Renato terá de se reforçar para a próxima temporada

## GOLEIROS

O Grêmio precisa, sim, encorpar a posição. Há Grando, ainda em fase de afirmação, e Caíque, testado somente em um jogo. Um nome mais rodado será

para atuar em todas as partidas.

Kannemann tem mais dois anos de vínculo. Os Brunos têm contrato se encerrando. Uvini deu boa resposta e tem custo baixo. Alves precisará revisar salário para ficar. Além

## MEIAS E EXTREMAS

Há Cristaldo e Nathan, como meias. Precisa de um jogador mais decisivo. Nas extremas, Ferreira se recuperou nos últimos jogos, mas pode ser uma boa moeda

bem-vindo.

## LATERAIS

João Pedro tem contrato até o fim do ano e foi uma aposta que deu certo. Fabio, no entanto, nunca conseguiu superar problemas físicos. Um outro lateral-direito, com capacidade para chegar e assumir posição, tem de estar no topo da lista. Na esquerda, Reinaldo tem contrato até o fim de 2024 e ainda há Cuiabano.

## ZAGUEIROS

Aqui talvez estejam as maiores dores de cabeça de Antônio Brum. O contrato de Geromel termina em dezembro. Ele fez apenas sete jogos na temporada. Iniciou o ano em recuperação de lesão no joelho e, quando voltou, sofreu com contusões. É um zagueiro histórico e que, inteiro, joga em alto nível. Porém, não será um jogador

disso, tem o fato de Gustavo Martins pedir passagem. Há ainda Rodrygo Ely. Caso opte por liberar Geromel, será preciso buscar um zagueiro de primeiro nível.

## VOLANTES

O primeiro passo é ampliar o contrato de Villasanti, que acaba no fim de 2024. O seguinte, livrar Carballo das dores pubianas. Isso se não chegar oferta por ele, valorizado pelas convocações de Bielsa. Pepê é nome certo e tem tudo para, sem lesões, ser o condutor do time.

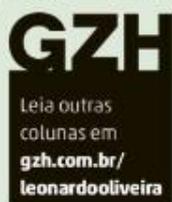
Como alternativa, haverá Ronald. É preciso buscar, pelo menos, mais um jogador que conecte que venha disputar lugar no time. Os jovens Josué e Araújo ainda precisam de mais tempo. Mila só deve voltar no segundo semestre. Nathan até pode fazer essa função, mas falta-lhe dinâmica para conectar duas áreas.

de troca, caso o Grêmio opte por colocá-lo no mercado. Nathan Fernandes e Besozzi estão em evolução ainda. O que deixa clara a necessidade de ir ao mercado e buscar jogadores afirmados. Dois, pelo menos.

A régua de 2024 terá Libertadores. Galdino, pelo custo-benefício, ganhará novo contrato. Mas está longe de ser solução imediata. Jhonata Robert, depois de duas cirurgias no joelho, é uma incógnita.

## CENTROAVANTE

Assim como zagueiro e extremas, aqui estará a grande lacuna do Grêmio. A tendência é de que Suárez vá se mudar para Miami. Será preciso buscar um centroavante de alto quilate, que ocupe rapidamente o lugar. João Pedro Galvão tem contrato apenas até julho e não tem esse tamanho. André Henrique é uma aposta que precisa ser mantida. Mostra grande potencial.



## ANEXO E – REPORTAGEM 5, DO DIA 17/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2023/11/encontrei-a-paz-na-simplicidade-na-gratidao-e-na-musica-diz-thiaguinho-que-canta-em-porto-alegre-clp017c9w003q013b8yiqqitv.html>

"TARDEZINHA" / NOTÍCIA

# "Encontrei a paz na simplicidade, na gratidão e na música", diz Thiaguinho, que canta em Porto Alegre

Pagodeiro faz o seu megashow de mais de seis horas neste sábado no Estádio Beira-Rio

16/11/2023 - 18h13min

COMPARTILHE:



CARLOS REDEL

Enviar E-mail



Thiaguinho desembarca em Porto Alegre para apresentar o show "Tardezinha" neste sábado no Estádio Beira-Rio.

Bruno Soares / Divulgação

Os fãs porto-alegrenses de Thiaguinho já não aguentam mais se sentir vivendo a música

*Falta Você*: "Falta de tudo, não sei de nada/ É só trabalho, volto pra casa/ Não tem você, falta



Gigantes do Churrasco ajudou a cons...

contado produção  
RBS Iron  
Studio

## MAIS L

PERMUTA

Um grande negociante agita os bastidores do Grêmio

NO GLOBOPLAY

Diretor de "Vale a Pena por Você", série documental sobre o bicho, relata desafios da produção

você". Mas, finalmente, a espera acabou, e essa falta vai ser suprida. **O pagodeiro traz a sua *Tardezinha* para a Capital neste sábado (18), no [Estádio Beira-Rio](#), com os portões sendo abertos às 14h e o show se iniciando às 17h — a festa vai até as 23h30min.**

---

A ansiedade pela apresentação começou há mais de ano, em 1º de novembro de 2022, quando foi anunciado que Porto Alegre receberia o megashow, que dura mais de seis horas. Os ingressos foram sendo vendidos como água, com os lotes virando rapidamente e setores sendo esgotados. Atualmente, há entradas apenas para a arquibancada inferior, em quarto lote, e premium open bar, em sétimo. Ou seja, é melhor correr para conseguir participar.

O evento, que teve a sua primeira edição em 2016, tornou-se um fenômeno de popularidade e vem arrastando multidões pelo Brasil — já soma quase um milhão de espectadores que viveram a *Tardezinha* com o pagodeiro paulista. Mas o que explica todo este sucesso? Para Thiaguinho, a resposta é simples e tem duas palavras: carinho e envolvimento.

## EIA MAIS

Aspas da Língua se unem para revisitar o legado pop no festival Turá



Fly anuncia shows Brasil em 2024: "o poderíamos ser mais animados"



— Acredito que as pessoas se identificam com a energia positiva e a celebração da música. É uma energia inexplicável ver o público cantando as músicas junto com a gente — explica o músico para **GZH**, enaltecendo ainda as suas experiências na Capital: — Porto Alegre é sempre especial. Sou recebido com muito carinho, e a energia da cidade é contagiante. A cultura e a paixão pela música por parte das pessoas me encantam.

Segundo Thiaguinho, o público gaúcho não vai deixar de ouvir os seus pagodes favoritos, com hits que marcaram épocas distintas. Porém, ele não especifica quais músicas serão cantadas em *Tardezinha* — só é possível garantir que serão muitas, afinal, são várias horas de show, em uma grande estrutura, com um palco 360º, tentando promover um contato maior entre o artista e os fãs.

— **Para aguentar essas horas todas da *Tardezinha*, mantenho uma rotina de exercícios e foco a alimentação.** O importante é estar preparado para dar o melhor para o público no palco — complementa o artista de 40 anos, respondendo como tem fôlego para um show tão desgastante fisicamente.

— Para aguentar essas horas todas da *Tardezinha*, mantenho uma rotina de exercícios e foco a alimentação. O importante é estar preparado para dar o melhor para o público no palco — complementa o artista de 40 anos, respondendo como tem fôlego para um show tão desgastante fisicamente.

Uma dúvida que permeia os fãs é: quem serão os convidados da *Tardezinha*? Nomes como Péricles, Iza, Rodriguinho, Alexandre Pires, Belo, Ferrugem e Ludmilla já subiram ao palco para cantar com Thiaguinho por onde o evento passou. Porém, ao ser questionado sobre quem viria para a edição de Porto Alegre, o pagodeiro prefere manter o mistério:

— As participações especiais na *Tardezinha* são surpresas, mas sempre trazemos artistas talentosos que complementam a festa. Em Porto Alegre, será especial. Aguardem.

## "Ainda tenho muitos sonhos na carreira", diz Thiaguinho

Com 20 anos de carreira recém completados, Thiaguinho está em uma fase de alegrias. Fazendo sucesso na música, [figurando na lista de bilionários da Forbes](#) e vivendo a sorte de um amor tranquilo, ele acredita que todo este momento positivo é oriundo do amor pela música e, principalmente, da boa relação dele com o seu público.



Thiaguinho diz que pretende explorar novos estilos e continuar se reinventando.

— Encontrei a paz na simplicidade, na gratidão e na música. A conexão com os fãs e o amor pelo que faço são fundamentais para essa tranquilidade — ressalta o músico, explicando a sua fama de ser um cara sossegado, de bem com a vida.

Mesmo estando no auge, em um patamar invejável, garante:

— **Ainda tenho muitos sonhos na carreira. Pretendo explorar novos estilos e continuar me reinventando.** É cedo para falar das novidades, mas uma coisa é certa: os próximos projetos incluem muita música brasileira e surpresas para os fãs. Estou sempre buscando inovar e levar o melhor para o público.

entrevista com Thiago e Thiago e Thiago

Por falar em entregar o que os fãs querem, Thiaguinho responde a **GZH** sobre um possível projeto futuro com o Exaltasamba — grupo que ele integrou de 2003 a 2012 — neste momento em que existe todo um *hype* em cima de reencontros de grupos históricos.

— **Nunca se sabe o futuro. Seria maravilhoso lembrar os bons momentos, mas por enquanto estou focado no presente** — diz Thiaguinho, deixando um fio de esperança para quem aguarda este retorno.

## Thiaguinho em "Tardezinha"

- Neste sábado (18), com abertura dos portões às 14h e show começando às 17h, no Estádio Beira-Rio (Av. Padre Cacique, 891, bairro Praia de Belas), em Porto Alegre.
- **Ingressos** a R\$ 150 (arquibancada inferior, em quarto lote, inteira) e R\$ 600 (premium open bar, em sétimo lote, inteira), à venda na plataforma [Bilheteria Digital](#), com taxa.

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&\\_gl=1\\*1q0b2gy\\*\\_gcl\\_au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/37](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=202311169&_gl=1*1q0b2gy*_gcl_au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw.#page/37)

## SEGUNDO CADERNO

# Show de pagode para maratonar

Em "Tardezinha", Thiaguinho traz mais de seis horas de música

CARLOS REDEL  
carlos.redel@zerohora.com.br

Os fãs porto-alegrenses de Thiaguinho já não aguentam mais se sentir vivendo a música *Falta Você*. "Falta de tudo, não sei de nada/ É só trabalho, volto pra casa/ Não tem você, falta você". Mas, finalmente, a espera acabou, e essa falta vai ser suprida. O pagodeiro traz a sua *Tardezinha* para a Capital amanhã, no Estádio Beira-Rio, com os portões sendo abertos às 14h e o show se iniciando às 17h – a festa vai até às 23h30min.

A ansiedade pela apresentação começou há mais de ano, em 1º de novembro de 2022, quando foi anunciado que Porto Alegre receberia o megashow, que dura mais de seis horas. Os ingressos foram sendo vendidos como água,

seus pagodes favoritos, com hits que marcaram épocas distintas. Porém, ele não especifica quais músicas serão cantadas em *Tardezinha* – só é possível garantir que serão muitas, afinal, são várias horas de show, em uma grande estrutura, com um palco 360º, tentando promover um contato maior entre o artista e os fãs.

– Para aguentar essas horas todas da *Tardezinha*, mantenho uma rotina de exercícios e foco na alimentação. O importante é estar preparado para dar o melhor para o público no palco – complementa o artista de 40 anos.

Uma dúvida que permeia os fãs é: quem serão os convidados da *Tardezinha*? Nomes como Péricles, Iza, Rodriguinho, Alexandre Pires, Belo, Ferrugem e Ludmilla já subiram ao palco para cantar

ta de bilionários da Forbes e vivendo a sorte de um amor tranquilo, ele acredita que todo este momento positivo é oriundo do amor pela música e, principalmente, da boa relação dele com o público.

– Encontrei a paz na simplicidade, na gratidão e na música. A conexão com os fãs e o amor pelo que faço são fundamentais para essa tranquilidade – ressalta, explicando a sua fama de ser um cara sossegado, de bem com a vida. Mesmo estando no auge, em um patamar invejável, garante:

– Ainda tenho muitos sonhos na carreira. Pretendo explorar novos estilos e continuar me reinventando. É cedo pa-

com os lotes virando rapidamente e setores sendo esgotados. Até o fechamento do caderno, ainda havia entradas para a arquibancada inferior, em quarto lote, e premium open bar, em sétimo.

O evento, que teve a sua primeira edição em 2016, tornou-se um fenômeno de popularidade e vem arrastando multidões pelo Brasil – já soma quase um milhão de espectadores que viveram a *Tardezinha* com o pagodeiro paulista.

Mas o que explica todo este sucesso? Para Thiaguinho, a resposta é simples e tem duas palavras: carinho e envolvimento.

– Acredito que as pessoas se identificam com a energia positiva e a celebração da música. É uma energia inexplicável ver o público cantando as músicas junto com a gente – explica o músico, enaltecendo ainda as suas experiências na Capital: – Porto Alegre é sempre especial. Sou recebido com muito carinho, e a energia da cidade é contagiante. A cultura e a paixão pela música por parte das pessoas me encantam.

Segundo Thiaguinho, o público gaúcho não vai deixar de ouvir os

com Thiaguinho por onde o evento passou. Porém, ao ser questionado sobre quem viria para a edição de Porto Alegre, o pagodeiro prefere manter o mistério:

– As participações especiais são surpresas, mas sempre trazemos artistas talentosos que complementam a festa. Em Porto Alegre, será especial. Aguardem.

### Paz

Com 20 anos de carreira recém completados, Thiaguinho está em uma fase de alegrias. Fazendo sucesso na música, figurando na lis-

### Thiaguinho

**Amanhã**, com abertura dos portões às 14h e show a partir das 17h.

**Estádio Beira-Rio** (Av. Padre Cacique, 891 – Praia de Belas), em Porto Alegre.

**Ingressos** a R\$ 150 (arquibancada inferior, em quarto lote, inteiro) ou R\$ 600 (premium open bar, em sétimo lote, inteiro), à venda no site [bilheteriadigital.com](http://bilheteriadigital.com).

ra falar das novidades, mas uma coisa é certa: os próximos projetos incluem muita música brasileira e surpresas para os fãs. Estou sempre buscando inovar e levar o melhor para o público.

### Futuro

Por falar em entregar o que os fãs querem, Thiaguinho responde a ZH sobre um possível projeto futuro com o Exaltasamba – grupo que ele integrou de 2003 a 2012 – neste momento em que existe todo um hype em cima de reencontros de grupos históricos.

– Nunca se sabe o futuro. Seria maravilhoso relembrar os bons momentos, mas por enquanto estou focado no presente – diz Thiaguinho, deixando um fio de esperança para quem aguarda este retorno.

Cantor se apresenta amanhã no Estádio Beira-Rio

BRUNO SOARES, DIVULGAÇÃO, 10/22/09/2022

ZERO HORA, PORTO ALEGRE,  
SEXTA-FEIRA, 17 DE NOVEMBRO DE 2023

**GZH** Leia mais sobre música  
em [gzh.rs/musicazh](http://gzh.rs/musicazh)

.....

## ANEXO F – REPORTAGEM 6, DO DIA 18/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rosane-de-oliveira/noticia/2023/11/crece-oposicao-a-elevacao-do-icms-clp37cto7006w017052jbgt12.html>

MOMENTO DELICADO / ANÁLISE

# Cresce oposição à elevação do ICMS

Deputados da base reclamam da forma como o tema foi conduzido no governo

17/11/2023 - 19h39min  
Atualizada em 17/11/2023 - 19h40min

COMPARTILHE:

**FÁBIO SCHAFFNER**[Enviar E-mail](#)

Leite apresentou justificativa para aumento do ICMS em coletiva de imprensa, na quinta-feira (16)

Gustavo Mansur / Palácio Piratini/Divulgação

*O jornalista Fábio Schaffner colabora com a colunista Rosane de Oliveira, titular deste espaço*

A reação inicial ao projeto de **aumento do ICMS** expõe o momento mais delicado dos cinco anos de governo **Eduardo Leite**. Rechaçada em público por entidades empresariais e em privado por aliados políticos, a matéria enfrenta **resistências**.

Não bastasse o óbvio **incômodo** diante de pauta tão indigesta, os **deputados da base** reclamam da **forma como o tema foi conduzido** no governo, sem compartilhamento da situação fiscal, nem articulação prévia com a Assembleia.

Apesar da previsão de **déficit de R\$ 2,7 bilhões em 2024**, até então o Piratini sinalizava ter controle sobre as finanças, o que movia um **otimismo coletivo** para as **eleições** do ano que vem. Agora, tudo mudou. Os telefones dos deputados não param de tocar, com lideranças do setor produtivo **pressionando por voto contrário** ou retirada do projeto e os candidatos a prefeito temendo prejuízos eleitorais.

## LEIA MAIS

e aprovado, aumento  
o ICMS no RS  
começará a valer no  
final de março de 2024



o patrocinar terceiro  
umento de impostos,  
eite faz manobra  
riscada



etor produtivo  
aúcho reage contra  
roposta de aumento  
e impostos



Deflagrando uma ofensiva contra a medida, a **Federasul** convidou seis deputados para debater o tema na próxima quarta-feira (29), todos de perfil refratário à taxaço. No grupo, está o líder da oposição, Luiz Mainardi, do PT, partido raramente convidado para os eventos da entidade. Antes disso, na segunda-feira (27), Mainardi comanda entrevista coletiva na qual a bancada petista pretende fazer barulho contra o Piratini, com críticas ao **orçamento de 2024** e ao projeto do **ICMS**.

Na ala governista, a tentativa de **minimizar desgastes** move ações bem intencionadas, mas de difícil execução. O PP convocou para segunda-feira reunião com todos os deputados estaduais e federais na Assembleia. O objetivo é fazer um movimento de pressão para que a Câmara altere o texto da **reforma tributária**, evitando as perdas de arrecadação.

Pela redação atual, o bolo tributário será dividido entre os Estados obedecendo a geração individual de ICMS dos próximos cinco anos. Quem contribuir com 10%, por exemplo, receberá 10%. Como as alíquotas despencaram no ano passado por iniciativa do governo Bolsonaro, [17 governadores](#) já aumentaram a taxa, escapando de uma sangria maior ainda. A ideia do PP é alterar o período de cálculo, colocando como parâmetro os cinco anos progressivos, e não futuros, fórmula que manteria a receita equilibrada. A ideia é boa, difícil é formar maioria em Brasília.

Em meio à confusão, Leite sofreu uma defecção de peso. Embora tenha se comprometido a aumentar o ICMS com o Rio Grande do Sul e o Paraná, o governador de Santa Catarina, **Jorginho Melo** (PL), afirmou na sexta-feira que não vai majorar a alíquota:

— A sociedade me conhece. Sou avesso a aumento de tributo. Então, mesmo que tenha pressão, vai ficar Sudeste e Sul tudo com alíquota de 19,5% e Santa Catarina vai ficar com a sua (*de 17%*).

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&gl=1\\*vnexze\\* gcl au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/12](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&gl=1*vnexze* gcl au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/12)

## POLÍTICA + FÁBIO SCHAFFNER INTERINO

Com Bruno Pancot | [bruno.pancot@zerohora.com.br](mailto:bruno.pancot@zerohora.com.br)

[fabio.schaffner@zerohora.com.br](mailto:fabio.schaffner@zerohora.com.br)  
@Fabioschaffner

# Cresce oposição à elevação do ICMS

A reação inicial ao projeto de aumento do ICMS expõe o momento mais delicado dos cinco anos de governo Eduardo Leite. Rechaçada em público por entidades empresariais e em privado por aliados políticos, a matéria enfrenta resistências.

Não bastasse o óbvio incômodo diante de pauta tão indigesta, os deputados da base reclamam da forma como o tema foi conduzido no governo, sem compartilhamento da situação fiscal, nem articulação prévia com a Assembleia.

Apesar da previsão de déficit de R\$ 2,7 bilhões em 2024, até então o Piratini sinalizava ter controle sobre as finanças, o que movia um otimismo coletivo para as eleições do ano que vem. Agora, tudo mudou. Os telefones dos deputados

não param de tocar, com lideranças do setor produtivo pressionando por voto contrário ou retirada do projeto e os candidatos a prefeito temendo prejuízos eleitorais.

Deflagrando uma ofensiva contra a medida, a Federasul convidou seis deputados para debater o tema na próxima quarta-feira, todos de perfil refratário à taxaço. No grupo, está o líder da oposição, Luiz Mainardi, do PT, partido raramente convidado para os eventos da entidade. Antes disso, na segunda-feira, Mainardi comanda entrevista coletiva na qual a bancada petista pretende fazer barulho contra o Piratini, com críticas ao orçamento de 2024 e ao projeto do ICMS.

Na ala governista, a tentativa de minimizar desgastes move ações bem

intencionadas, mas de difícil execução. O PP convocou para segunda-feira reunião com todos os deputados estaduais e federais na Assembleia. O objetivo é fazer um movimento de pressão para que a Câmara altere o texto da reforma tributária, evitando as perdas de arrecadação.

Pela redação atual, o bolo tributário será dividido entre os Estados obedecendo a geração individual de ICMS dos próximos cinco anos. Quem contribuir com 10%, por exemplo, receberá 10%. Como as alíquotas despencaram no ano passado por iniciativa do governo Bolsonaro, 17 governadores já aumentaram a taxaço, escapando de uma sangria maior ainda. A ideia do PP é alterar o período de cálculo, colocando como parâmetro os cinco anos pregressos, e não

futuros, fórmula que manteria a receita equilibrada. A ideia é boa, difícil é formar maioria em Brasília.

Em meio à confusão, Leite sofreu uma defecção de peso. Embora tenha se comprometido a aumentar o ICMS com o Rio Grande do Sul e o Paraná, o governador de Santa Catarina, Jorginho Melo (PL), afirmou na sexta-feira que não vai majorar a alíquota:

– A sociedade me conhece. Sou avesso a aumento de tributo. Então, mesmo que tenha pressão, vai ficar Sudeste e Sul tudo com alíquota de 19,5% e Santa Catarina vai ficar com a sua (de 17%).

### GZH

Leia outras colunas em  
[gzh.com.br/rosanedeeoliveira](http://gzh.com.br/rosanedeeoliveira)

## ANEXO G – REPORTAGEM 7, DO DIA 18/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/marta-sfredo/noticia/2023/11/empreendedorismo-da-populacao-negra-e-essencial-para-reduzir-desigualdade-afirma-ceo-da-pretahub-clp1m5h07002501264xfq9ri5.html>

ESG NA PRÁTICA / NOTÍCIA

# "Empreendedorismo da população negra é essencial para reduzir desigualdade", afirma CEO da PretaHub

Adriana Barbosa criou a Feira Preta e se tornou uma das maiores referências entre empreendedores no Brasil

17/11/2023 - 15h00min  
Atualizada em 17/11/2023 - 16h11min

COMPARTILHE:   



MARTA SFREDO

[Enviar E-mail](#)

Adriana Barbosa é CEO da PretaHub e idealizadora do Instituto Feira Preta.  
Estúdio Evensen Photography / Preta Hub Divulgação

Adriana Barbosa se tornou uma das maiores referências sobre empreendedorismo negro no Brasil. CEO da plataforma [PretaHub](#), também foi idealizadora e preside o [Instituto Feira Preta](#), evento anual que ocorre desde 2002. Em 2020, foi reconhecida como a primeira mulher negra entre os Inovadores Sociais do Mundo no Ano, pelo Fórum Econômico Mundial, e, em 2022, considerada uma das 500 pessoas mais influentes da América Latina pela Bloomberg Linea. À coluna, Adriana falou sobre seu início como empreendedora, detalhou o processo de criação da Feira Preta e da PretaHub, e também pontuou alguns dos principais desafios para o fomento do empreendedorismo negro e feminino no Brasil. O assunto é obrigatório no [mês da consciência negra](#), mas necessário todos os dias no Brasil para superar a [insustentabilidade da economia que está entre as 10 maiores, mas tem uma das 10 maiores desigualdades no mundo](#).

### Qual foi a referência de outras mulheres da família na sua vida?

Venho de uma criação de mulheres negras, fui educada por bisavó, avó, mãe, e tive uma menina, então formamos cinco gerações de mulheres, e o fato de ter esse matriarcado determina muito do que faço hoje. Minha infância foi desprovida de recursos, mas muito abundante em afeto e carinho dessas mulheres. Nasci na cidade de São Paulo, sempre frequentei escolas públicas, e tenho uma memória muito afetiva de me relacionar com minhas primas, meninas da mesma idade, que também eram cuidadas por um ciclo de outras mulheres. Então, essa questão do feminino é muito forte para mim desde a infância, por uma ausência de homens e pela presença de muitas mulheres cuidando da família e da casa.

## EIA MAIS

Objeto de empreendedora que ajuda a levar a equidade racial aos negócios



Empresas têm de dar a resolver problemas da humanidade", diz líder escola de negócios



Aproximadamente 80% das empresas ainda não



### Quando e como o empreendedorismo entrou na sua vida?

Pelos 13, 14 anos, e pela minha bisavó, que era muito astuta. Já com mais de 80 anos, ela se preocupava com a nossa falta de dinheiro. Na época, a casa era sustentada pela minha mãe e pela minha avó, trabalhando no serviço doméstico, mas o dinheiro era muito escasso. Minha bisavó dizia que precisávamos cuidar da nossa avó, que ela precisava trabalhar menos, e começou a fazer coxinhas de galinha para

processo de adequar a PD, avalia especialista



vender. Eu e meu irmão vendíamos na rua, depois ela passou a fazer marmítas, as "quentinhas da dona Maria", para atender à vizinhança. Era semianalfabeta, sem ter nenhuma formação de negócios, mas sabia como precificar o produto, pois observava os preços das outras quentinhas da região. Mandava a gente fazer faixas e cartões para distribuir, pedia para deixar perto de obras, onde identificava que poderia formar seu público. Liderava a produção, mas cada um na família tinha uma função, quem atendia o telefone e pegava os pedidos, outro finalizava a marmíta, outra fazia a entrega. Tinha um olhar de 360° para esse empreendedorismo de necessidade.

### **Como surgiram a Feira Preta e a PretaHub e quais as dificuldades que você enfrentou?**

Frequentando as feiras de rua, onde eu vendia minhas roupas, comecei a ver que existia a oportunidade de criar uma feira tematizada de cultura negra, e a Feira Preta surgiu em 2002. No começo, a gente ia nas feiras de rua e perguntava para os coordenadores como eles faziam, para nos ensinar, mesmo. Depois, chegamos ao Sebrae, pegando livros na biblioteca, e lá conhecemos a Rede de Agentes Culturais (RAC), e fomos construindo o networking. Já com a parte técnica estruturada, começamos a pedir patrocínio. Tivemos apoio da revista Raça, que começava a falar sobre consumo da população negra, e da Unilever, que estava lançando produtos segmentados para a população negra no Brasil. Depois, conseguimos trazer Red Bull, a cerveja Xingu, e por aí vai. Em 2008, entrei para a Artemisia, que trabalhava com o conceito de empreendedorismo de impacto social, onde passei por incubação e aceleração, e recebemos um aporte de R\$ 40 mil. Passei por outras redes de incubação, a feira foi se desenvolvendo, até que em 2016 não reunimos a quantidade de público de que a gente precisava. Então, em 2017, criei a PretaHub, o que mudou tudo, pois passamos a pensar a feira em um modelo sistêmico, transformamos em festival.

**“Queremos fortalecer o campo econômico da população negra no Brasil, olhando para a economia**

#### **Quais são os projetos da PretaHub?**

Queremos fortalecer o campo econômico da população negra no Brasil, olhando para a economia do cuidado, a verde, a criativa, a solidária. Para isso, temos um desenho sistêmico. Temos produção de dados, com o Preta Dados, com pesquisas de empreendedorismo e

## ***para a economia do cuidado, a verde, a criativa, a solidária.***

consumo, as Casas Preta Hub, que são laboratórios de inovação social, espaços coletivos de economia criativa e de colaboração. Temos também o Afro Lab, programa de educação empreendedora, também com aceleração, incubação, rodadas de negócios, investimentos. Só nos últimos dois anos, investimos

cerca de R\$ 3 milhões em negócios liderados por população negra, sobretudo mulheres negras. Mantemos também o Pretas Potências, programa voltado à juventude negra, o Conversando a Gente se Aprende, nosso braço de consultoria sobre letramento e equidade racial para grandes empresas, o projeto Bioma Comunicação Ancestral, que é uma

plataforma com mapa de mais de 800 profissionais negros e indígenas que atuam no ecossistema de comunicação, além do festival Feira Preta, que ocorre uma vez por ano, e que em 2024 será no Parque Ibirapuera.

***A mobilidade social da população negra no país ocorre por duas perspectivas na lógica da inclusão produtiva, que é a empregabilidade ou o empreendedorismo.***

**Por que incentivar o empreendedorismo negro e na periferia em um país com grande potencial econômico mas também grande desigualdade, como o Brasil?**

O empreendedorismo da população negra é essencial para reduzir a desigualdade do Brasil, como o periférico, o da população LGBTQIA+ e da indígena. A mobilidade social da população negra no país ocorre por duas perspectivas na lógica da inclusão produtiva, que é a empregabilidade ou o empreendedorismo. No primeiro caso, o fenômeno dos negros em melhores posições no mercado de trabalho é mais recente, pois as cotas raciais, que potencializaram esse movimento, existem há cerca de 30 anos no Brasil, e boa parte do mercado de trabalho exige nível universitário. Então, a forma como a população negra se virou nos últimos anos foi pelo empreendedorismo, mas muito no empreendedorismo da necessidade, da sobrevivência. Nas principais pesquisas do segmento, a categoria microempreendedor individual tem maioria de população negra como empreendedora, só que apenas nessa categoria. Precisamos quebrar esse teto ainda associado à sobrevivência. Precisamos de estratégias de fomento e desenvolvimento do empreendedorismo negro em pequenas e médias empresas, precisamos ter mais negros com negócios produzindo em escala industrial para chegar a outro patamar. Precisamos da população preta com maior acesso a tecnologia, passar de fato pela transformação digital, infraestrutura tecnológica, além de acesso a crédito, criar um ambiente de desenvolvimento da população negra no Brasil. E eu só vejo isso a partir de políticas públicas, com a construção de uma legislação que reconheça e garanta essa forma de empreendedorismo com essas especificidades, e traga ações afirmativas para corrigir as distorções que temos hoje.

**\* Colaborou Mathias Boni**

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&\\_gl=1\\*vnexze\\*\\_gcl\\_au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/20](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&_gl=1*vnexze*_gcl_au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/20)

ZERO HORA, SÁBADO E DOMINGO, 18 E 19 DE NOVEMBRO DE 2023

16

## A SFREDO

jo@zerohora.com.br

### ENTREVISTA

**ADRIANA BARBOSA** CEO do Instituto Feira Preta

## “Empreendedorismo é essencial para reduzir a desigualdade”



*CEO da plataforma PretoHub, Adriana Barbosa se tornou referência no Brasil*

*em empreendedorismo negro. Preside o Instituto Feira Preta, evento anual que ocorre desde 2002. Em 2020, foi reconhecida como primeira mulher negra entre os Inovadores Sociais do Mundo no Ano, pelo Fórum Econômico Mundial, e, em 2022, considerada uma das 500 pessoas mais influentes da*

a ver que existia a oportunidade de criar uma feira de cultura negra, e a Feira Preta surgiu em 2002. No começo, a gente ia às feiras de rua e perguntava para os coordenadores como faziam, para nos ensinar, mesmo. Depois, chegamos ao Sebrae e conhecemos a Rede de Agentes Culturais (RAC). Já com a parte técnica estruturada, começamos a pedir patrocínio. Em 2008, entrei para a Artemisia, que trabalhava com empreendedorismo de impacto social, onde passei por incubação e aceleração, e recebemos um aporte de R\$ 40 mil. A feira foi se desenvolvendo, até que em 2016

*América Latina pela Bloomberg Linea. O assunto é obrigatório no mês da consciência negra, mas necessário todos os dias no Brasil para superar a insustentabilidade da economia que está entre as 10 maiores, mas tem uma das 10 maiores desigualdades no mundo.*

### **Quando e como o empreendedorismo entrou na sua vida?**

Pelos 13, 14 anos, e pela minha bisavó, que era muito astuta. Já com mais de 80 anos, ela se preocupava com a falta de dinheiro. Na época, a casa era sustentada pela minha mãe e pela minha avó, trabalhando no serviço doméstico. Minha bisavó dizia que a nossa avó precisava trabalhar menos e começou a fazer coxinhadas de galinha. Eu e meu irmão vendíamos na rua. Depois, passou a fazer marmitas para atender à vizinhança. Era semianalfabeta, sem formação em negócios, mas sabia como precificar o produto, observava os preços das outras quentinhas. Mandava a gente fazer faixas e cartões para distribuir, pedia para deixar perto de obras, onde poderia formar seu público. Liderava a produção, mas cada um na família tinha sua função:

um atendia o telefone e pegava os pedidos, outro finalizava a marmita, outra fazia a entrega. Tinha um olhar de 360° para esse empreendedorismo de necessidade.

### **Como surgiram a Feira Preta e a PretaHub e quais as dificuldades que você enfrentou?**

Frequentando as feiras de rua, onde eu vendia roupas, comecei

não reunimos a quantidade de público de que a gente precisava. Então, em 2017, criei a PretaHub, que passou a pensar a feira em modelo sistêmico, transformamos em festival.

### **Por que incentivar o empreendedorismo negro em um país com grande potencial econômico mas também grande desigualdade, como o Brasil?**

O empreendedorismo da população negra é essencial para reduzir a desigualdade do Brasil, como o periférico, o da população LGBTQ+ e da indígena. A mobilidade social da população negra no país ocorre por duas perspectivas na lógica da inclusão produtiva: a empregabilidade ou o empreendedorismo. No primeiro caso, o fenômeno dos negros em melhores posições no mercado de trabalho é mais recente, pois as cotas raciais, que potencializaram esse movimento, existem há cerca de 30 anos no Brasil, e boa parte do mercado de trabalho exige nível universitário. Então, a forma como a população negra se virou foi pelo empreendedorismo, mas no da necessidade, da sobrevivência. Nas principais pes-

quisas do segmento, a categoria microempreendedor individual tem maioria de população negra como empreendedora, só que apenas nessa categoria. Precisamos quebrar esse teto ainda associado à sobrevivência. Precisamos de fomento a pequenas e médias empresas, mais negros com negócios em escala industrial para chegar a outro patamar.

## ANEXO H – REPORTAGEM 8, DIA 18/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/gisele-loeblein/noticia/2023/11/farsul-manifesta-posicao-contr-aumento-de-icms-e-traz-proposta-clp35vf0z005y0126fgmpvi06.html>

REFORMA TRIBUTÁRIA / NOTÍCIA

## Farsul manifesta posição contra aumento de ICMS e traz proposta

Para a entidade, a opção seria alterar o critério para o cálculo do rateio da arrecadação

18/11/2023 - 14h46min

COMPARTILHE



GISELE LOEBLEIN

[Enviar E-mail](#)

O aumento de imposto traria um desafio extra após um 2023 em que trouxe o clima complicou os resultados do agro no Estado  
Tedeu Vilani / Agência RBS

Mais do que expressar a contrariedade e a preocupação com a proposta de aumento da alíquota do ICMS, a **Federação da Agricultura (Farsul)** finaliza sua nota sobre o tema **apresentando uma alternativa à majoração**. Para a entidade, que representa o setor considerado o motor da economia gaúcha, **a opção seria trabalhar para que fosse feita uma**

**modificação no texto da reforma, alterando o critério para o cálculo do rateio da arrecadação.** O modelo que está no projeto aprovado tem sido o argumento para o acréscimo na tarifa já adotado por outros 16 Estados e o Distrito Federal.

A **sugestão apresentada exige a mobilização de parlamentares:** uma alteração no texto para mudar a metodologia da divisão da arrecadação. Como explica o economista-chefe da Farsul, Antônio da Luz, no lugar de uma média dos quatro anos futuros, usar para o cálculo a média dos últimos oito anos anteriores a 2022. “Dessa forma, se retira o incentivo ao movimento individual de cada Estado”, justifica a entidade no comunicado. Se dizendo ciente do tamanho do desafio que é buscar essa alteração, finaliza colocando que “é muito menor do que aquele que a sociedade terá de encarar com uma carga mais elevada”.

## LEIA MAIS

Entenda em oito pontos o que muda com a reforma tributária



Os pontos em aberto que preocupam o agronegócio na discussão sobre a reforma tributária



O agronegócio coloca suas contribuições no debate da reforma tributária



O aumento de imposto traria um desafio extra após um 2023 em que trouxe o clima complicou os resultados do agro no Estado. Primeiro, em razão da [estiagem que afetou a produção de grãos de verão](#) e, agora, com o [excesso de chuva que prejudica a colheita de inverno](#). A preocupação com uma alíquota maior vai, no entanto, além do campo.

— Tudo que se comprar vai subir dois pontos percentuais e meio, porque o ICMS incide sobre tudo. Nossa vida vai ficar dois pontos percentuais mais cara — pontua Gedeão Pereira, presidente da Farsul.

As federações do Estado foram chamadas na quinta-feira para reunião com o governador para que a proposta do aumento de 17% para 19,5% fosse detalhada.

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&gl=1\\*vnexze\\* gcl au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/23](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&gl=1*vnexze* gcl au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/23)

## CAMPO E LAVOURA

Com Carolina Pastl | [carolina.pastl@zerohora.com.br](mailto:carolina.pastl@zerohora.com.br)



# Farsul manifesta posição contra aumento de ICMS e traz proposta

*Mais do que expressar a contrariedade e a preocupação com a proposta de aumento da alíquota do ICMS, a Federação da Agricultura (Farsul) finaliza sua nota sobre o tema apresentando alternativa à majoração. Para a entidade, que representa o setor considerado o motor da economia gaúcha, a opção seria trabalhar para que fosse feita modificação no texto da reforma, alterando o critério para o cálculo do rateio da arrecadação. O modelo que está no projeto aprovado tem sido o argumento para o acréscimo na tarifa já adotado por outros 16 Estados e o Distrito Federal.*

*A sugestão apresentada exige a mobilização de parlamentares: uma alteração no texto para mudar a metodologia da divisão*

*da arrecadação. Como explica o economista-chefe da Farsul, Antônio da Luz, no lugar de uma média dos cinco anos futuros, usar para o cálculo a média dos últimos oito anos anteriores a 2022. “Dessa forma, se retira o incentivo ao movimento individual de cada Estado”, justifica a entidade no comunicado.*

*Se dizendo ciente do tamanho do desafio que é buscar essa alteração, finaliza colocando que “é muito menor do que aquele que a sociedade terá de encarar com uma carga mais elevada”.*

*O aumento de imposto traria desafio extra após um 2023 em que o clima complicou os resultados do agro no Estado. Primeiro, em razão da estiagem que afetou a produção de grãos*

*de verão e, agora, com o excesso de chuva que prejudica a colheita de inverno. A preocupação com uma alíquota maior vai, no entanto, além do campo.*

*– Tudo que se comprar vai subir dois pontos percentuais e meio, porque o ICMS incide sobre tudo. Nossa vida vai ficar dois pontos percentuais mais cara – pontua Gedeão Pereira, presidente da Farsul.*

*As federações do Estado foram chamadas na quinta-feira para reunião com o governador para que a proposta do aumento de 17% para 19,5% fosse detalhada.*

**GZH** Leia outras colunas em [gzh.com.br/giseleloeblein](https://gzh.com.br/giseleloeblein)

## ANEXO I – REPORTAGEM 9, DIA 18/11/2023

Versão online disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/leonardo-oliveira/noticia/2023/11/video-camp-nou-e-cortado-ao-meio-confira-como-sera-a-obra-do-estadio-do-barca-que-custara-15-bilhao-de-euros-clp344vin005q013y700fca3v.html>

DIRETO DA CATALUNHA / NOTÍCIA

# VÍDEO: Camp Nou é "cortado" ao meio; confira como será a obra do estádio do Barça, que custará 1,5 bilhão de euros

Obra deve ser totalmente finalizada em 2026, mas equipe já deve utilizar o campo no próximo ano

17/11/2023 - 18h41min  
Atualizada em 17/11/2023 - 18h44min

COMPARTILHE:   

 **LEONARDO OLIVEIRA**  
Enviar E-mail



Imaginem pegar bolo de casamento, de três andares, e fatiá-lo de forma longitudinal. Deixar apenas a base. Foi algo parecido com isso que o Barcelona fez com o Camp Nou. Cortou-o ao meio para reconstruí-lo. Esse bolo de concreto sairá bem caro, 1,450 bilhão de euros. Ou R\$ 7,6 bilhões. Foi esse o valor que o Barça buscou com um grupo de 20 investidores, entre bancos e fundos. O plano é pagar a dívida em um período de 20 a 24 anos.



## MAIS LIDA

### CHUVA NO RS

RS tem rodovias bloqueadas após temporal: saiba quais são os pontos interrompidos

### NOVAS CHEIAS

Nível do Rio Taquari sobe e invade ruas de Muçum e Lajeado

Sabe aquela frase famosa, a "La garantía soy yo"? Pois foi usando essa premissa que o clube usou no mercado. **Mesmo que tenha uma dívida de 552 milhões de euros, conforme o último balanço, ele convenceu os financiadores da obra a apostar que o potencial econômico do novo Camp Nou pagará essa dívida.**

Papel Higiênico Mili Bianco  
Com 12 | Folha dupla | Neutro  
30 metros | Leve 12 pague 11

**R\$ 13,49 un.**

**LEVE 03 PAGUE 02**

NESTA PROMOÇÃO:

**R\$ 8,99 un.**

Ofertas válidas para 18/11/2023

PUBLICIDADE



O novo Camp Nou passará dos 99,3 mil lugares para 104,6 mil  
Leonardo Oliveira / Agência RBS

Na verdade, o projeto é muito mais do que o estádio. Tanto que seu batismo é Espai Barça (Espaço Barça, traduzindo do Catalão). Trata-se de uma Disneylândia blaugrana no bairro de Les Corts. É tudo o que tem hoje na órbita do estádio, só que modernizado e conectado com tecnologia de ponta.

**O novo Camp Nou passará dos 99,3 mil lugares para 104,6 mil. O plano é faturar 340 milhões de euros**

**anuais com o estádio.** Na temporada passada, a última do estádio velho, foram 121 milhões e mais de 1 milhão de ingressos vendidos. Será com essa receita que se pretende pagar o financiamento. Ele tem juros. Quando anunciou o projeto, o Barcelona disse que os lotes da dívida teriam, em média, correção de 5,53% ao ano. O jornal El Confidencial teve acesso ao contrato com os financiadores e revelou que não será bem assim. Os juros, em 70% da dívida, serão de mais de 7%. **Uma diferença, aparentemente, pequena, mas vira uma Catarata do Iguaçu quando se coloca sobre um montante de 1,45 bi de euros.**

Uma boa parte da receita prevista com o novo estádio virá das novas áreas VIPs e do serviço de hospitalidade. A estimativa é de 120 milhões de euros anuais em um serviço para empresas e milionários que circulam aqui lambidos pelo ar do Mediterrâneo e sob o sol de Barcelona. Não são poucos, se levarmos em conta a quantidade de iates que estão atracados no Porto Veill e no Porto Olímpico. É para buscar esse público e suas contas forradas que as áreas VIPs serão triplicadas no novo estádio. Haverá dois andares intermediários, entre o primeiro e o segundo anéis. Ali, **a experiência de se assistir a um jogo de futebol terá como marca o luxo e a privacidade.**

Afora o espaço VIP, o novo Camp Nou terá um megaespaço comercial em seu subsolo, com megaloja, restaurantes, cafés, espaços de lazer. **O Barça Imersive, o novo museu digitalizado aberto agora em junho, será plugado no estádio.** O museu do clube, aliás, é o mais visitado de Barcelona, isso numa cidade que tem Gaudí, Picasso, Miró, Salvador Dalí. Fora outros espaços generosos de arte e história, como o Museu de Arte da Catalunha, o CosmoCaixa e o Museu do Mar, para citar rapidamente alguns. Na temporada 2022/2023, o Museu deixou 39,9 milhões no caixa.

## VEJA MAIS

lateral paulista desconhecido no Brasil que encanta a Espanha



1 assisti a um Barcelona x Real Madrid



El Clásico de duas Espanhas



**A engenharia financeira, como se vê, está pronta.** O ponto, agora, é acelerar o ritmo da engenharia da obra. A construtora turma Lemak topou o desafio de entregar o estádio com 65% da capacidade das arquibancadas do primeiro e segundo anéis em novembro de 2024. Além disso, metade das áreas VIPs deverão estar prontas. O Barcelona pretende comemorar o Natal de 2024 na casa nova. A obra estará totalmente finalizada em 2026. Os turcos aceitaram o orçamento de 950 milhões para refazer o estádio e os prazos apertados como uma forma de entrar no mercado ocidental. Para entregar tudo, contam com um time de 2 mil

empregados na obra. Operários virão da Romênia, da Bulgária e da Turquia para reforçar as fileiras. O plano era trabalhar 24 horas, mas a legislação catalã proíbe.

**Quem mora perto Camp Nou ou passa com frequência por ali se espanta com a velocidade da reforma.** Assim como se impacta com a imagem de um estádio fatiado ao meio. Em um ano, no entanto, ele já terá feições novas. Em dois, contará com 90% da reforça concluída, megastore e restaurantes funcionando. Em menos de três, será entregue com ares de uma arena gigante, sustentável, coberto, sendo boa parte com 21 mil metros quadrados de placas solares, e ouvindo o caixa tilintar com os euros de fãs de todo o mundo ingressando em progressão geométrica. Afinal, **a garantia do Barça é ele mesmo, neste passo para se consolidar como uma Disney futeboleira.**

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&\\_gl=1\\*vnext\\*\\_gcl\\_au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/38](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&_gl=1*vnext*_gcl_au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/38)

JORNADA ESPORTIVA ESTA PÁGINA CONTÉM INFORMAÇÃO E OPINIÃO

ZERO HORA, SÁBADO E DOMINGO, 18 E 19 DE NOVEMBRO DE 2023 34

BOLA DIVIDIDA



LEONARDO OLIVEIRA

leonardo.oliveira@zerohora.com.br  
@leonardoliveira

# O NOVO CAMP NOU TOMA FORMA



O clube catalão pretende comemorar o Natal de 2024 na casa nova, que deve custar R\$ 7,6 bilhões

## HISTÓRICO ESTÁDIO DO BARCELONA ESTÁ SENDO AMPLIADO PARA SE TORNAR UMA ESPÉCIE DE DISNEYLÂNDIA DO FUTEBOL

Imaginem pegar um bolo de casamento, de três andares, e fatiá-lo de forma longitudinal. Deixar apenas a base. Foi algo parecido com isso que o Barcelona fez com o Estádio Camp Nou. Cortou-o ao meio para reconstruí-lo. Esse bolo de concreto sairá bem caro, 1,450 bilhão de euros. Ou R\$ 7,6 bilhões. Esse valor o Barça buscou com um grupo de 20 investidores, entre bancos e fundos. O plano é pagar a dívida em um período de 20 a 24 anos. Sabe aquela famosa frase "La garantía soy yo"?

Pois foi essa a premissa usada pelo clube no mercado. Mesmo que tenha uma dívida de 552 milhões de euros, conforme o último balanço, ele convenceu os financiadores da obra a apostar no potencial econômico do novo Camp Nou para pagar essa dívida.

Na verdade, o projeto é muito mais do que o estádio. Seu nome

de batismo é Espai Barça (Espaço Barça, traduzindo do Catalão) e se trata de uma Disneylândia blaugrana no bairro de Les Corts. É tudo o que há hoje na órbita do estádio, porém modernizado e conectado com tecnologia de ponta.

O novo Camp Nou passará dos 99,3 mil lugares para 104,6 mil. O plano é faturar 340 milhões de euros anuais com o estádio. Na temporada passada, a última do estádio velho, foram 121 milhões e mais de 1 milhão de ingressos vendidos. Será com essa receita o pagamento do financiamento. Ele tem juros. Quando anunciou o projeto, o Barcelona disse que os lotes da dívida teriam, em média, correção de 5,53% ao ano. O jornal El Confidencial teve acesso ao contrato com os financiadores e revelou valores diferentes. Os juros, em 70% da dívida, serão de mais de 7%. Uma diferença que parece

pequena, mas vira uma Catarata do Iguaçu quando se coloca sobre um montante de 1,45 bi de euros.

### Receita

Uma boa parte da receita prevista com o novo estádio virá das novas áreas VIPs e de hospitalidade. A estimativa é de 120 milhões de euros anuais em um serviço para empresas e milionários que circulam aqui lambidos pelo ar do Mediterrâneo e sob o sol de Barcelona. Não são poucos, se levamos em conta a quantidade de iates atracados no Porto Veill e no Porto Olímpico.

É para buscar esse público e suas contas forradas que as áreas VIPs serão triplicadas no novo estádio. Haverá dois andares intermediários, entre o primeiro e o segundo anéis. Ali, a experiência de se assistir a um jogo de futebol terá como marca o luxo e a privacidade.

Afora o espaço VIP, o novo Camp Nou contará com um mega espaço comercial em seu subsolo, com loja, restaurantes, cafés, espaços de lazer. O Barça Immersive, o novo

museu digitalizado aberto agora em junho, será plugado no estádio. O museu do clube, aliás, é o mais visitado de Barcelona, isso numa cidade que tem Gaudi, Picasso, Miró, Salvador Dali. Fora outros espaços generosos de arte e história, como o Museu de Arte da Cataluña, o CosmoCaixa e o Museu do Mar, para citar rapidamente alguns. Na temporada 2022/2023, o Museu deixou 39,9 milhões de euros no caixa.

### Entrega

A engenharia financeira, como se vê, está pronta. O ponto, agora, é acelerar o ritmo da engenharia da obra. A construtora turca Lemak topou o desafio de entregar o estádio com 65% da capacidade das arquibancadas do primeiro e segundo anéis em novembro de 2024. Além disso, metade das áreas VIPs deverão estar prontas. O Barcelona pretende comemorar o Natal de 2024 na casa nova. A obra estará totalmente finalizada em 2026.

Os turcos aceitaram o orçamento

de 950 milhões para refazer o estádio e os prazos apertados como uma forma de entrar no mercado ocidental. Para entregar tudo, contam com um time de 2 mil empregados na obra. Operários virão da Romênia, da Bulgária e da Turquia com o objetivo de reforçar as fileiras. O plano era trabalhar 24 horas, mas a legislação catalã proíbe.

Quem mora perto do Camp Nou ou passa com frequência por ali se espanta com a velocidade da reforma. Assim como se impacta com a imagem de um estádio fatiado ao meio. Em um ano, no entanto, ele já terá feições novas. Em dois, contará com 90% da reforma concluída, megastore e restaurantes funcionando.

Em menos de três anos, será entregue com ares de uma arena gigante, sustentável, coberto, sendo boa parte com 21 mil metros quadrados de placas solares, e ouvindo o caixa tilintar com os euros de fãs de todo o mundo ingressando em progressão geométrica. Afinal, a garantia do Barça é ele mesmo, neste caminho para se consolidar como uma Disney futebolista.

**GZH**  
Leia outras colunas em [gzh.com.br/leonardooliveira](http://gzh.com.br/leonardooliveira)

## ANEXO J – REPORTAGEM 10, DIA 18/11/2023

Versão online disponível em:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/noticia/2021/02/o-que-e-alopecia-areata-veja-causas-e-tratamentos-recomendados-ckkspjs700082017w1smuf3kr.html>

# O que é alopecia areata? Veja causas e tratamentos recomendados

Fatores emocionais, traumas físicos e infecções podem desencadear ou agravar o quadro

05/02/2021 - 16h59min  
Atualizada em 12/02/2021 - 12h24min

COMPARTILHE:



**ALINE CUSTÓDIO**

[Ver Perfil](#) [Enviar E-mail](#)



Principal sintoma se refere à perda brusca de cabelos, única ou múltipla  
Alex Papp / stock.adobe.com

Silenciosa, a alopecia areata, doença inflamatória crônica que provoca a queda de cabelo em qualquer parte do corpo, acomete ambos os sexos e todas as idades e etnias. Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD), fatores emocionais, traumas físicos e quadros infecciosos podem desencadear ou agravar o quadro. A evolução não é previsível.



## MAIS LIDAS

**CHUVA NO RS**  
RS tem rodovias bloqueadas após temporal: saiba quais são os pontos interrompidos

**NOVAS CHEIAS**  
Nível do Rio Taquari sobe e invade ruas de Muçum e Lajeado

**CHUVA INTENSA**  
Defesa Civil alerta sobre risco de

— Ela também afeta o crescimento das unhas. Alguns pacientes chegam a apresentar pequenos furos nas unhas, que acompanham a queda de cabelo. Além de afetar ambos os sexos, a alopecia areata atinge a qualidade de vida. Os homens costumam desenvolver as formas mais graves da doença — explica a dermatologista Clarissa Prati, que participa do perfil colaborativo e informativo [@dermatalksbr](#) e é membro da diretoria da regional do Rio Grande do Sul da SBD (SBD-RS).

## Sintomas

O diagnóstico é clínico, e o único sintoma se refere à perda brusca de cabelos, única ou múltipla. A forma mais comum é uma placa única, arredondada, que surge geralmente no couro cabeludo e na barba. A pele fica lisa e brilhante, e os pelos ao redor da placa saem facilmente se forem puxados. Os cabelos, quando renascem, podem ser brancos, voltando aos poucos à coloração anterior.

## LEIA MAIS

Brasil tem doses para acinar um quarto da população prioritária no primeiro trimestre



Vacina de Oxford é eficaz contra variante britânica do coronavírus, aponta estudo



Com nova remessa de doses, RS iniciará vacinação de idosos com mais de 85 anos



Outras doenças autoimunes podem acontecer em alguns pacientes, como vitiligo, problemas da tireoide e lúpus eritematoso. Portanto, é necessária a reavaliação de exames de sangue. Os especialistas alertam que o principal dano aos pacientes é o psicológico. Nos casos mais intensos, pode prejudicar a qualidade de vida.

## Tratamento

O tratamento visa controlar a doença, reduzir as falhas no cabelo e evitar que novas surjam. Pode ser realizado com medicações tópicas (aplicada diretamente em um ponto do corpo, em casa), com infiltração ou aplicação de medicações sobre a pele em procedimentos realizados em consultório. Em alguns casos, é necessário uso de medicação sistêmica (via oral), tanto corticosteroides quanto imunossupressores. O alerta da SBD é evitar a automedicação. A melhor opção de tratamento deve ser indicada pelo dermatologista, em conjunto com o paciente.

## Prevenção

Como as causas da doença são desconhecidas, não há formas de preveni-la. A SBD sugere algumas dicas:

- Reduza o estresse, pois as crises agudas de queda podem se associar a períodos críticos, tais como problemas no trabalho ou na família, mortes, cirurgias, acidentes etc.
- Procure se informar sobre a doença, pois ajuda a compreender a evolução e a reduzir a ansiedade.
- Para proteger a cabeça, invista em perucas, chapéus.

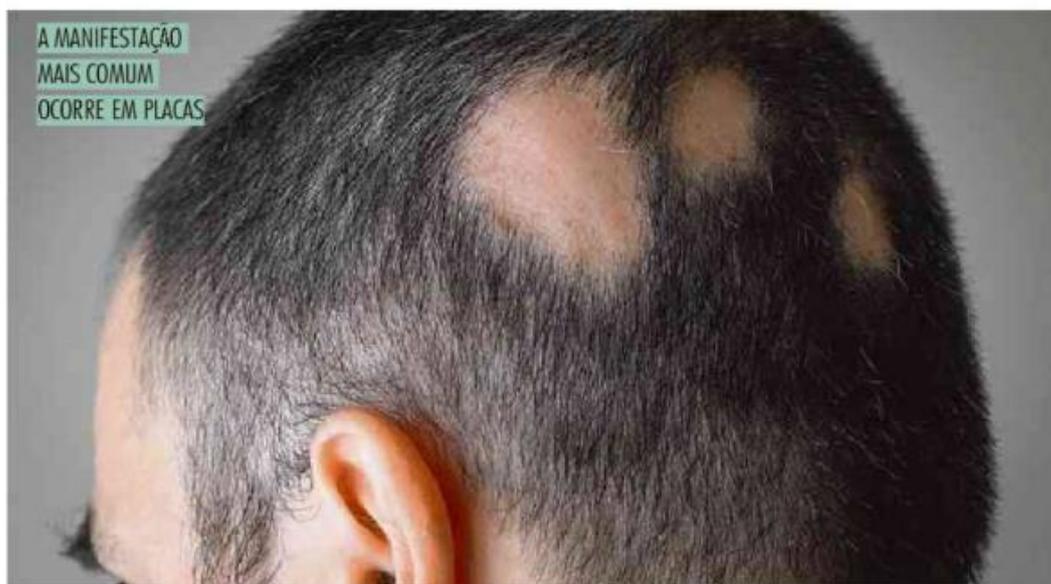
**Fontes:** Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) e dermatologista Clarissa Prati, que participa do perfil colaborativo e informativo [@dermatalksbr](#) e é membro da diretoria da regional do Rio Grande do Sul da SBD (SBD-RS).

Versão impressa disponível em: [https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&\\_gclid=1\\*vnext\\*\\_gclid=au\\*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/54](https://flipzh.clicrbs.com.br/jornal-digital/pub/gruporbs/?numero=20231118&_gclid=1*vnext*_gclid=au*NTQwNTUwMDU3LjE2OTM3NTIxNDguNTA1ODUwNDIzLjE2OTk4MDk3MTEuMTY5OTgwOTk0Mw..#page/54)

## A ALOPECIA AREATA

\* A alopecia areata é uma doença autoimune, ou seja, as células de defesa do organismo atacam o próprio corpo, neste caso, as células do folículo piloso, que produz a haste do pelo e do cabelo.  
\* Pode ser desencadeada com fatores como o estresse e, diferentemente da alopecia androgenética, que é progressiva, a areata acontece de repente, é súbita.

\* É mais comum que ocorra em placas (áreas de falha no couro cabeludo), mas também se apresenta como difusa (de forma mais espalhada, sem áreas totalmente sem cabelos), total (quando caem todos os fios do couro cabeludo) e universal (além de todos os fios de cabelo, perdem-se ainda os pelos do corpo). Barba, cílios e sobrancelhas também podem ter alopecia.



ALEX PAPP; STOCK.ADOBE.COM

## SINAIS DE ALERTA

É normal perder de 50 a cem fios de cabelo por dia, algo fácil de se notar no banho ou sobre o travesseiro. Se você perceber aumento da queda, é preciso investigar as causas. Busque a orientação de um dermatologista para tirar dúvidas e, se necessário, dar início ao tratamento indicado o mais rapidamente possível.

Preste atenção a fatores como:

- \* Diminuição do volume e da quantidade de cabelo na cabeça
- \* Surgimento de placas (áreas) sem cabelo
- \* Coceira, dor ou lesões (feridas, espinhas) no couro cabeludo
- \* Áreas sem pelos na barba, nos cílios ou nas sobrancelhas