



ISSN 2179-4529 – ANAIS DO 4º SIMPÓSIO DE CIBERJORNALISMO

## Linguagens utilizadas pelo Diário Digital – um estudo de caso

Tatiane Queiroz<sup>1</sup>

**Resumo:** A evolução da tecnologia gerou transformações econômicas, comportamentais e comunicacionais na sociedade. O surgimento de novas mídias mudou as relações dos usuários com as máquinas e transformou as maneiras de produção e também de consumo de informações. Dessa forma, o jornalismo precisou se adaptar a esse novo cenário e passou a experimentar novas linguagens, novos modos de produção e também de distribuição de notícias. A partir do estudo de caso do Diário Digital, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, feito para ser acessado de *tablets* e de *smartphones*, pretende-se identificar essas novas linguagens utilizadas pela publicação, que foi lançada em 2011, com o aporte financeiro da Rede MS de Integração Rádio e Televisão. No presente trabalho, pretende-se também abordar as características das novas mídias e apresentar reflexões em relação aos processos de convergência, comuns ao ciberespaço, e aos processos de “*appificação*” para a distribuição de notícias para os novos usuários.

**Palavras-chave:** Diário Digital; ciberespaço; convergência; linguagens; jornalismo.

### 1. Introdução

A evolução da tecnologia gerou transformações econômicas, comportamentais e comunicacionais na sociedade. O surgimento de novas mídias, principalmente dos *tablets* e dos *smartphones*, mudou as relações dos usuários com as máquinas. De acordo com Squirra, “a tecnologia possibilitou que a sociedade passasse a determinar que ela própria

<sup>1</sup> Jornalista e aluna do Programa de Mestrado em Estudos de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS. email: [jornalistatianequeiroz@hotmail.com](mailto:jornalistatianequeiroz@hotmail.com)



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





definiria o que consumir, em qual momento, em que local, indicando a forma individual de acessar as informações” (2012, p.115).

A contínua sucessão de equipamentos e recursos - cada vez menores, mais simples e baratos -, que trouxeram as facilidades da comunicação móvel e a amigabilidade de operação dos aparelhos e sistemas tecnológicos do presente, houve uma verdadeira alteração nos modelos de elaboração, difusão e consumo de todo tipo de informação (SQUIRRA, 2012, p. 114, 115).

Estamos na era da conexão, da mobilidade, da interatividade e da cultura da convergência. Jenkins define convergência como uma “palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais” (2009, p. 29).

A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final (...) Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobriremos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência (JENKINS, 2009, p.43).

Diante dessas transformações, o jornalismo precisou se adaptar a esse novo cenário. Os novos meios de comunicação têm buscado, têm experimentado novas linguagens, novos modos de produção e também de distribuição de notícias para esse novo público.

El impacto de la tecnología digital ha desencadenado un proceso de profunda mudanza en todos los ámbitos de los diarios, que es preciso dirigir de manera coordinada. Las tecnologías de producción, los contenidos, las disciplinas profesionales de los periodistas, la estructura de mando en las empresas editoras y las propias audiencias están viéndose reconfigurados por esa revolución tecnológica. Y en todos esos ámbitos, sin excepción, se detectan procesos complementarios de convergencia. (SALAVERRÍA, 2007, p.9).



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





A partir do estudo de caso do Diário Digital, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, pretende-se identificar os tipos de linguagens e os processos de convergências utilizados pela publicação. É preciso enfatizar que, no presente artigo, não será observado o conteúdo do jornal, e sim as linguagens utilizadas por ele.

## 2. Novas Mídias e Interatividade

Para as reflexões sobre as novas mídias, serão abordados os conceitos propostos pelo teórico russo Lev Manovich, em sua obra *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación* (2005). Ao discorrer sobre o assunto, o autor questiona a compreensão popular sobre o significado de novas mídias e considera algumas definições como “limitadas” para a compreensão dos efeitos da informatização na sociedade.

La comprensión popular de los nuevos medios los identifica con el uso del ordenador para la distribución y la exhibición, más que con la producción. En consecuencia, los textos distribuidos por ordenador, como los sitios web y los libros electrónicos, se consideran nuevos medios, mientras que los que se distribuyen en papel, no. De la misma manera, las fotografías que se colocan en un CD-ROM y requieren de un ordenador para poderlas ver sí que se consideran nuevos medios, pero no las mismas fotografías impresas en un libro (2005, p.3)

De maneira sistemática, Manovich apresenta cinco diferenças entre as velhas e as novas mídias. São elas:

- **Representação Numérica:** Os objetos das novas mídias são compostos por códigos digitais. Esses códigos são representações numéricas, ou seja, são descritos por funções matemáticas e, portanto, são manipuláveis.
- **Modularidade:** Os objetos das novas mídias apresentam sempre a mesma estrutura modular. Eles são compostos de partes independentes e cada uma



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





dessas partes é composta de outras partes menores. Esse processo ocorre sucessivamente até as menores partes existentes, como os pixels, os pontos 3D e os caracteres de textos. Manovich lembra que a *World Wide Web* também é modular, é composta de diversas páginas, cada uma com os seus elementos midiáticos, que podem ser acessados em conjunto, ou separadamente.

- **Automatização:** O primeiro princípio, a representação numérica; e o segundo, a modularidade; permitem a automatização da maioria das operações nas novas mídias. Manovich destaca que a automatização implica, pelo menos em parte, na exclusão da intenção e da criação humana do processo.
- **Variabilidade:** As novas mídias se caracterizam pela variabilidade. Ao invés de cópias idênticas, um objeto das novas mídias dá lugar a distintas, ou até mesmo a infinitas, versões de algo. Além disso, as versões não são, necessariamente, criadas por um autor humano e podem ser montadas, em parte, por um computador.
- **Transcodificação:** Segundo Manovich, é a consequência mais importante da informatização e da digitalização dos meios de comunicação. Entende-se por transcodificação a transformação dos códigos culturais das velhas mídias em códigos computacionais das novas mídias.

Sobre a interatividade, Manovich afirma que todas as experiências culturais podem ser definidas como uma forma de interação, ou seja, toda comunicação intermediada por um computador é interativa. Desta forma, ela pode ser considerada a característica mais básica das novas mídias.

“Los nuevos medios son interactivos. A diferencia de los viejos medios, donde el orden de presentación está fijado, ahora el usuario puede interactuar con un objeto mediático. En ese proceso de interacción, puede elegir qué elementos se



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





muestran o qué rutas seguir, generando así una obra única. En este sentido, el usuario se vuelve coautor de la obra” (2005, p. 24)

O autor classifica as operações interativas em duas classes: Interatividade Aberta e Interatividade Fechada. A primeira responde às ações do usuário, que pode modificar as estruturas e traçar caminhos personalizados; a segunda ocorre em uma base de dados restrita, onde a ação do usuário está limitada aos elementos predeterminados pela estrutura.

### 3. Diário Digital – um estudo de caso

A primeira edição do Diário Digital foi publicada em 1º de abril de 2011, com o aporte financeiro da Rede MS de Integração Rádio e Televisão<sup>2</sup>, que investiu em um jornal “100% digital”, como diz o próprio slogan do produto. A publicação começou com duas edições diárias, uma disponibilizada no período da manhã e outra no período da tarde. Atualmente, ele conta com mais uma edição “extra”, publicada no período da noite. O acesso ao conteúdo é gratuito.

MARTINS (2011) destaca que uma publicação não pode ser considerada digital simplesmente porque está na internet. Cada mídia tem uma linguagem própria, uma estrutura, uma forma de produção. Dessa forma, os ciberjornais, também chamados pelos teóricos de cibermeios, possuem as suas características específicas.

Os cibermeios conjugam, no mesmo espaço, texto, imagens, vídeos, áudio e outras possibilidades, que determinam uma característica de linguagem muito particular e, mais, em expansão contínua dado ao desenvolvimento acelerado das tecnologias da informação e da comunicação. Também o advento de inúmeros

<sup>2</sup> A Rede MS pertence ao grupo do empresário Ivan Paes Barbosa e conta com emissoras de televisão, rádios AM e FM e portais de notícias na internet. A Rede MS é a retransmissora da Rede Record em Mato Grosso do Sul. A redação do Diário Digital fica localizada em Campo Grande, capital do estado.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





formatos de equipamentos que podem reproduzir os cybermeios fortalecem e ampliam as possibilidades do ciberjornalismo (MARTINS, 2011).



Figura 1- Capa da edição da tarde do Diário Digital, do dia 2 de julho de 2013<sup>3</sup>.

O Diário Digital utiliza elementos de jornais impressos e de revistas. Nas edições, o leitor pode simular uma passagem das páginas do jornal, recurso muito utilizado pelas empresas de comunicação. Segundo Squirra, a fusão de linguagens é proveniente da evolução tecnológica.

(...) no cenário da plenitude digital a que muitos já têm acesso, as mídias foram sendo constante e irreversivelmente ‘fundidas’, não se justificando mais as separações estanques entre as mesmas que existiam no passado. No mundo atual, as distintas mídias se tornam possíveis nos *displays* audiovisuais interativos portáteis e continuamente conectados. (SQUIRRA, 2012, p. 111)

<sup>3</sup> Pode ser acessada pelo endereço <http://www.diariodigital.com.br/edicao/1069>





Pelo design das páginas (Figura 1), nota-se que o jornal foi produzido para ser acessado de *tablets e smartphones*, ou seja, de suportes digitais. Como afirmam Pellanda e Nunes (2012, p.3), “o jornalismo nos *tablets* está encontrando uma linguagem própria, convergindo elementos do rádio, da televisão, da web, do jornal impresso”. Esses novos suportes digitais, em geral, proporcionam ao leitor diversas experiências. Os displays sensíveis ao toque, a mobilidade e a interatividade aproximam os usuários das telas e os mantêm conectados durante todo o tempo.

De maneira geral, os jornais produzidos para o ciberespaço rompem com as limitações de tempo e de espaço, que são características típicas dos suportes físicos.

Nas edições online o espaço é infinito. Podem fazer-se cortes por razões estilísticas, mas não por questões espaciais. Em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informação (CANAVILHAS, 2000, p.7).

No jornal impresso, por exemplo, os repórteres e editores têm uma limitação de espaço para a produção das matérias, os diagramadores têm a mesma limitação para a organização dos textos, imagens, infográficos tabelas e outros elementos contidos nas páginas. No jornal televisivo, os profissionais se deparam com uma limitação de tempo, onde chamadas, *VTs*, notas cobertas, notas peladas e até os *inserts* de publicidade são cronometrados, segundo a segundo, para que possam ser encaixados dentro do *fade* estabelecido para o programa.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





Figura 2 – Charge publicada na edição do dia 2 de julho de 2013.<sup>4</sup>

Outras duas características marcantes do Diário Digital são as priorizações nas utilizações de imagens e de textos curtos, particularidades comuns em revistas e em outras mídias impressas. Além disso, o jornal conta com editorial, colunas e charges, como pode ser visto na figura 2. As matérias são divididas por editorias como economia, política, polícia, cidade, geral, trânsito, cultura, etc. Nota-se também que, assim como nas mídias impressas, as páginas são numeradas.

O jornal não se enquadra, por exemplo, em algumas das características mais básicas do ciberjornalismo, como a atualização constante de conteúdos, e dessa forma não atende a todas às necessidades dos novos usuários.

Para Lima Júnior, o computador, a internet e, principalmente, as tecnologias móveis, impulsionaram a novas técnicas jornalísticas, em função das expectativas dos

<sup>4</sup> Pode ser acessada pelo endereço <http://www.diariodigital.com.br/edicao/1069>



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)







novos usuários, novos consumidores de informações jornalísticas. Esse “novo estágio pode ser percebido pelas demandas por um conteúdo atualizado em tempo real” (2009, p.205).

No Diário Digital, as notícias não são publicadas em tempo real. O jornal disponibiliza para os leitores conteúdos que não podem ser editados ou acrescidos de informações, já que, após ser fechada, a edição não pode mais ser modificada, assim como nos meios impressos.



Figura 3 – Última página de todas as edições do Diário Digital<sup>5</sup>. Contém informações em relação às formas de compartilhamento e de participação do leitor com a publicação.

Como mostra a figura 3, o conteúdo de cada edição pode ser compartilhado por *Facebook*, *Twitter* ou por email. Como o acesso ao jornal é gratuito, os leitores que recebem o conteúdo não precisam ser assinantes.

<sup>5</sup> Pode ser acessada pelo endereço <http://www.diariodigital.com.br/>



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
 Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
 CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





Observa-se que o layout da publicação é “engessado”, quando acessado de mídias diferente as dimensões, o formato e a disposição de conteúdos das páginas não sofrem alterações. Ou seja, o leitor visualiza a publicação da mesma forma em uma tela vídeo, ou em uma tela *widescreen*. Além disso, nota-se que a publicação quase não utiliza estruturas hipertextuais e conteúdos áudios-visuais. A ausência, ou o pouco uso dessas ferramentas, faz com que a publicação também não atenda, de forma satisfatória, outra característica básica das novas mídias, a interatividade.

#### 4. Da “webzação” a “appificação”

Em seu artigo *2012 will bring the appification of media*, o teórico Nicholas Carr afirma que as novas mídias vivem uma fase de “appificação”. De acordo com o autor, jornais, revistas, livros, jogos, programas de TV são reinventados como aplicativos, ou seja, como conteúdos personalizados para os usuários.

A velha web de propósito geral, onde todos visitam os mesmos locais e vêem as mesmas coisas, está sendo rapidamente suplantada por pacotes especializados de conteúdo digital voltado para determinados dispositivos - *iPhone, iPad, Andróide, BlackBerry, Kindle, Nook, Xbox* – ou especialmente para os membros de sites como *Facebook* e o *Google+* (CARR, 2011, livre tradução).

O surgimento dos tablets e a evolução dos smartphones proporcionaram uma transformação na produção e na distribuição das notícias. Nos últimos anos, as empresas tradicionais de mídia mudaram para distribuir seus produtos em formato digital. Jornais como Folha de São Paulo, Estadão e O Globo criaram aplicativos que facilitam o acesso dos leitores aos seus conteúdos.

Para Carr (2011), os aplicativos são, simultaneamente, serviços de fornecimento de conteúdo e programas convencionais de softwares. Além das informações, eles oferecem



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





diversas ferramentas que permitem que os usuários possam manipular e adicionar outros conteúdos, de inúmeras formas. O autor enfatiza ainda que, dessa forma, o processo de “appificação” pode ser um caminho para a fidelização dos usuários com as empresas de mídia.

## 5. Conclusão

A análise do Diário Digital mostrou que a utilização das linguagens das mídias impressas no ciberespaço pode caracterizar uma cultura de convergência. No entanto, notou-se que, ao acessar as edições do jornal, o leitor se depara com um paradoxo: Um produto feito para as novas mídias, para suportes digitais móveis e conectados, mas que não utiliza as linguagens proporcionadas por eles.

Como mencionado, constatou-se que o jornal não utiliza estruturas hipertextuais, raramente faz uso de áudios, vídeos, galerias de fotos, infográficos interativos e outras ferramentas amplamente utilizadas no ciberespaço. Dessa forma, apesar de estar nas mídias digitais, a publicação ainda carrega a inércia das mídias impressas, como a limitação de tempo e de espaço, a utilização de infográficos estáticos e a impossibilidade de atualização de informações e de conteúdos.

Em relação à interatividade, característica mais básica das novas mídias, o jornal mostrou-se pouco eficaz. As possibilidades de interação do leitor com a publicação são reduzidas e se dão, basicamente, nos momentos em que o usuário troca de página; comando que pode ser feito por meio do *mouse*, ou no caso dos *tablets e smartphones*, por meio da tela sensível ao toque; e também quando o internauta compartilha as edições no *Facebook* ou no *Twitter*.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





Constatou-se ainda que o Diário Digital caracteriza-se por ser uma publicação que já nasceu digital, no entanto, é limitada à lógica da Web. Como foi dito, na era da conexão, da mobilidade, da interatividade, da cultura da convergência e também da “*appificação*”, a ausência de um aplicativo para o acesso da publicação também pode ser classificada como um fator negativo.

Em suas edições, notou-se que o jornal tratou de vários temas, no entanto, não foram observados os conteúdos da publicação, apenas as linguagens utilizadas por ela.

### Referências Bibliográficas

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. In BARBOSA, Suzana (org.) *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Livros Labcom, 2007.

CARR, Nicholas. **2012 will bring the appification of media**. Nieman Lab Blogger, 2011. Disponível em <http://www.niemanlab.org/2011/12/nicholas-carr-2012-will-bring-the-appification-of-media/>

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. **Tecnologias emergentes desafiam o jornalismo a encontrar novos formatos de conteúdo**. *Comunicação & Sociedade*, v. 30, p. 201-225, 2009.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**. Buenos Aires: Piados, 2005.

MARTINS, Gerson Luiz. **Linguagem do Ciberjornalismo**. Campo Grande: O Estado MS, 2011.

\_\_\_\_\_. **Internet móvel e o futuro do jornal**. Campo Grande: O Estado MS, 2010.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





PELLANDA, Eduardo Campos; NUNES, Ana Cecília. **A linguagem própria dos tablets para o jornalismo digital: estudo de caso do The Daily**. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza.

SALAVERRÍA, Ramón. **Los diarios frente al reto digital**. Chasqui, 2007. Disponível em <http://www.chasqui.comunica.org/content/view/526/1/>

SQUIRRA, Sebastião. **Convergências tecnológicas, mídias aditivas e espiralação de conteúdos jornalísticos**. In: D' ANDRÉA, Carlos; LONGUI, Raquel (orgs.) *Jornalismo Convergente: reflexões, apropriações, experiências*. Florianópolis: Insular, 2012.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)

