

Cultura da convergência e interatividade: análise do site GloboEsporte.com¹

Laís Pereira Ferreira ²

Resumo: O jornalismo busca a cada dia se adaptar e modificar a forma de produção e veiculação das notícias a partir do contexto de cultura convergente abordado por Jenkins (2009). Salaverría, Levy e Primo, são alguns dos autores que buscam entender, respectivamente, a convergência e interatividade no ciberespaço. O trabalho dedica-se a identificar e analisar as características da convergência e interação no site esportivo GloboEsporte.com. Após um breve aprofundamento teórico e revisão da literatura acadêmica sobre o tema, analisou-se o site esportivo por meio das características propostas por Canavilhas (2014): hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade. Os resultados demonstram a presença da cultura de convergência e interatividade com os leitores no site.

Palavras-chave: Cultura da Convergência. Interatividade. Jornalismo Esportivo. GloboEsporte.com.

¹ Artigo enviado na modalidade “Interatividade, Novas Narrativas e Convergência” do 8º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, realizado na UFMS (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul), entre os dias 27 a 29 de setembro de 2017, em Campo Grande (MS);

² Graduada em Comunicação Social - Jornalismo; Estudante do curso de Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPGCom/UFT); membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). Email: lais.p.ferreira26@gmail.com

Introdução

Com o advento da internet, a sociedade foi impactada em todos os âmbitos (sociais, econômicos e comunicacionais) e reorganizada a partir dessa nova tecnologia. No jornalismo, especificamente no Brasil, as redações jornalísticas modificaram a forma de apresentar as notícias aos leitores. A partir dessa transformação o jornalismo online estrutura-se facilitando a propagação de informações, a princípio este novo jornalismo era apenas uma transposição do jornal impresso para a internet. Após evoluções, o webjornalismo se fortaleceu e no atual cenário que se encontra dispõe de diversos recursos em seus conteúdos (fotos, vídeos, *links* e áudios). Além de que a interatividade tornou-se característica fundamental para atrair o leitor, que nesse novo contexto está acostumado com a multimídia e com a aproximação dos veículos comunicacionais.

A convergência midiática trouxe uma mudança sobre a detenção do conteúdo veiculado. Atualmente os meios de comunicação não detém totalmente a produção de informações, qualquer indivíduo pode gerar conteúdo, basta criar um blog, site ou postar nas suas redes sociais. Jenkins (2009) explica que essa convergência envolve múltiplas plataformas de mídia e que esse fenômeno não ocorre somente por essas plataformas, mas também quando as pessoas assumem o controle das mídias.

Este trabalho tem por objetivo identificar e analisar a convergência jornalística e a interatividade de um dos maiores sites esportivos do Brasil, o GloboEsporte.com que pertence as Organizações Globo. Observou-se durante o período de sete dias (01 a 07 de junho), o conteúdo veiculado na plataforma, cuja análise foi baseada nos conceitos de Bardin (1977) e nas seis características propostas por Canavilhas (2014) sobre a convergência. Vale destacar que o site é uma versão estendida do programa televisivo Globo Esporte para a internet; além de produzir seu próprio conteúdo, o GloboEsporte.com também abrange o conteúdo do canal pago SportTv.

Em termos metodológicos a pesquisa compreende a abordagem qualitativa, cuja pesquisa bibliográfica foi baseada além da Análise de Conteúdo, nos conceitos de Jenkins (2009), Salaverría (2010) e Canavilhas (2014) sobre a convergência; para abordar a interatividade no ciberespaço foi utilizado os teóricos Levy (1999) e Primo (2000).

Jornalismo convergente

O processo de convergência vem sendo inserido nos meios de comunicação para que se possa trabalhar com a produção de conteúdo em multiplataformas. Salaverría (2010) relata que no início essa introdução das tecnologias digitais não foi bem aceita pelos jornais, visto que esse processo trouxe fortes mudanças para os meios já consolidados, que tiveram que se reorganizar perante essa nova dinâmica de uso da internet. Para o norte americano Henry Jenkins (2009, p.30) a convergência pode ser vista como:

[...] Fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

É importante compreender a convergência em cinco dimensões que são propostas por Garcia Avilés et al (2009): tecnológica, empresarial, profissional, de conteúdos e audiências. A dimensão tecnológica está ligada as mudanças e reconfigurações no processo jornalístico com a presença da internet. Além de abordar as ferramentas digitais que são usadas nesse processo e como a internet tornou-se um lugar convergente, no qual os meios de comunicação exploram as multiplataformas.

Na dimensão empresarial, os representantes dos meios de comunicação veem no fenômeno da convergência jornalística uma oportunidade para desenvolverem e explorarem novas formas de negócios, relacionando os anseios e necessidades dos consumidores, ou seja, esta dimensão aborda as empresas de jornalismo no geral, que tem seus produtos em diferentes plataformas e também apresentam uma gestão convergente. A terceira dimensão é a profissional que foca no jornalista e os impactos sofridos por esses profissionais no processo de mudanças; pois a partir de agora o profissional é multitarefas, uma vez que as redações extinguiram alguns dos principais cargos da redação, fazendo com que os demais acumulassem funções que eram específicas de outros colegas. Segundo Salaverría (2003) o jornalista além de multitarefas, também tornou-se multiplataformas, pois necessita ter domínio de várias

ferramentas tecnológicas e produzir em menor tempo, para alcançar a rapidez/instantaneidade que o online trouxe.

A quarta dimensão está associada aos conteúdos, no qual as novas formas de criação dos conteúdos informativos promovem aos *media* condições para uma atualização contínua das notícias. Antes um jornal diário esperava para noticiar determinado fato apenas no dia seguinte de sua veiculação, porém, com as novas possibilidades esta atualização pode ser feita no instante do ocorrido. Além de disponibilizarem seus conteúdos em todos os tipos de mídia.

Na dimensão referente as audiências, pode-se observar que devido os conteúdos serem distribuídos em diferentes plataformas, o consumo das notícias foi modificado significativamente. Uma vez que os leitores possuem acesso aos conteúdos jornalísticos em diferentes plataformas, por meio de diversos suportes e em qualquer ambiente no momento que desejarem.

Com os impactos que a internet trouxe aos meios noticiosos (rádio, televisão e jornal impresso) o jornalismo brasileiro encontrou-se em um novo patamar, no qual o jornalismo online não se caracterizou apenas como uma transposição destes meios para a web. Houveram transformações que geraram algumas características próprias para esse novo jornalismo. Canavilhas (2014) traz sete características ao abordar o webjornalismo: multimedialidade, hipertextualidade, personalização, interatividade, memória, instantaneidade e ubiquidade.

De forma simples, a multimedialidade/convergência consiste na reunião dos elementos das mídias tradicionais em um mesmo ambiente (imagem, áudio e texto), possibilitando também a transposição de produções realizadas em outros meios comunicacionais. Todavia, Salaverría explica no capítulo produzido para o livro de Canavilhas (2014) sobre as sete características do webjornalismo, que o conceito de multimedialidade reuni três atributos: 1) como multiplataforma, no qual distintos meios de uma mesma empresa jornalística, reúnem-se para cobrir determinados assuntos e conseguem um resultado conjunto, esta ação é conhecida também como coberturas informativas multimédia; 2) como polivalência, neste atributo o jornalista acumula diferentes funções de outros profissionais e 3) como combinação de linguagens, que pode ser entendida como a combinação de linguagens e formatos. Atualmente oito elementos representam um conteúdo multimédia: 1) texto; 2) fotografia; 3) gráficos),

iconografia e ilustrações estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração.

Para entender a hipertextualidade, basta pensar que através da leitura de um único texto o usuário tem acesso a outras informações relacionadas ao conteúdo que está sendo veiculado, por meio de blocos informativos ou *links*. Os blocos são representados por textos que devem cumprir as normas jornalísticas, pois um bloco curto não trará todas as informações que o consumidor almeja, entretanto, um bloco longo não se tornará atrativo. Dessa forma, é criada uma “teia” de informações que está acessível ao leitor para ficar a critério do mesmo sobre qual sequência deseja clicar e se informar.

A personalização está presente em alguns sites, no próprio conteúdo das notícias, no qual o leitor tem a possibilidade de aumentar ou diminuir a fonte das letras, alterar a cor para uma tonalidade que mais o agrada e até mesmo, mudar o local da barra de menu do site. Para Nogueira e Mallmann (2013, p. 7) a personalização refere-se aos dispositivos de busca e consiste:

[...] na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário, baseados em seu perfil, permitindo por vezes a pré-seleção dos assuntos de interesse fazendo com que ao acessar o site, este já seja carregado na máquina do usuário e atenda à sua demanda.

A agregação também é uma forma de personalizar e de resposta as necessidades das audiências, pois o objetivo é reunir e filtrar o conteúdo mais importante. No primeiro nível de personalização a capacidade de resposta é a principal característica, uma vez que as páginas possibilitam adaptarem-se a diferentes formatos, como ao monitor de PC ou smartphones automaticamente. Um segundo nível também pode ser apresentado, que é referente a adaptação de conteúdo, de forma simples, o conteúdo adapta-se de acordo com o tempo e as necessidades do utilizador. Este nível pode ser considerado uma proposta ousada referente aos sites brasileiros, visto que a maioria dos *media* disponibilizam a mesma aparência durante o dia e a noite.

A interatividade atualmente é um dos pilares da nova linguagem na web. Rost (2014, p. 54) relata que “a interatividade é apresentada como uma característica positiva dos *media*, como um valor acrescentado. Os *media* têm o hábito de se

autopromover como interativos e abertos à participação cidadã”. Além de que pode ser explicada através da relação leitor/internauta com o que é divulgado, através de e-mails ou comentários realizados na própria plataforma do site. Leão (2005, p.41) explica “a medida que a hipermídia se corporifica na interface entre nós da rede e as escolhas do leitor, este se transforma em uma outra personagem. Dentro dessa perspectiva, minha tese é: o leitor é agora um construtor de labirintos”, uma vez que segundo a autora a interação é um elemento formado do processo hipertextual e esse labirinto é formado a medida que o usuário navega pelo ciberespaço, clicando nos *links* e conteúdos relacionados construindo assim um labirinto.

A memória é entendida como a capacidade da web de fazer com que as notícias ou produções já publicadas sejam acumuladas e continuem acessíveis para o usuário. Pode também ser compreendida como elemento de adição de profundidade aos sites jornalísticos. A grande maioria dos sites facilita o acesso ao acervo de produções com o recurso da busca no próprio site. Vale ressaltar que esta característica deve ser levada em consideração quando refere-se a qualidade dos jornais digitais, uma vez que, com uma simples busca por intermédio de palavras-chaves o leitor encontra o conteúdo que procura.

A instantaneidade do acesso, também conhecida como atualização contínua, refere-se à rapidez com que a produção jornalística é atualizada, aumentando assim o número de matérias produzidas ou desdobradas de um mesmo assunto em curto espaço de tempo. Nogueira e Mallmann (2013, p. 9) relatam que “a instantaneidade possibilita ao leitor saber dos fatos mais importantes e relevantes, quase que em tempo real”. Nos sites e portais de notícias que apresentam a editoria de esporte, é mais fácil do leitor encontrar esse tipo de característica, pois ao narrar uma partida a atualização é contínua para informar o usuário sobre o andamento do jogo.

Por fim, a ubiquidade é a característica mais recente do webjornalismo, considerada o 7º princípio do jornalismo na era digital. Compreende que qualquer indivíduo tem acesso a uma rede de comunicação, além de poder acessar as notícias, estes indivíduos podem participar e fornecer sua própria contribuição em relação aos conteúdos veiculados no âmbito digital. Pavlik (2014, p. 160) explica que “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”.

Interatividade

A interação não é um conceito recente, pelo contrário, o mecanismo de interação vem desde os tempos primórdios. Esse ato é inerente ao próprio homem, que para sua existência já recorria a interação para a ampliação e diversificação de sua comunidade. Nos dias atuais, a interatividade tornou-se uma característica primordial para os Meios de Comunicação, principalmente os que estão ancorados no ciberespaço. Pode-se entender que a partir do momento que o indivíduo conecta-se ao meio virtual e começa a acessar sites e *links*, estabelece uma interação entre homem e máquina. Pierre Levy (1999, p.80) esclarece que:

O termo "interatividade" em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação. De fato, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo. Mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho.

Esta questão que Levy levanta sobre a percepção de interação é importante para embasar o nível de interação, evidenciando que o indivíduo com uma simples ação já passa a interagir com o meio. Porém, Ferreira (2014, p. 03) alerta que “as tecnologias nos permitem efetivamente novas possibilidades de interação, mas não são necessariamente instâncias de transformação da natureza humana e nem operam por si mesmas revoluções”. Essas tecnologias dependem de um estímulo dos usuários para interagir.

Primo (2000) explica que há dois tipos de interação: a mútua e reativa. E para abordar essas duas interações são apresentadas sete dimensões:

- Sistema: é caracterizado como um conjunto de objetos que se inter-relacionam entre si e formam um todo;
- Processo: são os acontecimentos que mostram as modificações no tempo;
- Operação: é a relação entre a ação e a transformação;

- Fluxo: é a sequência da relação;
- *Throughput*: pode ser entendido como o que passa entre a decodificação e a codificação;
- Relação: é a conexão ou as trocas entre os elementos e sub-sistemas;
- Interface: caracterizada como a superfície de contato, agenciamentos de articulação, interpretação e tradução.

Diante dessas dimensões que Primo discute a interação mútua consiste em um sistema aberto, no qual seus elementos são interdependentes (se um deles é afetado, o sistema todo é modificado), com um fluxo dinâmico e em desenvolvimento. Seu processo é por meio de negociação, e a partir desse processo o relacionamento evolui. Uma vez que o sistema é aberto, a operação também apresenta ações interdependentes, onde cada agente ativo e criativo influencia o comportamento do outro e seu comportamento é influenciado. Além de que sua relação é uma construção negociada e constantemente construída pelos interagentes. Com uma interface virtual, essa interação relaciona em modo virtual dois ou mais agentes inteligentes e criativos que não apresentam uma previsão sobre que resposta irá obter com determinado estímulo. Primo acrescenta o *throughput* e esclarece que o diálogo não é feito de forma mecânica, pois cada mensagem recebida é decodificada e interpretada (essa interpretação ocorre pelo confronto da mensagem recebida com a complexidade cognitiva do interagente), podendo gerar uma nova codificação.

A interação reativa, pode se afirmar que é o oposto da interação mútua. Seu sistema é fechado, no qual as relações são lineares e unilaterais, o que conseqüentemente faz com que o sistema não perceba o contexto, por isso, não interage com ele. Ou seja, na interação reativa o sistema não efetua trocas com o contexto e não evolui. O processo é por estímulo-resposta, em cada estímulo haverá uma resposta, supondo-se que um mesmo estímulo possa apresentar a mesma resposta cada vez que se repetir a interação. Devido ao processo da interação reativa ser limitado, a sua operação é de ação e reação, onde um polo age e o outro reage (depois de estabelecida a hierarquia essa ação passa a ser repetida em cada interação). O *throughput* na interação reativa é um mero reflexo, no qual os processos de decodificação e codificação ligam-se por programação. Nesta interação o fluxo passa a ser linear e pré-determinado em eventos isolados. Primo (2000) esclarece

que o linear não é a estrutura narrativa, mas sim o movimento das informações. Com a interface potencial, a relação é apresentada como causal (por operar por ação e reação pressupõem a sucessão temporal de dois processos onde um é causado pelo outro).

É importante salientar que no ambiente virtual os interagentes que Alex Primo (2000) menciona podem atuar em determinados momentos na interação mútua, com sistema aberto, que permitem uma troca com o contexto e em outra ocasião transitar na interação na reativa, que tem um sistema fechado e mecânico. Para a análise da interatividade no site esportivo GloboEsporte.com, a presença de algumas características é crucial para a análise, como o dinamismo das imagens, *layout* e a participação do leitor.

GloboEsporte.com

O site GloboEsporte.com pertence a uma das maiores empresas comunicacionais brasileiras, as Organizações Globo. O Globo Esporte nasce no fim da década de 70 como um programa televisivo e com o advento e consolidação da internet no Brasil cria-se uma versão estendida para essa nova mídia; o site hoje abarca diversas modalidades esportivas, sejam estas regionais, nacionais ou internacionais, além do conteúdo do canal de TV por assinatura, SportTv.

Para analisar o conteúdo veiculado entre os dias 01 a 07 de junho no GloboEsporte.com a pesquisa recorreu aos fundamentos de Bardin na Análise de Conteúdo, que estabelece que o pesquisador deve atingir a objetividade e ultrapassar os níveis superficiais do texto, seguindo três passos nesse processo: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados. Pode-se afirmar que a AC é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos as condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN,1977, p. 42).

Baseado neste fundamento a análise do site utilizou como categorias para a pesquisa as sete características que Canavilhas (2014) aborda: hipertextualidade,

multimedialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade. Em relação a multimedialidade o site esportivo reúne a maior parte dos elementos de multimédia. O GloboEsporte.com além de ser um dos sites esportivos de maior referência, também reúne uma das melhores estruturas para atrair o leitor. Borzilo (2008, p.08) relata que “[...] se você não puder ver os gols da rodada na TV, é só acessar o site que todos os gols, inclusive os melhores momentos das partidas estarão todos lá, sem acesso restrito. E ainda para complementar tem o texto escrito que descreve toda a partida, lance a lance”. Isso ocorre graças ao advento da internet, visto que o telespectador não tem mais a preocupação de esperar o conteúdo ser veiculado na televisão ou perder a exibição dos lances do seu time favorito.

As notícias do GloboEsporte.com exploram ao máximo recursos de mídia para que o usuário possa compreender o assunto que está sendo abordado. É importante salientar que mesmo o site sendo uma versão estendida do programa de TV, em alguns momentos, torna-se referência para o programa exibido na televisão, no qual os apresentadores comentam a notícia e informam que essa encontra-se no site e o telespectador pode acessar para obter mais detalhes.

A figura 1 apresenta um exemplo de como o site explora os recursos midiáticos em uma matéria. A notícia trata sobre o goleiro italiano Buffon, (que atua no time de futebol da Juventus) logo abaixo do título o leitor já encontra uma galeria de fotos e o texto vem em seguida. Nessa matéria diversos recursos foram explorados: enquete, vídeo, fotos, infográfico e postagem do goleiro via rede social.



Fig.1 – Matéria sobre o goleiro Buffon da Juventus.
Fonte: site GloboEsporte.com (captura de tela).

Como já foi mencionado a presença de *links* dentro de uma notícia é um dos passos para a construção da hipertextualidade. A importância desses *links* é crucial

para que os leitores consigam se aprofundar sobre o conteúdo que está sendo veiculado. No GloboEsporte.com há duas formas do usuário encontrar este recurso: no meio do texto ou no fim da matéria, na sessão *Mais do GloboEsporte*. Observou-se que o site recorre a este recurso para que o leitor permaneça por mais tempo no site, uma vez que a medida que o usuário acessa os *links* disponibilizados na notícia, acaba-se criando uma teia com diversos olhares e abordagens sobre um conteúdo. Como as cores predominantes do site são verde e branco, os *links* também são destacados na cor verde (na mesma tonalidade que a do *layout* do site).

A personalização como já foi mencionada ocorre na mudança que o leitor pode fazer de acordo com a sua preferência. O GloboEsporte.com permite ao leitor se informar sobre o seu time de coração, sem ter que ler notícias relacionadas ao time adversário. Esta característica está disponível na tabela Meu Time, com um clique no brasão do time desejado, a página do site transforma-se nas cores do clube e apresenta apenas notícias, vídeos e eventos do time escolhido. Além de que o site adapta-se para o monitor de PC, como também a versão para *smartphone*. Vale destacar, que o site também tem um recurso que memoriza o time que foi pesquisado e mesmo que o leitor volte para o layout geral do site, este ainda passa a apresentar a tabela com os destaques do time que o usuário procurou anteriormente.

A memória nada mais é do que a disponibilização das notícias e conteúdos veiculados de um meio de comunicação na web. Atualmente os sites e portais de notícias disponibilizam um espaço com o nome de busca para ajudar o usuário a encontrar o que deseja. Em casos mais específicos, como o dos jornais que tem a circulação impressa e online, há uma seção destinada ao acervo do jornal. No GloboEsporte.com as notícias são armazenadas no próprio site e o usuário, com a ajuda da parte de busca pode ter acesso aos conteúdos veiculados anteriormente.

Como já foi explicado a instantaneidade do acesso permite ao leitor acompanhar o desdobramento de um determinado assunto, quase em tempo real. O GloboEsporte.com recorre a esta característica para narrar os principais lances das competições de várias modalidades, principalmente, das partidas de futebol. O *layout* do site tem uma determinada parte que apresenta o placar dos jogos e a situação em que se encontra (se foi encerrado ou está em andamento). Ao clicar na partida de determinado time o leitor é levado a outra página, caso já tenha sido encerrado, será

exibido um resumo do jogo, com vídeos e placar final. Se ainda estiver em andamento, o torcedor pode acompanhar em tempo real todos os lances que estão ocorrendo na partida, além de ter acesso a ficha técnica e demonstrar para qual dos times é a sua torcida.

Com um layout dinâmico, o GloboEsporte.com apresenta diversos recursos visuais para tornar o site o mais dinâmico e interativo possível. No início do site, as manchetes têm um destaque maior e deslizam automaticamente, facilitando a visualização. Além de que a medida que o usuário passeia pelas manchetes, a imagem amplia, situando em qual parte do site a seta do mouse se encontra. Outro dinamismo é referente aos vídeos que são postados na home, pois podem ser exibidos em tela cheia, sem levar o leitor a outra página do site. Ao percorrer o site o usuário observa que as notícias encontram-se a esquerda, tabelas e colunas dos blogs à direita.

A interação de forma simples, pode ser pensada como o ato do indivíduo navegar por alguns sites e acessar seus *links*. Entretanto, no atual contexto que o webjornalismo se encontra, o processo de interação aproxima o leitor com os meios de comunicação, e em determinados casos, este sente-se parte do processo jornalístico de produção. O primeiro recurso de interatividade que o leitor encontra disponível no GloboEsporte.com é a seção dos comentários, que permitem opinar sobre o conteúdo que está sendo veiculado, desde que respeitem os termos de uso do site. As enquetes também são uma ferramenta bastante explorada nas matérias sobre os campeonatos. Borzilo (2008) explica que este recurso transmite ao leitor a sensação de pertencimento, no qual se torna de certa forma autor do assunto, uma vez que a sua opinião influencia o resultado do conteúdo. É essa possibilidade que faz o sistema ser coletivo, cujos leitores participam do processo.

Além das enquetes aproximarem o leitor ao conteúdo, a cor do site muda para as cores dos times que forem notícias. Por exemplo, se o conteúdo aborda o time de futebol do Palmeiras, a cor do site permanece verde claro, mas se for sobre o Corinthians, os detalhes do site mudarão para a cor preta; já no caso do time de futebol do Flamengo a cor será vermelha.

O nível mais alto de interação do site ocorre com o Cartola FC. Lançado em 2005 pelas Organizações Globo o Cartola é um game de futebol no qual os usuários

montam seu próprio time, escalando os jogadores da vida real dos clubes participantes da série A do Campeonato Brasileiro. Segundo o próprio site, na edição de 2016 mais de três milhões de pessoas participaram do Cartola. O game apresenta duas versões: a gratuita, que o jogador tem algumas limitações no jogo e a versão “pro” que o jogador paga a quantia de R\$ 39,90 em sete parcelas de R\$ 5,70. Nesta última versão o cartoleiro (este é o nome das pessoas que participam do game) tem mais possibilidades de criar competições e concorrer a prêmios.

O Cartola FC é um exemplo claro da interação que Alex Primo (2000) aborda ao conceituar a interação mútua, no qual o jogador interage com o sistema que está em desenvolvimento e o permite alterar o que está exposto na página. Para cada estímulo o sistema do jogo apresentará uma reação diferente, pois neste sistema cada mensagem recebida é decodificada e interpretada, podendo gerar uma nova codificação. É uma interação de total liberdade do cartoleiro em relação ao site, pois neste espaço ele pode construir e desconstruir a informação à medida que sentir necessidade.

Em relação a sétima característica proposta por Canavilhas (2014) sobre a ubiquidade, a participação na construção de conteúdo para o GloboEsporte.com só ocorre por meio das redes sociais, que em determinados casos, tornam-se fontes para as notícias publicadas sobre os atletas. Pode-se dizer que o GloboEsporte.com contribuiu bastante para o desenvolvimento da interatividade entre homem-máquina, oferecendo ferramentas que dão liberdade de criação para os usuários.

Considerações Finais

Ao observar a presença da convergência e interatividade no site esportivo GloboEsporte.com nota-se a presença destes elementos e evidencia-se a preocupação da empresa em fornecer um ambiente virtual atrativo e interativo para o usuário que consome o conteúdo do site. O advento da internet alterou a forma de produção das notícias, no qual os autores e leitores estão mais próximos e conseguem construir conteúdos de forma coletiva, estreitando a relação entre homem-máquina. A aposta do site é nos recursos audiovisuais, o que facilita o usuário de compreender o conteúdo e interpretar da melhor maneira que julgar. Os vídeos são exemplos, de

como o GloboEsporte.com utiliza para esclarecer lances polêmicos das partidas, com duração curta, esta ferramenta se torna o “juiz” do fato ocorrido.

Considera-se que nos quesitos levantados por Canavilhas (2014) sobre a hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade, esses são levados em consideração no processo jornalísticos do GloboEsporte.com. No qual a empresa consegue fazer o usuário sentir-se mais próximo do processo interativo, o que tornou o site uma referência no quesito de conteúdo esportivo. Vale ressaltar que a característica da ubiquidade poderia ser mais explorada, uma vez que o site se propõe a ser referência e atrair o leitor.

No que se refere a interatividade, pode-se notar que a interação do usuário é uma das principais características no desenvolvimento do espaço hipermediático no site. Além de que o leitor, mesmo sem ter assinatura na plataforma, consegue ter acesso aos mais variados conteúdos hipermediáticos que tornam as matérias mais atrativas para serem consumidas e compartilhadas. O que se pode afirmar é que esta interação possibilita ao leitor um diálogo aberto com o sistema que permite o usuário ter um papel ativo na construção do processo comunicacional.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Ltda, 1977.

BORZILO, Andressa Torresilha. **As potencialidades hipermediáticas do site GloboEsporte.com**. Artigo disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simposio/anais.html>. Acesso em: 17 de jun. de 2017.

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

FERREIRA, Marcos Ramon Gomes. **Cibercultura e transformação acelerada nas formas de interação: Consequência necessária da tecnologia?**. Revista Lumina, vol. 08, n. 01. Jun. 2014.

GARCÍA AVILÉS, J. A., Meier, K., Kaltenbrunner, A., Carvajal, M. e Kraus, D. (2009). **Newsroom integration in Austria, Spain and Germany: Models of Media Convergence**. Journalism Practice, 3 (3): 285-303.

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

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: Arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LEVY, Pierre. **Cibercultura** São Paulo: 34, 1999.

NOGUEIRA, Felipe Augusto. MALLMANN, Andreia Denise. **Análise das características do jornalismo online em portais de notícias**. Artigo disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-0824-1.pdf>. Acesso em: 15 de jun. de 2017.

PALÁCIOS, Marcos; MACHADO, Elias (org.). **Modelos de Jornalismo Digital**. S. Salvador: ed. GJOL, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e reativa**: uma proposta de estudo. Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

SALAVERRÍA, Ramón. **Convergencia de los medios**. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 81, 2003.

SALAVERRÍA, Ramón. **Estructura de la convergencia**. En: Xosé López y Xosé Pereira (eds.). Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, p. 27-40, 2010.