

GLOBAL ACADEMIC RESEARCH INSTITUTE

COLOMBO, SRI LANKA



International Journal of Social Science and Humanities

ISSN 2424-6492

Volume: 01 | Issue: 02

On 31st May 2024

<http://www.research.lk>

Author: Dr Júlio Costa Pinto

Instituto Superior Miguel Torga, Portugal

GARI Publisher | Journalism | Volume: 01 | Issue: 02

Article ID: IN/GARI/JOU/2024/178 | Pages: 25-31 (07)

ISSN 2424-6492 | Edit: GARI Editorial Team

Received: 28.04.2024 | Published: 31.05.2024

A MULTIMEDIALIDADE DOS CIBERJORNAIS EM PORTUGAL: EM ESPECIAL A FOTOGRAFIA (THE MULTIMEDIALITY OF ONLINE NEWSPAPERS IN PORTUGAL: PHOTOGRAPHY IN PARTICULAR)

Júlio Costa Pinto
*Instituto Superior Miguel Torga,
Coimbra, Portugal*

RESUMO

O presente artigo examina a multimedialidade dos ciberjornais em Portugal, com foco especial na fotografia. A imagem desempenha um papel crucial na transmissão da mensagem dos jornais. A principal diferença entre o jornal impresso e o ciberjornal reside na capacidade deste último de incorporar imagens em movimento e explorar a hipertextualidade e interatividade. A análise da multimedialidade neste estudo foca-se na fotografia. A metodologia envolveu a seleção de cinco jornais online generalistas portugueses para observação da presença e utilidade das fotografias. Os resultados mostram uma forte predominância de fotografias como recurso ou ilustração, integradas na zona de notícias. Este estudo contribui para uma compreensão mais profunda da integração multimédia nos ciberjornais portugueses.

ABSTRACT

This paper examines the multimediality of online newspapers in Portugal, with a special focus on photography. Images play a crucial role in conveying the message of newspapers. The main difference between print and online newspapers lies in the latter's ability to incorporate moving images and exploit hypertextuality and interactivity. The analysis of multimediality in this study focuses on photography. The methodology involved selecting five Portuguese generalist online

newspapers to observe the presence and usefulness of photographs. The results show a strong predominance of photographs as a resource or illustration, integrated into the news area. This study contributes to a deeper understanding of multimedia integration in Portuguese online newspapers.

Keywords: Multimedia, Photography, Cyberjournalism

INTRODUÇÃO

Em todos os jornais, seja online ou no papel, não apenas releva o texto da notícia, mas, também, a imagem, designadamente a fotografia, a ilustração e os gráficos.

A imagem ocupa um lugar preferencial na transmissão da mensagem e, ao mesmo tempo, representa um meio de expressão criativa (Seddon, 2009).

A fotografia sempre esteve associada à informação como forma de retratar de modo instantâneo uma certa realidade. Mas, a par deste testemunho da realidade, a fotografia sempre esteve, também, comprometida com uma função estética.

A grande diferença entre o jornal impresso e o ciberjornal reside nas potencialidades oferecidas pela multimedialidade deste último, que pode recorrer a imagens em movimento. Mas, também, uma notícia num jornal online pode incorporar imagens potenciadas pela hipertextualidade e interatividade, o que não ocorre no jornal em papel.

A imagem, seja fixa ou em movimento, acompanhada de som em alguns casos, confere ao próprio texto uma natureza multimédia. A leitura é complementada por imagens e sons, numa estrutura bem mais complexa do que numa notícia em papel. Trata-se de um jornalismo contextualizado que se caracteriza pelo surgimento de um contexto que ajuda o leitor a compreender melhor a notícia num ato de maior imersão (Pavlik, 2004). O enriquecimento desse contexto através da imagem só é possível pela capacidade de multimédia e de hipertexto do ciberjornal.

Atualmente a imagem pode aparecer unida ao vídeo, para que o leitor possa ver um acidente, uma manifestação, uma reunião de representantes do setor público, etc.

É patente que, em redor desta rapidez da informação e da crescente interatividade, o ciberjornal está sujeito a uma constante experimentação na integração de outras ferramentas com a imagem (móvel ou fixa), a saber: o som, o texto e o hipertexto.

Esta ideia tem na sua génese a multimedialidade que se refere à convergência dos formatos dos média tradicionais, como a imagem, o texto e o som, na narração do facto jornalístico (Palacios et al., 2002). Também Salaverría (2005) refere que a multimedialidade consiste na “capacidade outorgada pelo suporte digital, de combinar numa só mensagem pelo menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som” (Salaverría, 2005, p. 32).

A análise da multimedialidade de um ciberjornal encontra-se dividida em 4 grupos:

1. Fotografia;
2. Vídeo;
3. Áudio;
4. Infografia.

No presente estudo, centra-se a análise num desses elementos: a fotografia.

METODOLOGIA

Amostra

Para delimitar o corpus de análise, designadamente, que jornais que seriam objeto da investigação, procurou-se seguir um conjunto de critérios que combinassem vários fatores almejando resultados tão rigorosos quanto possível. Foram estabelecidos os seguintes critérios de inclusão:

- Devem ser jornais generalistas com várias secções que contemplem as áreas nacional, internacional, sociedade, cultura e desporto.
- A par da edição digital, devem ter origem num jornal em papel não gratuito.
- Devem ser escritos em língua portuguesa e editados em Portugal.
- Devem ter um caráter informativo nacional e não regional.

Daqui resulta uma amostra constituída pela edição online dos cinco jornais diários portugueses generalistas pagos, que também dispõem de versão em papel, com distribuição nacional, indicados a seguir (em ordem alfabética): o Correio da Manhã (cmjornal.pt), o Diário de Notícias (dn.pt), o i - Inevitável (ionline.pt), o Jornal de Notícias (jn.pt), e o Público (publico.pt). (Tabela 1).

Tabela 1. Ciberjornais da amostra

CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA					
TÍTULO	REGISTO ERC N.º	PERIODICIDADE	ÂMBITO	SUPOORTE	CLASSIFICAÇÃO
Correio da Manhã	106 585	Diária	Nacional	Papel / Online	Informação geral
Diário de Notícias	101 326	Diária	Nacional	Papel / Online	Informação geral
i - Inevitável	125 624	Diária	Nacional	Papel / Online	Informação geral
Jornal de Notícias	104 341	Diária	Nacional	Papel / Online	Informação geral
Público	114 410	Diária	Nacional	Papel / Online	Informação geral

Fonte: Base de Dados ERC

Para além dos critérios anteriormente enumerados a escolha dos jornais teve em consideração dois aspetos centrais: serem os principais jornais online portugueses de informação geral, de distribuição nacional de grande tiragem e também que se

organizam em áreas de atuação semelhante.

Tabela 2. Registo do domínio – ciberjornais

REGISTO DO DOMÍNIO - PUBLICAÇÃO ONLINE			
TÍTULO	DOMÍNIO	REGISTO DOMÍNIO	PUBLICAÇÃO ONLINE
Correio da Manhã	correiomanha.pt	13/12/1995	19/03/1998
	correiodamanha.pt	15/02/2001	
	cmjornal.pt	25/05/2009	
Diário de Notícias	dn.pt	28/12/1995	29/12/1995
i - Inevitável	ionline.pt	16/04/2018	07/05/2009
Jornal de Notícias	jnoticias.pt	05/03/1996	26/07/1995
	jn.pt	12/10/1998	
Público	publico.pt	11/05/1995	22/09/1995

Fonte: Elaboração própria

Período de observação
A análise ocorreu em três dias da semana (terça- feira, quinta-feira e sábado), com dois períodos de observação diários distintos (9h00 e 18h00), durante

três semanas, em cada dos cinco ciberjornais estudados (Tabela 3). Assim, para a análise da multimedialidade obtivemos um total de 90 observações da homepage.

Tabela 3. Períodos de observação dos ciberjornais

PERÍODOS DE OBSERVAÇÃO							
CORREIO DA MANHÃ DIÁRIO DE NOTÍCIAS I - INEVITÁVEL JORNAL DE NOTÍCIAS PÚBLICO							
ANÁLISE DO DESIGN				ANÁLISE DA MULTIMIDIALIDADE			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3
Seg	22/01/18	29/01/18	05/02/18	Ter	30/01/18	06/02/18	13/02/18
Qua	24/01/18	31/01/18	07/02/18	Qui	01/02/18	08/02/18	15/02/18
Dom	28/01/18	04/02/18	11/02/18	Sáb	03/02/18	10/02/18	17/02/18
Ciclos de observação por dia às 9h00 e às 18h00							

Fonte: Elaboração própria

A fotografia

Número de fotografias
A fotografia é, sem dúvida, o recurso multimédia com maior predominância no ciberjornal. Nesta fase da análise

procedeu-se à contabilização do número total de fotografia na homepage e, para o efeito, foram definidos os seguintes critérios de contagem: não contabilizar as fotografias dos meios de publicidade, das secções dos suplementos do ciberjornal,

bem como aquelas que apenas procedem à identificação de autores ou jornalistas.

A tabela 4 refere-se ao número de fotografias observadas no segundo registo diário, ou seja, pelas 18h00; esta opção

justifica-se pelo facto de ser mais significativo, embora pouco relevante, o número de fotografias no segundo horário da observação (18h00) diária quando comparado com o primeiro horário de observação (9h00).

Tabela 4. Análise da Multimedialidade - Número total de fotografias

NÚMERO TOTAL DE FOTOGRAFIAS										
DATA	Correio da Manhã		Diário de Notícias		i - Inevitável		Jornal de Notícias		Público	
	9h00	18h00	9h00	18h00	9h00	18h00	9h00	18h00	9h00	18h00
30/01/2018	34	26	55	57	39	40	38	34	81	89
02/02/2018	29	28	57	53	36	35	33	36	49	73
03/02/2018	29	30	59	65	39	41	33	37	43	44
06/02/2018	29	33	54	55	41	36	29	31	68	62
08/02/2018	27	28	59	59	35	41	23	40	62	73
10/02/2018	31	36	56	54	44	44	35	34	39	40
13/02/2018	37	34	59	60	43	35	37	40	54	55
15/02/2018	43	34	61	56	34	38	35	37	64	65
17/02/2018	37	35	62	61	36	37	31	33	52	72

Fonte: Elaboração própria

Da amostra estudada no período de observação, verificou-se que o Público é aquele que apresenta o maior número de fotografias, num total de 89. Os registos mais baixos do Público são no mesmo dia da semana (sábado) e ocorrem em semanas distintas (3 e 10 de fevereiro de 2018). De qualquer modo, quando é efetuada a comparação com outros ciberjornais, nomeadamente, o i – Inevitável, o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias, as fotografias apresentadas no Público continuam a ser superiores. Assim, os valores mais altos observados no i – Inevitável, no Correio da Manhã e no Jornal de Notícias estão ligeiramente abaixo do valor mais baixo do Público. O Público, quando comparado com os outros ciberjornais, em certos dias apresenta na sua homepage mais do dobro das fotografias. O Diário de Notícias é o segundo ciberjornal a apresentar o maior número de fotografias com o registo

máximo de 65, no dia 3 de fevereiro de 2018.

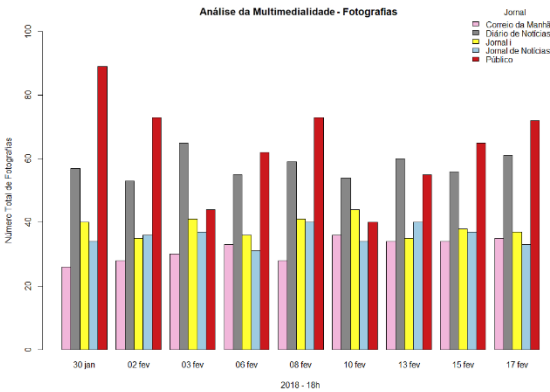


Figura 1. Análise da Multimedialidade – Fotografias.

Fonte: Elaboração própria

Na tabela 4 é indicado o número total de fotografias, de cada um dos ciberjornais, como referência aos 9 dias de observação no horário das 18h00.

Tabela 5. Medidas Descritivas de Localização e Dispersão – Fotografias (9 dias às 18h00)

MEDIDAS DESCRITIVAS DE LOCALIZAÇÃO E DISPERSÃO DO NÚMERO DE FOTOGRAFIAS					
	Mínimo	Máximo	Mediana	Média	Desvio-padrão
Correio da Manhã	26	36	33	31,6	3,609
Diário de Notícias	53	65	57	57,6	3,833
i - Inevitável	35	44	38	38,6	3,127
Jornal de Notícias	31	40	36	35,8	3,073
Público	40	89	65	63,7	15,46

Fonte: Elaboração própria

Apresentamos o número mínimo de fotografias registado em cada ciberjornal, onde o Correio da Manhã é o que tem o menor número de fotografias com o total de 26; o registo máximo observado é no Público com 89 fotografias no total. Calculámos a média de fotografias correspondente a cada um dos ciberjornais para saber em concreto qual o número de fotografias médio de cada jornal. Assim, obtivemos os seguintes resultados por ordem crescente do número de fotografias: Correio da Manhã (31,6), Jornal de Notícias (35,8), i – Inevitável (38,6), Diário de Notícias (57,6) e Público com maior incidência de (63,7).

Por outro lado, foi ainda calculado o desvio-padrão (medida de dispersão relativamente à média amostral) para apurar o grau de homogeneidade que a amostra tem. Assim, chegou-se à conclusão de que o desvio-padrão em todos os jornais é relativamente baixo: o valor mais baixo foi registado no Jornal de Notícias com uma dispersão de 3,073 e o valor mais alto no Público com uma dispersão de 15,46. O Público é o que apresenta o maior desvio-padrão porque a dispersão da amostra é muito grande: entre as 40 e as 89 fotografias.

Utilidade da fotografia

A categoria da utilidade da fotografia avalia três variáveis: fotografia como complemento (se a fotografia realça ou enriquece o texto), a fotografia como recurso ou ilustração (se a fotografia não

faz parte da notícia ou se a informação pode ser entendida sem ela) e a fotografia como elemento independente (se as fotografias não têm ligação com qualquer elemento informativo).

Nos gráficos seguintes (Figura 2) e (Figura 3) é apresentada a percentagem de fotografias quanto à sua utilidade, sendo possível comparar os casos em que estas se apresentam ou como complemento ou como recurso ou como ilustração. Dessa observação conclui-se que as fotografias na homepage de cada ciberjornal têm, sobretudo, a função de recurso ou como ilustração, ou seja, as fotografias não fazem parte da notícia ou têm um carácter acessório, pois a notícia pode ser entendida sem a presença da fotografia. No período de observação, e em relação à variável da fotografia como elemento independente, verificamos que apenas o Diário de Notícias apresentava uma evidência com estas características, com uma representação de 2%, e, por isso, dada essa escassa relevância, optamos por não a representar em nenhum gráfico.

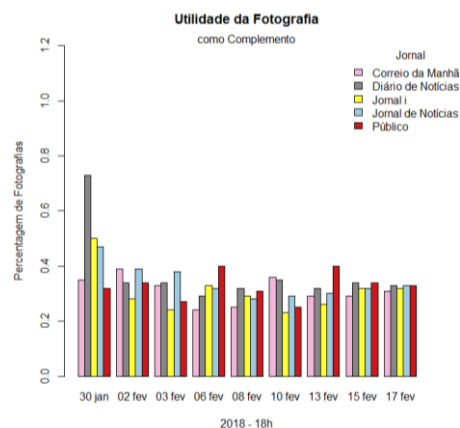


Figura 2. Utilidade das Fotografias (complemento).

Fonte: Elaboração própria

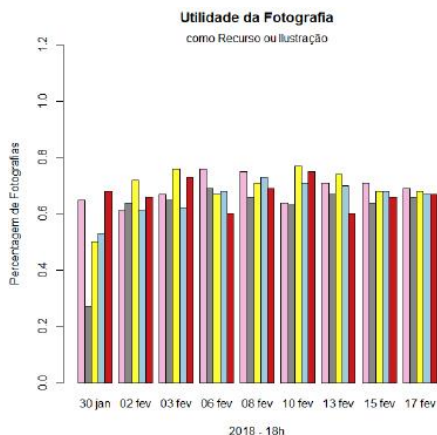


Figura 3. Utilidade das Fotografias (recurso ou ilustração).

Fonte: Elaboração própria

Forma e localização da fotografia

Para a localização das fotografias foram definidas três variáveis: integrada na zona de notícias, integrada na zona de notícias destacada e/ou separada e separada formando galeria de fotografias.

Ao longo de todos os dias não observamos, nos diferentes ciberjornais, grandes alterações, pelo que podemos considerar relativamente homogênea a frequência da percentagem em cada um dos ciberjornais ao longo do período de observação, bem como quando comparamos os ciberjornais entre si. Podemos realçar um desvio a este resultado, em relação à variável fotografia separada formando galeria de fotografias, no dia 30 de janeiro de 2018, já que a percentagem apresentada por cada um dos ciberjornais é muito baixa, não chegando a 15%.

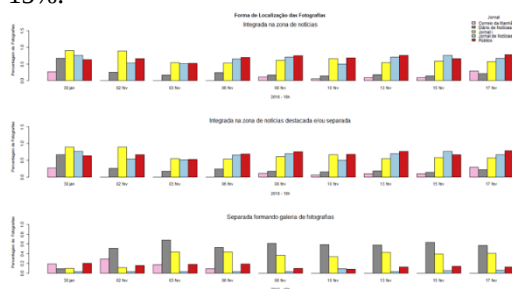


Figura 4. Forma de Localização das Fotografias.

Fonte: Elaboração própria

Da análise das três variáveis apresentadas quanto à forma e localização, podemos, então, destacar que o maior número de fotografias aparece integrada na zona de notícias, com uma diferença percentual baixa em relação às fotografias integradas na zona de notícias destacada e/ou separada no ciberjornal. Por seu turno, a fotografia separada formando galerias de fotografias, em alguns ciberjornais, é praticamente inexistente ou mesmo totalmente inexistente em alguns dos dias observados; é o caso do Correio da Manhã que, nos dias 8, 10, 13, 15 e 17 não apresenta qualquer frequência; o Jornal de Notícias tem incidências mais baixas em todos os dias da observação; o Público, ainda que tenha mais observações do que o Jornal de Notícias, regista frequências muito baixas; destaca-se o Diário de Notícias que tem sempre os valores mais elevados, com a exceção do dia 30 de janeiro de 2018; o i – Inevitável é o segundo ciberjornal que se destaca mais nesta variável (Figura 4).

Autoria

Quanto à autoria das fotografias, durante todo o período da observação, essa referência foi identificada apenas num ciberjornal e num único dia. O registo ocorreu no Público, no dia 2 de fevereiro de 2018, na observação das 9h00. Para além da identificação do nome do jornalista, que é a ação mais frequente, nesse dia verificámos, também, que foi identificado o nome do fotógrafo.

Secção

Nesta categoria pretendemos apurar se as fotografias identificam a secção a que pertencem. Observámos que o Diário de Notícias é aquele que identifica num maior número de vezes a secção da fotografia

(72,95%); segue-se o Jornal de Notícias (71,91%) e o Correio da Manhã (63,48%); o i – Inevitável tem poucos registos (18,79%); e o Público não identifica a secção de nenhuma fotografia (Tabela 6).

Tabela 6. Fotografias – Secção.

FOTOGRAFIAS - SECÇÃO					
	Correio da Manhã	Diário de Notícias	i – Inevitável	Jornal de Notícias	Público
Identifica a secção a que pertence	63,48%	72,95%	18,79%	71,91%	0%
Não identifica a secção a que pertence	36,52%	27,05%	81,21%	28,09%	100%

Fonte: Elaboração própria

CONCLUSÃO

Verifica-se um recurso expressivo às fotografias, cuja utilidade caracterizámos como recurso ou ilustração, ou seja, as fotografias não fazem parte da notícia ou têm um carácter acessório, pois a notícia pode ser entendida sem a presença da fotografia. Neste modelo, não surgem como elemento independente, o que apenas aconteceria se não tivessem ligação com qualquer elemento informativo.

As fotografias são integradas em zona de notícias e, portanto, em termos de localização, não se encontram segregadas numa zona específica. Não é relevante o recurso às galerias de imagens, mas, quando existem, são acompanhadas de setas de navegação.

As principais características das fotografias focam-se no seu formato quadrado e no facto de serem a cores, por oposição ao inexpressivo recurso a fotografias a preto e branco.

BIBLIOGRAFIA

Armentia Vizuet, J. I. (2007). La lenta evolución del diseño periodístico en la Red. Em A. Larrondo Ureta e A. Serrano Tellería (Eds.), *Diseño periodístico en internet*. (pp. 31-60). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Bednarek, M., & Caple, H. (2017). *The Discourse of News Values: How News Organizations Create Newsworthiness*. Oxford University Press.

Caple, H. (2017). Visual media. The importance of visuals as partners in the news. Em C. Cotter & D. Perrin (Eds.), *The Routledge Handbook of Language and Media*. Routledge.

Palacios, M. (Ed.) (2011). *Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo*. Vol. 1: Modelos. Covilhã: Livros Labcom, UBI.

Palácios, M., Mielniczuk, L., Barbosa, S., Ribas, B., & Narita, S. (2002). Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português. *Comunicarte, Revista de Comunicação e Arte*, 1(2). http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf

Pavlik, V. J. (2004). *A Sea-Change in Journalism: Convergence, Journalists, their Audiences and Sources*. London: Sage.

Peltzer, G. (1991). *Jornalismo Iconográfico*. Lisboa: Planeta Editora.

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, S.A.

Salaverría, R. (Ed) (2005). *Cibermedios - El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Seddon, T., & Waterhouse, J. (2009). *Graphic Design for Non-designers*. UK: Rotovision.