



## **A mudança na dinâmica dos portais paraenses a partir da web 2.0: um estudo da interatividade no Jornalismo Digital no Pará<sup>1</sup>**

Maíra de Cássia Evangelista de Sousa<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

### **RESUMO**

Com o processo de revolução técnico-científica, denominado de 3ª Revolução Industrial, deu-se início a era da informação, que possibilitou a difusão de informações no meio digital e a digitalização dos conteúdos das mídias analógicas, possibilitando assim a convergência de todas as mídias em uma só: a mídia digital. O Jornalismo passou a utilizar essa nova ferramenta da comunicação: a internet. No estado do Pará, o primeiro site jornalístico foi criado no ano de 1997, e desde então, empresas de comunicação do Estado passaram a investir no Jornalismo Digital. No início deste século, surgiu a web 2.0, e com ela diversas ferramentas de interação. O presente artigo tem como objetivo principal entender de que maneira ocorre a interatividade, no jornalismo digital paraense. Para o desenvolvimento do estudo tomou-se como *corpus* virtual o Portal ORM e o Portal Diário On-line.

**PALAVRAS-CHAVE:** Internet; Jornalismo Digital; Interatividade; Pará.

### **Introdução**

O principal objetivo deste artigo é fazer uma discussão sobre como se dá a interatividade no Jornalismo Digital Paraense. Levando em consideração que no início deste século, surgiu a web 2.0, e com ela diversas ferramentas de interação, o que possibilitou a efetivação da principal característica da internet, que é a comunicação “todos-todos”, ou seja, todos são emissores e receptores de conteúdos.

Para a análise da interatividade no Jornalismo Digital Paraense serão utilizados como *corpus* virtual os dois principais portais de Jornalismo Digital do Estado:

a) Portal ORM ([www.orm.com.br](http://www.orm.com.br)): faz parte das Organizações Rômulo Maiorana (detentora dos jornais impressos: O Liberal e Amazônia, da Rádio Liberal: AM, FM e CBN, e, da TV Liberal). No estado do Pará é o pioneiro no jornalismo digital, tendo sua primeira página na internet, no ano de 1997.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Especialista em Jornalismo Digital e graduada em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo. Email: [jornalista.maira@gmail.com](mailto:jornalista.maira@gmail.com)



b) Diário On-line ([www.diarioonline.com.br](http://www.diarioonline.com.br)): faz parte do grupo RBA de Comunicação (detentor do jornal impresso Diário do Pará, das Rádios: Clube e 99 FM, e, da TV RBA). Foi criado em 2003.

Esses dois portais de propriedade de empresas de comunicação situadas no Estado do Pará são os mais destacados projetos jornalísticos do estado, no campo digital, por isso foram selecionados como *corpus* virtuais, objetos de análise neste trabalho.

Analisar a realidade do jornalismo digital no Pará significa tomar conhecimento de um aspecto importante da história da região. Um aspecto, que não pode ser percebido de forma isolada, pois, se de um lado a comunicação em rede padroniza comportamentos, essa mesma comunicação favorece o conhecimento da diversidade, da heterogeneidade, pois conforme afirma Dutra:

A Amazônia, entendida como espaço físico-geográfico e humano, não constitui algo homogêneo nem um vazio, como essas noções se fazem presentes nos textos midiáticos. Aqui, sobrevivem grupos aos quais a mídia, com frequência, chama de “povos da floresta”, às vezes, “povos da Amazônia”, para os quais torna-se familiar a presença de antenas parabólicas, sucedâneas do rádio, tornando presentes, no lugar, realidades do mundo contemporâneo (DUTRA, 2005, p. 17)

O Pará é um dos estados brasileiros que está menos incluído digitalmente como poderemos ver ao longo deste artigo. Os mais destacados projetos jornalísticos do estado, no campo digital, concentram-se na capital, Belém. Atualmente, são poucos os estudos que falam de comunicação e jornalismo digital no Estado do Pará. Por isso, a importância desta pesquisa que pretende mostrar como ocorre a interatividade no jornalismo digital paraense.

Para o direcionamento do estudo sobre o assunto proposto foram estabelecidas algumas questões orientadoras: Como se desenvolveu o jornalismo digital no Pará? Ocorre a interatividade nos dois portais regionais estudados? De que maneira se dá essa interação?

Os procedimentos metodológicos adotados no processo de coleta de dados e informações foram os seguintes: a) pesquisa bibliográfica para construção do referencial teórico; b) levantamento de informações sobre os dois principais portais regionais situados na cidade de Belém-PA; c) entrevistas<sup>3</sup> com profissionais das áreas de

---

<sup>3</sup>Durante o período de pesquisa os coordenadores do Portal ORM e do Portal Diário On-line foram entrevistados individualmente para obtenção de informações sobre os sítios jornalísticos. Também foram ouvidos funcionários e



comunicação e informática que trabalharam nas empresas proprietárias dos portais em estudo; d) análise dos dois portais: ORM e Diário Online.

O artigo está dividido da seguinte forma: inicialmente, será feito um breve histórico do surgimento da internet e da web. Em seguida, será feita uma abordagem dos conceitos de Comunicação e Jornalismo Digital. E por fim, histórico do Jornalismo Digital Paraense, para que assim, possa ser compreendido quando começa a ocorrer interatividade nos portais em estudo e de que forma ela se deu.

O período de estudo foi desde 1997, quando surge o primeiro site jornalístico no Pará, até o momento atual (2011).

## **2 O surgimento da internet e da web**

A internet surgiu em 1969, quando a ARPA (*Advanced Research and Projects Agency*), uma organização de defesa Estadunidense focada na pesquisa de informações, para o serviço militar criou a Arpanet, rede de computadores. Essa rede possuía uma tecnologia revolucionária de transmissão de telecomunicações, a comutação por pacotes. Assim, havia uma conexão entre as bases militares de forma descentralizada, ou seja, cada computador detinha uma parte da informação. No caso de um ataque ao sistema, não seriam perdidas todas as informações.

Com o fim da Guerra fria, os militares concederam o uso dessa rede às comunidades científicas e posteriormente, às universidades norte-americanas. Em pouco tempo, outras universidades espalhadas pelo mundo já estavam usando a Arpanet.

Em 1986, a NSF (Fundação Nacional de Ciência) desenvolveu uma rede, chamada de NSFNET, conectando os pesquisadores dos EUA por meio de grandes centros de informática e computadores.

Em 1990, a Arpanet foi retirada de circulação. Com a tecnologia das redes de computadores, no domínio público, e as telecomunicações plenamente desreguladas, a NSF tratou logo de encaminhar a privatização da internet (CASTELLS, 2003, p.15).

Nessa época, a maioria dos computadores dos Estados Unidos da América tinham capacidade de se conectar à rede. Pois anos antes, ainda na década de 1980, o Departamento de defesa decidiu comercializar a tecnologia da internet, financiando a

---

ex-funcionários das duas empresas para o melhor esclarecimento sobre o desenvolvimento e histórico destes dois portais. Algumas das entrevistas ocorreram pessoalmente, e outras por telefone.



fabricação de computadores com a tecnologia TCP/IP. Isso lançou os alicerces para a difusão da interconexão em redes. Em 1995, a NSFNET foi extinta, abrindo caminhos para a operação privada da internet. (CASTELLS, 2003, p.15).

A Arpanet não foi o único empreendimento que contribuiu para o surgimento da internet, entretanto, este trabalho se limita à análise dessa rede de informação.

No Brasil, a internet chegou nas universidades em 1991, com a Rede Nacional de Pesquisa (RPN). Em 1994, a Embratel iniciou o serviço comercial de acesso à internet. No ano 2000, surgiram provedores de acesso gratuitos, como o IG. Em 2001, chegou a conexão Banda Larga, via-satélite. Em 2004, a conexão sem fio à internet (*wireless*) torna-se mais comum.

Em 1990, Tim Berners Lee propôs o *World Wide Web* (WWW), um sistema hipertexto para documentação de projetos. Porém, foi Ted Nelson, que em 1963, pensou em um hipertexto de informação. Em 1993, foi criado o *browser Mosaic*, o primeiro navegador com interface gráfica.

Embora a internet tivesse começado na mente dos cientistas da computação no início da década de 1960, uma rede de comunicações por computador tivesse sido formada em 1969, e comunidades dispersas de computação reunindo cientistas e hackers tivesse brotado desde o final da década de 1970, para a maioria das pessoas, para os empresários e para a sociedade em geral, foi em 1995 que ela nasceu. (CASTELLS, 2003, p.19).

Com o avanço das tecnologias, a web também avançou. Por volta do ano de 2004, começa-se a falar em web 2.0:

O termo Web 2.0 foi usado pela primeira vez como nome de uma série de conferências sobre o tema em 2004, popularizando-se rapidamente desde então. A idéia sugere uma segunda geração de páginas na internet, e a principal diferença para a anterior – a Web 1.0 – seria o conceito de troca de informações e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais. Mais do que isso, seria também o compartilhamento com o usuário da responsabilidade pela gestão do conteúdo publicado na internet. (MACHADO, LOHMANN, HAGUENAUER, 2009, p. 03)



Essa nova configuração da web trouxe inúmeras possibilidades de comunicação na rede, e interação entre os usuários. Dentre elas pode-se destacar: a) o *voip*<sup>4</sup>, que permite a comunicação instantânea, simultânea e em múltiplas formas - ouvir, ver e falar - entre pessoas que estejam localizadas nos mais diferentes lugares do planeta. b) os *blogs*<sup>5</sup>, que no início eram considerados um diário virtual, e que hoje servem como espaço para que usuários da rede possam postar textos, imagens, vídeos, documentos em áudio, podendo contribuir na formação da opinião sobre determinados assuntos e possibilitar a interação entre os internautas, que podem postar comentários a partir de um texto inicial.

A partir dos *blogs* surgiram os *microblogs*<sup>6</sup>, em que todos podem postar informações. Recentemente, o *Twitter*<sup>7</sup>, o mais comum no Brasil, tem sido muito usado para pautar as outras mídias. Grande parte dos portais possui uma conta no *Twitter*, com o objetivo de acessar e disponibilizar informações.

Com as novas possibilidades de interação disponibilizadas na web, cada vez mais é ratificada a principal característica da rede: todos podem acessar e disponibilizar informações na rede, o que Wolton (2007) chamou de lógica de demanda. As tecnologias digitais, diferentemente das mídias tradicionais, oferecem o modelo chamado “todos - todos”. Pois, todos são emissores e receptores dos conteúdos disponibilizados nessa nova mídia

### 3 Comunicação Digital

Com o advento das tecnologias digitais, em especial da internet, a comunicação tem a possibilidade de usar novas ferramentas que integrem textos, imagens e sons (sistema multimídia), “interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido

---

<sup>4</sup>VoIP (Voice over Internet Protocol) é uma tecnologia que permite a transmissão de voz por IP – computadores – tornando possível a realização de chamadas telefônicas com qualidade pela Internet. O *voip* usa vários softwares para comunicar-se, entre eles, o mais popular é o *skype*.

<sup>5</sup> “Um blog pode ser entendido como um formato específico de atualização de página da web, baseado em porções de conteúdo dispostas em ordem cronológica inversa, geralmente criado a partir de uma ferramenta específica para essa finalidade, e que pode apresentar recursos adicionais típicos, como comentários, *blogroll*, *trackback* e *RSS*. Os *blogs* geralmente possuem uma temática definida e são escritos por um único autor, ou por um coletivo de autores. Disso decorre uma característica importante dos *blogs*: *blogs* são espaços pessoais”, (ZAGO, 2008).

<sup>6</sup> “Um *microblog* parte da ideia de um *blog* (atualizações em ordem cronológica inversa, possibilidade de comentários e *trackbacks*, *blogroll*), mas apresenta como singularidade o fato de que é adaptado para postagens de tamanho reduzido. A ideia é que haja uma maior facilidade de integração com outras ferramentas digitais, como celular e outros dispositivos móveis”, (ZAGO, 2008).

<sup>7</sup> *Twitter* é uma rede social e servidor para *microblogging* que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como “*tweets*”), por meio do website do serviço, por *SMS* e por softwares específicos de gerenciamento. As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las.



(real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível”. Esse sistema, “muda de forma fundamental o caráter da comunicação” (CASTELLS, 1999, p. 354).

### 3.1 Sistema Multimídia

Castells define o sistema multimídia como, um “sistema de comunicação eletrônica, formado [...] a partir da fusão da mídia de massa personalizada globalizada com a comunicação mediada por computadores”(1999, p. 387), que é caracterizado pela integração de diferentes veículos de comunicação e pelo potencial de interatividade. “Seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa” (1999, p. 394).

Lévy (1999, p. 65) diz que, o termo “multimídia” seria usado de forma correta, quando: “o lançamento de um filme dá lugar, simultaneamente, ao lançamento de um videogame, exibição de uma série de televisão, camisas, brinquedos etc. Nesse caso, estamos de fato frente a uma ‘estratégia multimídia’”. Pois seriam usadas várias mídias. Para ele, a forma que é empregada atualmente a palavra “multimídia” não é correta:

A informação tratada pelos computadores já não diz mais respeito apenas a dados numéricos ou textos (como era o caso até os anos 70), mas também, e cada vez mais, a imagens e sons. Portanto, seria muito mais correto, do ponto de vista lingüístico, falar de informações ou de mensagens multimodais, pois colocam em jogo diversas modalidades sensoriais (a visão, a audição, o tato, as sensações proprioceptivas). (LÉVY, 1999, p. 63)

O termo “multimídia” será usado para se referir a um sistema que integra texto, imagem e som

## 4 Jornalismo desenvolvido para a internet

### 4.1 Denominações



Existem várias denominações para o Jornalismo praticado na internet. Para conceituar essas denominações, será utilizada a definição de Mielniczuk (2003, p.40)<sup>8</sup>, que considera tanto a produção quanto a disseminação das informações.

**4.1.1) Webjornalismo:** produção jornalística para a web (interface gráfica da internet).

**4.1.2) Jornalismo on-line:** veiculação supostamente instantânea/ em tempo real de notícias, maioria das vezes, pelas tecnologias digitais.

**4.1.3) Ciberjornalismo:** é quando as tecnologias oferecidas pelas cibernética auxiliam o exercício do jornalismo, ou quando o jornalismo é praticado no ciberespaço.

**4.1.4) Jornalismo digital ou Multimídia:** é a produção e veiculação conjunta de conteúdos jornalísticos (texto, som e imagem) em formato digital.

**4.1.5) Jornalismo eletrônico:** seria toda a prática jornalística exercida em meio eletrônico, o que abrange a aparelhagem digital e a analógica.

Neste trabalho, será utilizada a terminologia “Jornalismo Digital”, uma vez que a palavra “jornalismo eletrônico” engloba as práticas analógicas, e a delimitação deste trabalho são as práticas digitais voltadas para a internet. Neste caso, “Jornalismo Digital” é a terminologia mais adequada.

## 4.2 As três gerações

Os modelos de produção de conteúdos jornalísticos desenvolvidos para a *web*, ao longo da última década, foram divididos em três momentos por Mielniczuk (2003, p. 48): - produtos de primeira geração ou fase da transposição, - produtos de segunda geração ou fase da metáfora; - e, produtos de terceira geração ou fase da exploração das características do suporte web.

**4.2.1) Primeira geração:** os produtos são cópias do conteúdo de jornais impressos para a web. Nessa geração, o jornal on-line corresponde à transposição de uma ou duas matérias de algumas editorias do jornal impresso. Os sites são atualizados a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso.

**4.2.2) Segunda geração:** ainda é ligado ao modelo do jornal impresso, no entanto, as empresas começam a explorar algumas ferramentas da rede. É quando surgem os: -

---

<sup>8</sup>MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.



links para chamar as notícias que acontecem no período entre as edições do impresso; - e-mail como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre leitores, através de fóruns de debates; - hipertexto passa a ser utilizado na elaboração das notícias; - últimas notícias, para as notícias de última hora.

**4.2.3) Terceira geração:** passam a surgir tentativas de explorar e colocar em prática as potencialidades oferecidas pela web para fins jornalísticos. Passam a ser usados: - recursos multimídia e de interatividade (chats, enquetes, fóruns de discussões); - opções para a configuração de acordo com os interesses de cada usuário; - o hipertexto passa a fazer parte da narrativa jornalística; - atualização contínua no webjornal.

### 4.3 Características

Palácios (2003) divide as possibilidades oferecidas pela internet, ao jornalismo desenvolvido para a *web*, em seis características, que são: customização de conteúdo, personalização, hipertextualidade, interatividade, instantaneidade-atualização contínua, memória e multimídia-convergência.

**4.3.1) Multimídia/ Convergência:** se dá a partir da convergência das mídias tradicionais (imagem, texto, som) na notícia na internet. Esse processo é possível, devido à digitalização da informação, e à possibilidade de circulação e/ou disponibilização do conteúdo em diversas plataformas e suportes.

**4.3.2) Interatividade:** é a possibilidade do usuário sentir-se mais diretamente parte do processo jornalístico, podendo comentar uma matéria, participar de fóruns de discussões, conversar através de chats e e-mails com os responsáveis pelo site e/ou outros usuários. O fato de o usuário escolher o site que vai navegar, a notícia que vai ler (leitura não-linear), também é uma forma de interatividade.

**4.3.3) Hipertextualidade:** é a ligação - através de links - um texto a outros textos complementares (fotos, sons, gráficos, vídeos, animações), outros sites relacionados ao assunto.

**4.3.4) Customização de conteúdo/ Personalização:** é a configuração dos assuntos jornalísticos de acordo com os interesses de cada usuário.

**4.3.5) Memória:** é recuperação de notícias passadas, através de ferramentas de buscas ou do aproveitamento de notícias anteriores para complementar uma mais atual.



**4.3.6) Instantaneidade/ Atualização Contínua:** é a atualização das notícias em tempo real, propiciadas pela rapidez de acesso, e pela facilidade de produção e de disponibilização de informação.

## 5 Jornalismo Digital Paraense

O jornalismo digital tornou-se uma realidade no Brasil, nos últimos 16 anos. O Pará é o segundo maior estado do Brasil, com uma dimensão territorial de 1.247.689515 km<sup>2</sup>, está localizado na região Norte, longe do centro-sul onde acontecem as principais inovações tecnológicas do País. Por causa de sua dimensão demográfica torna-se difícil a comunicação em áreas mais afastadas:

Durante muitos anos o isolamento desta região do restante do país denunciou claramente, a lógica do colonialismo interno. O que talvez não seja tão claro, para quem não conhece a região, é o isolamento imposto entre os estados, que se torna um grande obstáculo para diversas ações, dentre elas a comunicação. (MALCHER & BRITO, 2007, p. 99)

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e publicados em dezembro de 2009, na revista EXAME<sup>9</sup>, somente 8,2% das residências do Pará possuem internet, deixando o estado em vigésimo quinto lugar no ranking, na frente apenas do estado vizinho, o Maranhão.

No Pará, os primeiros registros de sites jornalísticos na internet datam de 1997. O site “O Liberal Online” que funcionava transpondo as matérias consideradas mais importantes, publicadas no jornal impresso O Liberal, foi o primeiro sítio de conteúdo jornalístico do Pará.

Em 2002, surgiu o site da Rede Cultura de Comunicação<sup>10</sup>. Ele surgiu inicialmente como um site institucional, ligado à Assessoria de Comunicação do Órgão. E em 2003, entrou no ar o “Portal Cultura”, no lugar do site institucional da Rede Cultura de Comunicação, com atualização contínua de notícias.

---

<sup>9</sup> EXAME 2009-2010. Editora: Abril. Dezembro/ 2009.

<sup>10</sup> Esse site ainda existe. É o Portal Cultura [www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br), no entanto, não será analisado pois, atualmente, está passando por algumas mudanças e está divulgando, em sua maioria, notícias culturais e da programação da Rede Cultura de Comunicação.



No ano de 2003, também entrou na rede o site “Diário do Pará”, veiculado ao jornal impresso Diário do Pará. Esse fazia apenas a transposição dos conteúdos mais importantes do jornal impresso.

Ainda em 2003, passou a existir no o “Liberal On-line” a seção ‘Últimas Notícias’, e um jornalista foi contratado para cuidar somente dessa seção.

No dia 29 de abril de 2004, entrou no ar o Portal ORM, no lugar do “Liberal on-line”. A partir dessa data, o portal passou a ter conteúdo jornalístico próprio, produzido por uma redação exclusiva para o portal. Com o Portal ORM as programações das rádios AM e FM passaram a ser transmitidas em tempo real pelo portal, e os jornais da ‘TV Liberal’ passaram a ser disponibilizados em formato digital no portal.

Em 2006, o Portal ORM passou a ter uma versão móvel exclusivamente para celular.

Em março de 2007, passou a existir também a seção ‘Últimas Notícias’ do site “Diário do Pará”.

Em junho de 2007, entrou no ar a seção ‘ORM Repórter’ no Portal ORM. Nessa seção, os usuários podem enviar matérias e fotos que serão publicadas na página ‘ORM Repórter’.

No dia 10 de fevereiro de 2008, o site “Diário do Para” passou a ter a ‘Edição Eletrônica’ do jornal impresso, que é o conteúdo do jornal impresso todo digitalizado para o site. E em Abril desse mesmo ano, entrou no ar ‘O Liberal Digital’, a versão digitalizada do jornal impresso disponível no Portal ORM.

No dia 22 de agosto de 2008, entrou na rede o novo site “Diário do Pará”. Ele passou a ter conteúdo próprio, com uma redação exclusiva. Também passou a ter espaço para comentários nas matérias, e, alguns conteúdos jornalísticos importantes, veiculados na TV RBA e na Rádio 99 FM, passaram a ser digitalizados e disponibilizados nele. Foi criado o ‘Leitor Repórter’, espaço em que o usuário pode enviar vídeos, fotos e textos, colaborando com as notícias do site; e, as ‘Enquetes’ que normalmente são perguntas relativas a um assunto polêmico da semana.

No dia 3 de março de 2010, entra na rede a nova página do Portal ORM. A principal mudança foi em relação ao layout, que ficou mais moderno, e disponibiliza espaço para um maior número de notícias na página inicial.

E em 21 de setembro de 2010, o então site “Diário do Pará” dá lugar ao Diário On-line. Além de uma nova cara, o novo portal traz novidades, como páginas exclusivas de música, jogos, ensaios fotográficos, e um canal chamado ‘Comunidade’, onde os



usuários podem criar uma página pessoal, para interagir através das redes sociais, e enviar fotos e vídeos.

Em 2010, o Portal ORM e o Diário Online entram na rede social *Twitter* para que os seus seguidores no microblog possam receber instantaneamente todas as notícias publicadas nos portais.

É importante contar a história e as mudanças pelas quais esses portais passaram, para poder entender um pouco das peculiaridades do jornalismo digital paraense, e principalmente, saber como vem ocorrendo essa interatividade.

## **6 Considerações Finais**

Sabe-se que o Pará é um dos estados brasileiros com menor nível de inclusão digital. Se comparar o histórico do Jornalismo digital no Brasil com o do Pará, pode-se afirmar que aqui as inovações chegam, em média, com dois anos de atraso (em relação ao centro-sul do país). E ainda hoje a rede mundial de computadores chega apenas nos principais centros urbanos do Pará.

Quanto às questões norteadoras deste artigo, pode-se afirmar que apesar de todos os problemas enfrentados pela região em relação às tecnologias digitais, o jornalismo desenvolvido para a internet no estado do Pará segue a tendência nacional: os sites começaram com a transposição de conteúdo dos jornais impressos, depois começam a incluir as últimas notícias, e só então, começaram a pensar em interatividade e conteúdo exclusivo para a internet.

No Pará essa interatividade começou, principalmente, a partir de 2007 com a seção ‘ORM Repórter’ do portal ORM, e é a partir de então que as empresas começam a investir em tecnologias digitais e a usar a web 2.0. Com isso, o Portal ORM e o Diário Online podem ser colocados na terceira fase do Jornalismo Digital. Pois as redações produzem conteúdos exclusivamente para a internet.

Quanto à interatividade, os dois portais em estudos oferecem possibilidades de interação aos usuários, principalmente, no que diz respeito ao comentário de matérias que é o mais comum. No entanto, os internautas também podem colaborar com o conteúdo divulgado nos portais enviando fotos, vídeos e até textos. E a novidade são as



redes sociais, em especial o *Twitter*, onde os dois veículos postam todas as notícias, que podem ser acessadas e/ou retwitadas<sup>11</sup> pelos seus seguidores.

É importante ressaltar que o Jornalismo Digital no Pará está em pleno desenvolvimento, e com isso, novas possibilidades de interação devem ser criadas durante os próximos anos.

### **Referências**

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra, v.1, 1999.

DUTRA, Manoel. **A natureza da TV**: uma leitura dos discursos da mídia sobre a Amazônia, biodiversidade, povos da floresta... Belém: Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (UFPA), 2005.

**EXAME** 2009-2010. Editora: Abril. Dezembro/ 2009.

FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo Digital**. 2. Edição. São Paulo: Contexto, 2004.

**INTERNET**: a porta de entrada para a comunidade do conhecimento – laboratório/SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação. – São Paulo: Paulinas, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

MACHADO, Mariana Martins; LOHMANN, Augusto de Freitas; HAGUENAUER, Cristina Jasbinschek. **O Jornalismo na web 2.0**. Revista EducaOnline. Volume 3 – nº 1 – Janeiro/ Abril de 2009. Disponível em  
<[http://www.latec.ufrj.br/revistaeducaonline/vol3\\_1/4\\_Jornalismo\\_na\\_Web\\_20.pdf](http://www.latec.ufrj.br/revistaeducaonline/vol3_1/4_Jornalismo_na_Web_20.pdf)>  
Acesso em 11 mar. 2010

MALCHER, Maria Ataíde ; BRITO, Rosaly de Seixas. Da oralidade à era digital: as questões comunicacionais na Amazônia. In: Melo, José Marques. (Org.). **Mercado e Comunicação na Sociedade Digital**. Santos: Unisanta; Unisantos e Unimonte, 2007, p. 89-110.

---

<sup>11</sup> O Retweet, mais conhecido como RT, é utilizado para você twitar para o seus seguidores algo que alguém twittou, mesmo que seus seguidores não sigam esse alguém. Ou seja, retransmitir a mensagem que uma das pessoas que você segue escreveu.



MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: Produção e edição de notícias on-line**. 2. Edição. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

**PORTAL DIÁRIO ON LINE**. Disponível em < [www.diarioonline.com.br](http://www.diarioonline.com.br) >. Acesso em 24 mar. 2011.

**PORTAL ORM**. Disponível em <[www.orm.com.br](http://www.orm.com.br)>. Acesso em 24 mar. 2011.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

\_\_\_\_\_. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina – 2. Edição, 2007.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características**. Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>> Acesso em 28 mai 2010