

Interatividade na Internet e o caso do Nexo Jornal

Mariana Maciel

Graduanda do curso de Jornalismo do Centro Universitário Internacional (Uninter), Curitiba, marianasmaciel.3@gmail.com.

Guilherme Carvalho

Doutor, professor de jornalismo do Centro Universitário Internacional (Uninter), Curitiba, guilhermegdecarvalho@gmail.com.

Agência de fomento: Uninter

Palavras-chave: Jornalismo. Nexo Jornal. Interatividade. Internet. Jornalismo digital.

• Introdução

O Nexo foi fundado em 24 de novembro de 2015, possui suporte de 28 profissionais de diferentes áreas – como Arte, Jornalismo, Tecnologia e Negócios. De acordo com o site eles se mantêm através de assinaturas, que custam 12 reais por mês ou 120 por ano. O objetivo deste trabalho foi descobrir como está sendo feita a interação desse site na seção “interativo”, classificando-a e vendo se há algo novo sendo feito.

• Metodologia

A metodologia consistiu em análise documental e observação sistemática com classificação de interatividade de Nassar e Padovani (2011).

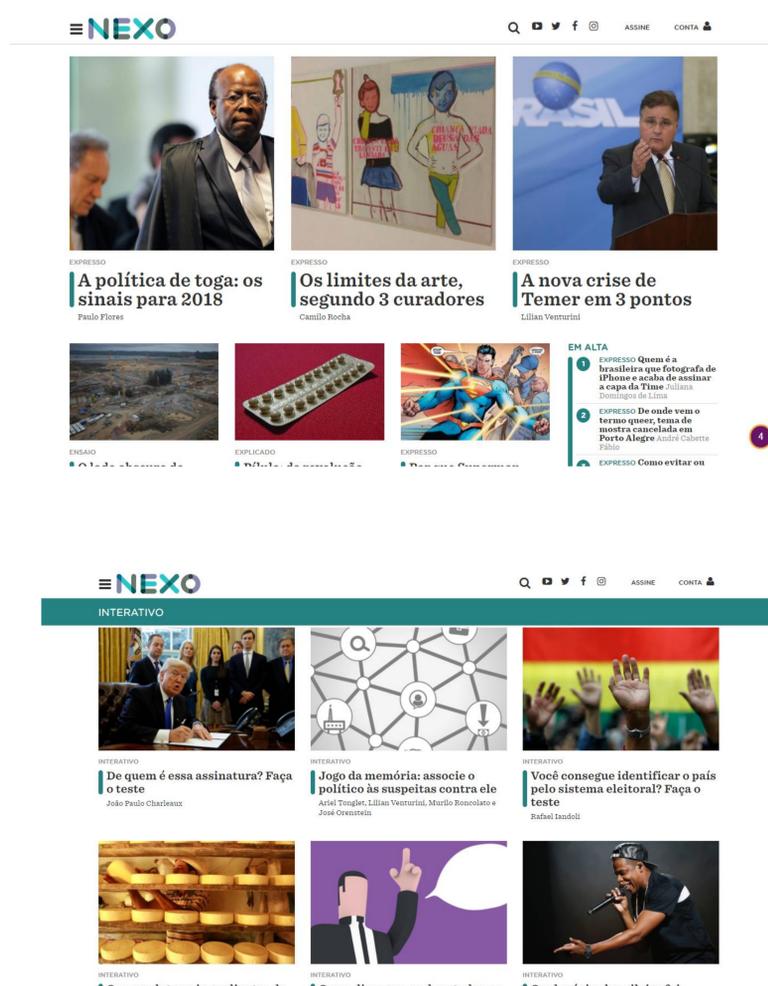
• Resultados

De acordo com análise documental e observação sistemática aplicadas à classificação de interatividade de Nassar e Padovani (2011), a parte ‘interativo’ do Nexo tem baixa interatividade.

• Referências

PALACIOS, Marcos. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. In: Revista PJ:BR, edição 04, 2º semestre de 2004. In: http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm. Acessado em: 11/09/2017.

NASSAR, Victor. Análise da participação dos usuários nos conteúdos de sites institucionais a partir dos níveis de interatividade. In: Intercom. São Paulo, v.40, n.1, p.121-142, jan/abr. 2017.



• Conclusões

Apesar do nome e da provável proposta de interatividade, o que a seção ‘interativo’ faz é liberar para o consumidor de seu conteúdo uma vivência de personalização.