

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

KAROLINA DE ALMEIDA CALADO

NARRATIVAS JORNALÍSTICAS NO TABLET: aspectos estruturais em produtos de notícia, com estudos de caso do *O Globo a Mais* e *Jornal do Commercio*

Recife
2014

KAROLINA DE ALMEIDA CALADO

NARRATIVAS JORNALÍSTICAS NO TABLET: aspectos estruturais em produtos de notícia, com estudos de caso do O Globo a Mais e Jornal do Commercio

Dissertação apresentada à coordenação do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. José Afonso da Silva Junior

Recife
2014

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

C141n Calado, Karolina de Almeida
Narrativas jornalísticas no *tablet*: aspectos estruturais em produtos de notícia, com estudos de caso do O Globo a Mais e Jornal do Commercio / Karolina de Almeida Calado. – Recife, 2014.
147 f.: il., fig.

Orientador: José Afonso da Silva Júnior.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2016.

Inclui referências.

1. *Tablet*. 2. Narrativas jornalísticas. 3. Estruturas. 4. Aplicativos. 5. Remediação. I. Silva Júnior, José Afonso da (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.) UFPE (CAC 2016-219)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

KAROLINA DE ALMEIDA CALADO

NARRATIVAS JORNALÍSTICAS NO TABLET: aspectos estruturais em produtos de notícia, com estudos de caso do *O Globo a Mais* e *Jornal do Commercio*

Dissertação defendida e aprovada pela banca examinadora composta pelos seguintes professores:

Prof. Dr. José Afonso da Silva Junior
Orientador

Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes
Examinador interno

Fernando Firmino da Silva
Examinador externo

Aprovada em: 11/06/2014

Ao meu pai,
Antonio de Almeida Calado (*in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo ao início de todas as coisas, Deus, por sua energia e sua luz divina constante em minha vida.

Ao meu pai Antonio Calado (*in memoriam*) que, certamente, é a pessoa responsável por eu ter realizado esse mestrado. Foi minha base política, ética e educacional.

À minha mãe Tereza Calado, por ter abdicado tanto da vida em prol de minha educação e pela compreensão de minha constante ausência nos últimos tempos.

À minha irmã Karina, que tem sido meu espelho ao longo dos anos, pela orientação, determinação e força. Ao seu namorado Leonardo Bastos, pela ajuda durante todo o percurso acadêmico. Enfim, a todos os meus familiares: madrinha Ana, tia Marinete, Edmilson, Socorro, Tamires, Agostinho...

Agradeço ao meu orientador José Afonso Junior por ter aceitado orientar este estudo, pela paciência, compreensão e o olhar minucioso. Levarei muito de sua ética humana para minha vida profissional.

Ao PPGCOM, pelo espaço dado. À Lucy, à Claudinha e, especialmente, a Zé Carlos, a quem devo muito a realização desse mestrado.

À Facepe, pela bolsa concedida que garantiu minha dedicação à pesquisa durante os últimos dois anos.

À professora Cris, pela supervisão do meu estágio de docência, e aos alunos do curso de Jornalismo, com os quais tive a oportunidade de compartilhar conhecimentos e aprender durante a disciplina Jornalismo e Mobilidade. Também à equipe da secretaria do Decom, principalmente à Geise.

À professora Isaltina, pela troca de experiências durante a sua disciplina e pelos passeios "extracurriculares" junto aos meus grandes amigos Jean e Natália, aos quais também agradeço grandiosamente. De igual forma, agradeço ao misterioso Bel, por nossas conversas sobre política, afeto e mistérios!

A todos os meus colegas de turma e de disciplinas, pelas trocas e companhia nesta trajetória.

Agradeço ao professor Tenafae Lordêlo, que me incentivou a pesquisar desde a graduação e estendeu seu apoio durante esse mestrado.

Às amigas Babi, Jack, Rochelle, Edclécia, Vivi e Mery, pela partilha de tantos momentos desta minha jornada, pelas identificações, pela amizade.

“A narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há em parte alguma povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas, e frequentemente estas são apreciadas em comum por homens de culturas diferentes, e mesmo opostas”.

Roland Barthes (2012, p. 19)

RESUMO

O problema guia deste estudo questionou quais características poderiam ser identificadas nas narrativas jornalísticas do *tablet*. A concepção desse tipo de narrativa estende-se, do meio impresso até a plataforma móvel *tablet*, graças aos autores Muniz Sodré e Ferrari (1986), Benjamin (1994), Díaz Noci (2011), Rita Paulino (2012) e Suzana Barbosa (2013). Essa fundamentação teórica vai ao encontro do objetivo de compreender como as narrativas são construídas no *tablet*, a partir de características peculiares aos meios digitais e móveis: multimídia, hipertextualidade, gênero e taticidade. Para tanto, lançou-se mão de dois produtos: a revista digital *O Globo a Mais* e o aplicativo do *Jornal do Commercio* de Pernambuco, observados em diferentes períodos de 2013. O corpus de análise é composto de 10 narrativas do *O Globo a Mais* e quatro do *Jornal do Commercio*. A hipótese norteadora subentendia que os produtos analisados utilizariam os recursos multimídia pertinentes ao *tablet*. Evidencia-se, desta forma, pelo menos dois produtos distintos: o *shovelware*, cuja ideia é apresentada por Fidalgo e Canavilhas (2009); e o autóctone, conceituado por Barbosa, Silva e Nogueira (2012). De forma generalizante, ressaltam-se alguns aspectos estruturais das narrativas apresentados nos dois produtos: narrativas lineares com algumas variações; convergência de conteúdos; o processo de remediação e a apropriação da subjetividade, utilizada com maior intensidade em reportagens em profundidade dos autóctones, representados aqui por *O Globo a Mais*, o que permite fazer uma analogia ao jornalismo de revista desenvolvido pela revista *O Cruzeiro* nas décadas de 40, 50 e início de 60 (CASADEI, 2013).

Palavras-chave: *Tablet*. Narrativas jornalísticas. Estruturas. Aplicativos. Remediação.

ABSTRACT

The guiding problem of this study looked for the characteristics which could be identified, in the journalistic narratives written for the tablet platform. The conception of this type of narrative extends from the printed media to the tablet mobile platform, thanks to authors like Muniz Sodré and Ferrari (1986), Benjamin (1994), Díaz Noci (2011), Rita Paulino (2012) and Suzana Barbosa (2013). This theoretical fundamentation meets the objective of comprehending how the narratives are constructed on the tablet, based on characteristics which are peculiar to digital and mobile media: multimediality, hypertextuality, genre and tactility. Therefore, two products were analysed: the digital magazine *O Globo a Mais* and the application of the *Jornal do Commercio* of Pernambuco, observed in different periods in 2013. The corpus of the analysis is composed of 10 narratives from *O Globo a Mais* and four from the *Jornal do Commercio*. The guiding hypothesis implies that the analysed products would use multimedia resources pertinent to the tablet. We evidence, therefore, at least two distinct products: the *shovelware*, the idea of which is presented by Fidalgo and Canavilhas (2009); and the autochthon, conceptualized by Barbosa, Silva and Nogueira (2012). In a general way, we highlight certain structural aspects of the narratives presented in both products: linear narratives with some variations; convergence of content; the process of remediation and the appropriation of subjectivity, used more intensely in deep news in the autochthones, represented here by *O Globo a Mais*, which allows us to make an analogy to the magazine journalism developed by the magazine *O Cruzeiro* in the 40s, 50s and early 60s (CASADEI, 2013).

Keywords: Tablet. Journalistic narratives. Structure. Applications. Remediation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|-----|
| Figura 1 – estrutura linear. | 37 |
| Figura 2 – estrutura linear com alternativas. | 38 |
| Figura 3 – estrutura reticular. | 38 |
| Figura 4 – capa do produto O Globo a Mais. | 73 |
| Figura 5 – propaganda comercial dinâmica. | 74 |
| Figura 6 – imagens da editoria Giro Globo que reúnem notas, notícias, números apresentados de forma dinâmica e vídeos. | 75 |
| Figura 7 – capas comparativas do antes (à esquerda) e depois (à direita) da mudança..... | 76 |
| Figura 8 – galeria de foto com adeptos de saia e kilt | 80 |
| Figura 9 – estrutura linear com alternativa. | 80 |
| Figura 10 – primeira página da fotorreportagem na vertical e na horizontal..... | 82 |
| Figura 11 – estrutura linear. | 83 |
| Figura 12 – imagem do encarte dinâmico do CD "A arca de Noé". | 84 |
| Figura 13 – estrutura linear com alternativa. | 85 |
| Figura 14 – telas capturadas ilustrando a galeria de fotos com ícones mapeadores | 87 |
| Figura 15 – linear com alternativa. | 88 |
| Figura 16 – linear com alternativa. | 90 |
| Figura 17 – mapa interativo com números de imigrantes de cada país. | 91 |
| Figura 18 – estrutura reticular dentro de uma estrutura linear. | 92 |
| Figura 19 – entrevistas paralelas a reportagem apresentadas de forma dinâmica.. | 92 |
| Figura 20 – tela com os pontos dinâmicos e tácteis na foto da reportagem. | 95 |
| Figura 21 – estrutura reticular dentro de uma estrutura linear. | 96 |
| Figura 22 – imagem da notícia e do site Anexo Secreto. | 98 |
| Figura 23 – linear com alternativa. | 98 |
| Figura 24 – Artigo de Artur Xexéo com recursos multimídia..... | 99 |
| Figura 25 – estrutura linear com alternativa. | 100 |
| Figura 26 – quadro interativo dinâmico com bandeiras das seleções participantes da Copa de 1950. | 101 |
| Figura 27 – estrutura reticular dentro de uma estrutura linear..... | 101 |
| Figura 28 – telas do aplicativo do Jornal do Commercio com as últimas notícias..... | 106 |
| Figura 29 – Estrutura linear com alternativa..... | 107 |
| Figura 30 – ilustração da estrutura linear, que mostra ainda as duas possibilidades de leitura..... | 109 |

| | |
|--|-----|
| Figura 31 – linear com alternativa..... | 110 |
| Figura 32 – imagens dos ícones de áudio e vídeo, bem como, do vídeo no espaço das fotografias..... | 111 |
| Figura 33 – estrutura linear com alternativa..... | 112 |
| Figura 34 – imagem da galeria de foto..... | 113 |
| Figura 35 – estrutura linear com alternativa. | 113 |
| Figura 36 – galerias de fotos. | 117 |
| Figura 37 – vídeos inseridos nas reportagens. | 118 |
| Figura 38 – quadros interativos. | 118 |
| Figura 39 – uso da imagem sendo explorado na revista O Cruzeiro. | 123 |
| Figura 40 – imagens que introduzem à reportagem. À esquerda, da revista O Cruzeiro e, à direita, imagem da revista O Globo a Mais..... | 126 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|-----|
| Quadro 1 – dados resultantes da análise..... | 115 |
| Quadro 2 – esquema dos códigos padrões de narração utilizados pela revista O Cruzeiro nas décadas analisadas de 40 a 60..... | 127 |

SUMÁRIO

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 16 |
| 1.1 | Metodologia: detalhamento e escolha dos procedimentos..... | 20 |
| 1.2 | Organização e estrutura do texto..... | 23 |
| 2 | AS NARRATIVAS | 25 |
| 2.1 | O narrador | 27 |
| 2.2 | Estruturas narrativas | 31 |
| 2.3 | Modelos e tipos estruturais | 34 |
| 2.4 | Estrutura hipertextual | 36 |
| 2.5 | Multimedialidade | 40 |
| 2.6 | Gênero | 42 |
| 2.7 | Gêneros no jornalismo..... | 45 |
| 2.8 | A adaptação dos gêneros jornalísticos nos dispositivos móveis..... | 46 |
| 3 | O TABLET..... | 48 |
| 3.1 | A tactilidade | 52 |
| 3.2 | Usabilidade | 53 |
| 3.3 | Os aplicativos <i>shovelwares</i> | 55 |
| 3.4 | Considerações sobre os aplicativos autóctones | 57 |
| 3.5 | Em uma quinta fase da base de dados, a adaptação para o conceito de remediação nos aplicativos do <i>tablet</i> | 58 |
| 4 | HIPERMEDIAÇÃO E CONVERGÊNCIAS | 63 |
| 4.1 | Convergência de narrativas..... | 68 |
| 5 | DESCRIÇÃO DE CASOS E ANÁLISES | 71 |
| 5.1 | O Globo | 71 |
| 5.2 | <i>O Globo a Mais</i> | 71 |

| | | |
|-----------------|--|------------|
| 5.2.1 | Usabilidade | 78 |
| 5.2.2 | Descrevendo as estruturas da narrativa | 79 |
| 5.2.2.1 | Reportagem “Livres, leves e soltos”..... | 79 |
| 5.2.2.2 | Fotorreportagem: "A paralisia oficial dos EUA"..... | 81 |
| 5.2.2.3 | Reportagem "A arca de Noé"..... | 83 |
| 5.2.2.4 | Reportagem "O ‘aniversário’ de Malala"..... | 86 |
| 5.2.2.5 | Reportagem "Ilha do Governador e da melancolia"..... | 89 |
| 5.2.2.6 | Reportagem "Uma ilha entre extremos"..... | 90 |
| 5.2.2.7 | Reportagem “O perigo em saltos”..... | 94 |
| 5.2.2.8 | Notícia "O esconderijo de Anne Frank"..... | 96 |
| 5.2.2.9 | Crônica “Minerva se recusa a votar”..... | 99 |
| 5.2.2.10 | Reportagem "O despojado sorteio de 1950"..... | 100 |
| 5.3 | Jornal do Commercio de Pernambuco | 103 |
| 5.3.1 | Descrevendo as estruturas narrativas..... | 104 |
| 5.3.1.1 | Reportagem "Três anos após cheia na Mata Sul, só 20% das casas prometidas foram entregues"..... | 105 |
| 5.3.1.2 | Reportagem “Mais Polícia para o São João” | 108 |
| 5.3.1.3 | Reportagem: "Cisam pronto para 350 partos por mês"..... | 110 |
| 5.3.1.4 | Notícia "Presidente ucraniano pede fim de protestos"..... | 112 |
| 6.1 | O Globo a Mais | 116 |
| 6.1.1 | Hipertextualidade | 116 |
| 6.1.2 | Multimedialidade..... | 117 |
| 6.1.3 | Tactilidade | 119 |
| 6.1.4 | Gêneros | 619 |
| 6.2 | Jornal do Commercio | 120 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 6.2.1 | Hipertextualidade | 120 |
| 6.2.2 | Multimedialidade | 120 |
| 6.2.3 | Tactilidade | 121 |
| 6.2.4 | Gêneros | 121 |
| 6.3 | Aproximações entre <i>O Globo a Mais</i> e a revista <i>O Cruzeiro</i> | 122 |
| 6.3.1 | A revista <i>O Cruzeiro</i> | 124 |
| 6.3.2 | Presença dos códigos padrões de narração no <i>O Globo a Mais</i> | 130 |
| 7 | CONCLUSÃO | 133 |
| | REFERÊNCIAS | 138 |

1 INTRODUÇÃO

Antes da popularização do *tablet* no início deste século, a história registra várias tentativas de sua criação, no século passado. Em 1968, Alan Kay idealizou o *tablet Dynabook*¹ para fins educacionais; porém, não chegou efetivamente a desenvolvê-lo. Mais tarde, em 1987, a Apple criou a ideia do *Knowledge Navigator*², sugerindo interação entre usuários. Assim como o *Dynabook*, o projeto da Apple não se materializou. O ano de 1994³ foi a vez da projeção de um *tablet* para notícias multimídia, arquitetado por Roger Fidler, no Knight⁴; antecedendo o projeto do *tablet Newspaper*, no Periódico da Catalúnia, em 1995, como colocou Díaz Noci (2011, p. 123). Posteriormente, Bill Gates apresentou o *Tablet PC*, em 2000.

A plataforma só garantiu o seu espaço em 2007, quando a Amazon lançou seu *e-reader*, o *Kindle*. O modelo de leitura implantado com o *Kindle* remonta uma imagem da revista "*Everyday science and mechanics*", de 1935⁵, que apresenta "o leitor do futuro" como uma pessoa sentada defronte a uma tela de computador ou televisão, com botões disponíveis para interação. Apesar das inúmeras pretensões e lançamentos ao longo de toda uma década, a proliferação dos *tablets* só começou em 2010 com o lançamento do *iPad*, da Apple.

Surgem novos tipos de consumidores, com diferentes hábitos, e esses dispositivos se tornam meios de comunicação que anseiam por novas produções e estratégias publicitárias. Os veículos começam a produzir conteúdos para esses meios, mas, em sua maioria, transpondo da web e do impresso. Não havia nesses veículos a

¹ O texto no site de O Globo apresenta o *tablet Dynabook*, em 1968, bem como a idealização de outros dispositivos ao longo dos últimos quarenta anos até chegar ao *iPad*. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/tecnologia/tablets-vovos-por-que-modelo-pensado-ha-mais-de-40-anos-so-pegou-com-chegada-do-ipad-2789674> > Acesso em 20 de setembro de 2013.

² Vídeo demonstrativo do *tablet Knowledge Navigator*. Disponível em: < http://www.youtube.com/watch?v=QRH8eimU_20 > Acesso em 20 de setembro de 2013.

³ Protótipo do *tablet* em 1994. Disponível em: < <http://vimeo.com/17295950> > Acesso em 02 de julho de 2012.

⁴ O Knight Riddler foi uma importante editora americana. Construiu o Information Design Lab (IDL), um laboratória que pretendia pesquisar o futuro dos jornais. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/empresa-antecipou-ipad-em-1994?page=1> > Acesso em 9 de maio de 2013.

⁵ Texto sobre o projeto para criação de *e-reader* em 1935. Disponível em: < <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2262138/The-Kindle-The-amazing-electronic-book-1935-wouldnt-want-train.html> > Acesso em 20 de janeiro de 2013. Texto sobre o projeto para criação de *e-reader* em 1935. Disponível em: < <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2262138/The-Kindle-The-amazing-electronic-book-1935-wouldnt-want-train.html> > Acesso em 20 de janeiro de 2013.

concepção de um modelo de negócio personalizado capaz de gerar receita, o que muda em 2012, ao aparecerem os produtos autóctones (BARBOSA, SILVA e NOGUEIRA, 2012), ou seja, aplicações nativas que, de forma original, produzem conteúdos específicos à plataforma, em uma fase de superação da transposição (SEIXAS e BARBOSA, 2011, p. 13; FIDALGO e CANAVILHAS, 2009).

Esse cenário móvel traz ao jornalismo o desafio de produzir conteúdo rentável para determinados nichos, tendo em vista a convergência entre narrativas (GORDON, 2003), seja *crossmedia* ou transmídia. Para Rita Paulino (2012, p. 11), as publicações em *tablets* são capazes de levar o leitor a uma viagem midiática, a partir da navegação pelo conteúdo: "essa nova narrativa deve instigá-lo a explorar as páginas, buscar botões, procurar opções de áudio, vídeo e animações para complementar o conteúdo, tornando a atividade de leitura mais lúdica e interessante" (PAULINO, *ibidem*, p. 11).

Porém, a pergunta que inquieta os veículos do mundo inteiro, a qual direcionou esta pesquisa é: como criar histórias criativas, e com quais recursos? Como desenvolver aplicativos rentáveis em meio a tantos conteúdos gratuitos na internet? Esse é um terreno ainda pouco explorado, no qual há muitas perguntas e poucas respostas. Mas todos concordam que há uma urgência em produzir conteúdos atrativos que possam ir ao encontro dos gostos e hábitos dos usuários.

A investigação acerca da produção e do consumo móvel se torna pertinente quando se percebe que o eixo da comunicação se amplia e não se restringe apenas aos meios conhecidos como velhos ou tradicionais. As evidências, a partir da migração do Jornal do Brasil para o formato digital, a diminuição da periodicidade do Jornal de Nova Orleans⁶ e o surgimento⁷ de jornais como o The Daily e o Jornal Brasil 247, sugerem um novo movimento no jornalismo, reorientando toda a prática e tendo por sua base o meio digital.

⁶ Texto que discute a crise do jornal impresso e sua periodicidade, no Observatório de Imprensa. "Jornais acabam com versões diárias impressas". Disponível em: < http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/jornais_acabam_com_versoes_diarias_impresas_e_apostam_numa_nova_estrategia > Acesso em setembro de 2012.

⁷ Esse contexto de surgimento de novos modelos é também resultado não apenas da crise pela qual passa antigos modelos de negócio, bem como, de busca pela modernização e convergência jornalística.

Por outro lado, dados da pesquisa realizada pelo *Reuters Institute*⁸ mostram que a situação não chega a ser tão difícil para os meios tidos como tradicionais. Os dados resultantes de tal pesquisa permitem a análise do atual consumo nos dispositivos móveis e a percepção de algumas características preliminares das narrativas, ou dos tipos de conteúdo. Uma das descobertas é que apesar de se ter um crescimento do consumo de notícias por dispositivos móveis, isso não significa que há prejuízos em outros veículos, a exemplo da TV. Para o usuário, as distintas plataformas significam um maior poder de escolha. O *Reuters Institute* também identificou que nos Estados Unidos e no Reino Unido, quatro em cada cinco donos de *tablet* ainda consomem notícias na televisão e no impresso.

No âmbito digital, as narrativas têm espaço para o diálogo e a integração entre todas as linguagens, assim como uma vasta possibilidade de compartilhamento de histórias. O jornalismo online lança mão da característica de multimídia e de linguagens de todos os meios para compor suas narrativas e apresentá-las em diferentes formatos, resultando na convergência de conteúdos (SALAVERRÍA, 2010, p. 38-39).

Os novos conteúdos para *tablet*, geralmente hierarquizados de forma linear, trazem à tona, entre outras coisas, questionamentos sobre a forma como se incorporam características já consolidadas na web, tais como hipertextualidade, multimídia e interatividade. O que se torna no mínimo discutível, já que a linguagem digital multilinear mudou nossa cognição e influenciou a linguagem de outras plataformas, a exemplo do jornal impresso, como a Folha de São Paulo, que tem utilizado uma abordagem de *lead* semelhante ao digital (SANTAELLA, 2011; SCOLARI, 2008; FERRARI, 2010).

Os conteúdos dos dois produtos aqui analisados possuem uma estrutura linear, com algumas diferenciações, como se verá na análise. Adianta-se que o *Jornal do Commercio* alterna suas narrativas com alguns links ou recursos utilizados em outras plataformas; e *O Globo a Mais*, embora desenvolva um conteúdo nativo procurando explorar as características do *tablet*, desenvolve narrativas que se assemelham às de

⁸ Pesquisa ampla do Instituto Reuters sobre comportamento do consumidor diante dos dispositivos móveis. Disponível em: < <http://www.digitalnewsreport.org/> > Acesso em 07 de outubro de 2013.

revistas como *O Cruzeiro* e *Realidade*. Portanto, percebe-se a relação da teoria da remediação, abordada por Bolter e Grusin (1999). Esses autores procuram identificar a maneira como os meios de comunicação reorientam suas atuais práticas com base em experiências passadas.

O presente contexto da remediação se insere em uma fase fortemente marcada pela horizontalidade, *continuum* multimídia, mídias móveis, aplicativos e aplicativos autóctones (BARBOSA, 2013, p. 41). Essa fase é denominada por Suzana Barbosa (2013) de quinta geração da base de dados, em que há uma busca pelo desenvolvimento de aplicativos nativos, em um cenário dinâmico mais amplo de integração das convergências para melhoria da qualidade dos conteúdos (SALAVERRÍA, 2010).

As motivações que levaram ao desenvolvimento de tal pesquisa se iniciaram com inquietações levantadas durante a disciplina Convergência Midiática, ministrada pelo orientador desta pesquisa, o professor Dr. José Afonso Jr., no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, no primeiro semestre de 2011. A preocupação com as mudanças na cadeia produtiva da notícia em um contexto marcado pela hipermediação, que se renovava mais uma vez com o consumo móvel, foi ponto de partida para a idealização do projeto. Naquele ano, os veículos pernambucanos começavam a disponibilizar seus conteúdos de forma “tímida”. No Diário de Pernambuco, havia exclusividade em relação a alguns conteúdos disponibilizados em outras plataformas, a exemplo de vídeo. Mas a grande maioria, assim como no *Jornal do Commercio*, era de reprodução da web e do impresso. Portanto, emergia uma realidade que merecia ser investigada.

A preocupação do trabalho é abordar a narrativa, um elemento indissociável ao jornalismo e inerente à atividade jornalística desde os primórdios da profissão. Dessa forma, lança-se como problema a seguinte questão: quais características podem ser identificadas nas narrativas jornalísticas da plataforma *tablet*?

As narrativas estão vinculadas ao jornalismo desde a origem da profissão, quando o jornalismo ainda servia à atividade comercial e política, transformando-se, ao longo dos séculos, em publicista, sensacionalista, educativo e testemunhal, conforme destaca Nilson Lage (2006). Nas narrativas são realizados enquadramentos tidos como

gêneros jornalísticos, gêneros esses que serviram às diversas plataformas: à TV, ao jornal impresso, ao rádio etc.; e que foram adaptados ou construídos no âmbito da web, mas que hoje estão passando para as plataformas móveis.

A pesquisa foi norteada a partir da seguinte hipótese:

a) As narrativas jornalísticas mediadas no *tablet* utilizariam de modo adequado e eficiente, características já consolidadas na web. Esperava-se também o desenvolvimento de outros gêneros.

O trabalho analisa dois tipos de produtos jornalísticos em aplicativos do *tablet iPad*. O primeiro é o produto *O Globo a Mais* e o segundo é o *Jornal do Commercio*.

Por meio do estudo de caso múltiplo, no modelo comparativo, a pesquisa se desenvolveu a partir dos seguintes objetivos:

1) geral: compreender como as narrativas jornalísticas se apresentam nos produtos para *tablets O Globo a Mais* e *Jornal do Commercio*, de Pernambuco.

2) específicos:

a) Analisar as estruturas narrativas do ponto de vista discursivo e hipertextual.

b) Verificar como essas narrativas utilizam características como multimídia, hipertextualidade e taticidade.

c) Observar como os gêneros jornalísticos são empregados.

d) Identificar as principais características dos textos e apropriações dos recursos multimídia.

1.1 Metodologia: detalhamento e escolha dos procedimentos

A escolha do *corpus* se deu por meio da observação prévia dos aplicativos analisados. Verificou-se que o aplicativo *O Globo a Mais* construiu um produto de forma nativa, levando em consideração as características da plataforma móvel; e, no segundo aplicativo, viu-se que os conteúdos eram reproduções de plataformas como a web e o impresso. Esses produtos, denominados de *shovelwares* por Fidalgo e Canavilhas (2009), são comparados à primeira fase da web, na qual os conteúdos eram meras transposições de plataformas como o impresso. O *corpus* é uma tentativa de

desenvolver um estudo de caso comparativo, em que se relacionam as características de ambos os produtos, autóctone e *shovelware*, utilizando como exemplo *O Globo a Mais* e o *Jornal do Commercio*.

O projeto de pesquisa inicial tinha como objeto os aplicativos do *Jornal do Commercio* e do Diário de Pernambuco, mas, por meio da análise, percebeu-se que ambos os veículos possuíam estruturas de narrativas semelhantes. Tal constatação foi responsável pela escolha de apenas um deles para comparação com outro aplicativo ou produto que tivesse uma estrutura diferente. Optou-se pelo *Jornal do Commercio* por utilizar aspectos inovadores em suas narrativas, a exemplo de espaço para comentário no próprio jornal e versão digital em *html5*⁹.

A preferência pelo produto *O Globo a Mais* se deu por conta da relevância de se ter um produto que elaborasse um conteúdo diferenciado do que se tem feito na maioria dos veículos, que seu conteúdo não fosse apenas mera transposição do impresso ou da web, mas um conteúdo original, que se apropriasse de inovações pertinentes à plataforma estudada.

Adota-se aqui o estudo de caso porque esse modelo de pesquisa permite um aprofundamento da problemática do objeto em referência; neste caso, as estruturas narrativas. Ele é capaz de investigar: "um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos". Ao argumentar sobre a produção no estudo de caso, Marly de Oliveira (2008) explica que:

Nesse sentido, Gil (1999) define o estudo de caso como estudo profundo e exaustivo que permite o conhecimento amplo do objeto de pesquisa. Esse autor sintetiza o estudo de caso em três principais finalidades: exploração da vida real, (...) descrição da situação do contexto do fenômeno em estudo; e explicação de variáveis causais de determinados fenômenos em sua complexidade e em situações nas quais não é possível a utilização e experimentos. (OLIVEIRA, *op. cit.*, p. 51)

Preferiu-se uma pesquisa envolvendo casos múltiplos no intuito de ampliar a amostra e, conseqüentemente, alcançar um cunho mais generalizante. Na problemática abordada, a quantidade de casos é relevante para aumentar a confiabilidade dos

⁹ Programação de linguagem que permite a leitura por outras plataformas, inclusive móveis.

resultados: "Ao utilizar um projeto de casos múltiplos, você vai deparar com outra questão: o número de casos supostamente necessários ou suficientes para seu estudo" (YIN, 2003, p.73). A análise envolve um produto autóctone e um outro produto que utiliza a transposição de conteúdo; ou seja, duas situações que mapeiam a realidade da produção de conteúdo no *tablet*.

Os casos abordados permitiram a análise dos objetos, seu estado de arte e a comparação entre ambos. A seleção dos produtos é importante porque "cada caso deve ser cuidadosamente selecionado de forma a: a) prever resultados semelhantes (uma replicação literal); ou b) produzir resultados contrastantes apenas por razões previsíveis (uma replicação teórica)" (YIN, 2003, p. 69). Segundo Robert Yin (*ibidem*), os casos "podem ilustrar certos tópicos dentro de uma avaliação, outra vez de um modo descritivo — mesmo de uma perspectiva jornalística" (p. 34).

Esta pesquisa envolveu a observação que para Marly de Oliveira é: "a base da investigação científica, permitindo o registro dos fenômenos da realidade para se planejarem e sistematizarem os dados que serão coletados" (OLIVEIRA, 2008, p. 31). A observação foi fragmentada em vários momentos; primeiro, porque se pensou em analisar o Diário de Pernambuco, vindo depois a substituí-lo; segundo, porque houve necessidade de voltar a observar o *Jornal do Commercio*, devido à inclusão de novos recursos multimídia na versão digital, os quais alteram uma das categorias de análise, a multimídia.

Durante a observação, fez-se a coleta do material semanalmente, mas respeitando o fato de *O Globo a Mais* ter uma periodicidade de segunda a sexta-feira. O período de observação de *O Globo* foi de 31 de setembro a 5 de dezembro. Viu-se também mudanças em *O Globo* em termos gráficos, conforme se verá no capítulo de análise. Foram analisadas 16 edições, das quais ficaram 10 textos para compor o *corpus* de análise.

A observação no *Jornal do Commercio* foi sistematizada em dois períodos: junho de 2012, e de maio a setembro de 2013. Nesse segundo momento, em paralelo, também se observou o Diário de Pernambuco.

Do *Jornal do Commercio* foram analisados 16 textos, entre a versão digital do impresso e textos do site reproduzidos no aplicativo, dos quais ficaram quatro. A

seleção se deu com o objetivo de relacionar as características presentes nas narrativas com as categorias de análise, que são: estrutura da narrativa, gênero, multimídia, hipertextualidade e taticidade. A escolha de apenas quatro textos constarem no *corpus* se deve ao fato da repetição de suas características em comparação aos outros textos analisados. A título de ilustração, os textos que não constam no texto foram anexados a este trabalho.

A pesquisa foi dividida em uma vertente exploratória, por se pretender dar uma visão geral ao estudo, e em outra descritiva, visto que essa é conceituada como "abrangente, permitindo uma análise aprofundada do problema de pesquisa em relação a aspectos sociais, econômicos, políticos e percepções de diferentes grupos" (OLIVEIRA, *op. cit.*, p. 45).

O presente texto leva em consideração a revisão bibliográfica que, em um primeiro momento, aborda as narrativas e suas diferenciações, características e gêneros. No segundo momento, tem-se a discussão do conteúdo construído para plataformas móveis de leitura e as transformações nos hábitos dos leitores, além das mudanças nas organizações e a convergência jornalística.

Em linhas gerais, tem-se aqui um texto comparativo, a partir de uma pesquisa qualitativa, com instrumentos de pesquisa como revisão de literatura e observação sistemática. O *corpus* é composto por narrativas que foram destacadas por sua relação com as categorias de análise.

1.2 Organização e estrutura do texto

O texto está dividido em cinco capítulos: o primeiro, o segundo e o terceiro são teóricos e o quarto e o quinto são, respectivamente, de análise e de discussão dos resultados.

No primeiro capítulo teórico, descreve-se as narrativas: sua origem, as narrativas nos jornais, as narrativas hipertextuais, as estruturas narrativas, os tipos e modelos, as características e os gêneros.

No capítulo teórico seguinte, discute-se o atual cenário midiático de mudança. Apresenta-se o *tablet* e suas características gerais: taticidade, mobilidade e usabilidade. Aborda-se também os dois tipos de produtos analisados: o autóctone e o

shovelware, além da teoria da remediação (BOLTER e GRUSIN, 1999), que explica os processos de reinvenção e de reutilização de meios antigos para significar modelos atuais.

O terceiro capítulo problematiza a convergência de conteúdos e a convergência de narrativas, resultantes das mudanças culturais que reconfiguram a cadeia produtiva da notícia a partir do contexto móvel, da convergência e da mobilidade. Aborda-se a relação entre segunda/quarta tela sincronizada, as distinções entre as narrativas crossmídia e transmídia e a evolução do contexto para a convergência jornalística.

De forma comparativa, o capítulo de análise apresenta os recursos disponíveis na versão do *tablet* de *O Globo a Mais* e do *Jornal do Comercio*, bem como suas características detalhadas: a história desses jornais e como incorporaram a ideia de produzir conteúdo para o *tablet*. Descreve-se também como os conteúdos estão estruturados, suas características, modelos, gêneros e problematizações.

O quinto capítulo apresenta os principais resultados da análise, de forma reflexiva, revisitando as hipóteses e teorias trabalhadas ao longo da dissertação e procurando indicar limites e possibilidades para o formato *tablet*.

2 AS NARRATIVAS

Essencialmente, a narração de histórias faz parte da vida de todo ser humano. Segundo Barthes (2011, p. 19), as narrativas são inúmeras no mundo, transcendem os formatos das linguagens e são compreendidas por indivíduos de grupos distintos. Ao caracterizá-la como transcultural, o autor acrescenta que a narrativa tem a capacidade de ser compreendida e compartilhada por indivíduos do mesmo grupo, ou de grupos opostos, ainda por meio das diversas linguagens: oral, escrita e visual. Ao encontro de Barthes (2011), Janet Murray (2003) afirma que a narrativa é "um de nossos mecanismos cognitivos primários para a compreensão do mundo" (p. 9). É também por conta delas que as pessoas se agrupavam enquanto comunidade, que se reuniam em volta da fogueira ou em frente à televisão. Nicolau Sevckenko (1998) também relata que o início das narrativas pode ser remontado à pré-história, quando as pessoas se reuniam com um xamã, ou seja, um feiticeiro, que dançava, cantava e contava histórias improvisadas ou memorizadas, sobre a origem humana ou míticas. O lugar central do xamã é ocupado depois na Grécia Antiga pelos filósofos (SEVCENKO, 1998).

De forma complementar, Mieke Bal (1998) ressalta que a narrativa não é a história, sendo, portanto, importante diferenciar no sistema narrativo o texto, a história e a fábula. "Um texto narrativo será aquele em que um agente relate uma narração. Uma história é uma fábula apresentada de certa maneira. (...) A afirmação de que o texto narrativo é aquele em que se relata uma história, implica que o texto não é a história" (p. 13, tradução nossa)¹⁰. Para que, mesmo em diferentes narrações, a história seja compreendida, é importante que haja uma coerência entre os elos.

Recorre-se a Bremond (2011, p. 116) para associar a narrativa aos encadeamentos lógicos que oferecem sentido e coerência na narração de uma história. Bremond (2011, p. 118) ressalta que "toda narrativa consiste em um discurso integrando uma sucessão de acontecimentos de interesse humano na unidade de uma mesma ação. Onde não há sucessão não há narrativa". No universo hipertextual¹¹

¹⁰ "Un texto *narrativo* será aquele n que un agente relate una narración. Una *historia* es una fábula presentada de cierta manera. La afirmación de que un texto narrativo es aquel en que se relata una historia, implica que el texto no es la historia" (BAL, 1998, p. 13).

¹¹ Para Lucia Leão (2001), "o hipertexto é um documento digital composto por diferentes blocos de informações interconectadas. Essas informações são amarradas por meio de elos associativos, os links"

digital, tal ideia é confirmada por Díaz Noci (2009, p. 64, tradução nossa) ao enfatizar que os encadeamentos podem até ser multilineares, mas o discurso em si, não. O discurso narrativo possui uma sequência, é sempre linear. Esse autor (2009, p. 77) acrescenta que, para a eficácia do processo narrativo, cognitivo ou associativo, é relevante que se tenha uma coerência entre os nós que antecedem a informação, até porque o simples acréscimo de links não sugere uma narrativa hipertextual. O que não significa que a coerência estabelecida seja seguida pelo leitor online. Para Taïs Bressane (2012), a leitura no meio digital é sempre individual, e independe da coerência entre as lexias. "Um usuário pode, por exemplo, navegar por todos os links oferecidos, enquanto outro pode fazer uma navegação espontânea sem seguir os caminhos oferecidos pelo autor" (p. 153). Portanto, segundo Bressane (*ibidem*), não é possível prever o sentido dado pelo leitor ao texto.

De acordo com Javier Díaz Noci (2011, p. 261), o texto narrativo é analisado sob o ponto de vista da disciplina da narratologia. Esse tipo de texto configura, na mente, um mundo composto por agentes inteligentes, no qual um agente da narrativa conta uma história (BAL *apud* DÍAZ NOCI, 2009, p. 15) e interage, gerando mudanças globais. Díaz Noci cita Marie-Laure Ryan, que considera a narrativa como uma caracterização lógico-semântica abstrata, com uma grande capacidade de variações, sendo essencialmente uma representação: "A narrativa é uma representação mental de estados conectados, além de eventos que capturam um segmento na história de um mundo particular e de seus membros (RYAN, 2004, p. 337 *apud* DÍAZ NOCI, 2011, p. 260, tradução nossa)"¹²¹³. Essa compreensão se assemelha ao conceito de mimese de

(LEÃO, 2011, p. 27). Os blocos de informações, também chamados de lexias, podem ser vídeos, textos, fotos, áudio, ícones etc. "Os links são, segundo Aarseth, as figuras mais relevantes do hipertexto, que funcionam a nível sintático, posto que separam e ordenam as unidades de informação, as lexias" (AARSETH, 1997 *apud* PALACIOS e DÍAZ NOCI, 2007). A estrutura da atividade hipertextual é abordada por Lucia Leão (2001), que apresenta alguns conceitos desenvolvidos por Rosenberg, segundo o qual pode-se entender tal estrutura através de suas funções, sendo actema, episódio e sessão. A primeira possui três características: de seguir um determinado link, de ir para trás quando se quer recuperar determinada informação ou desfazer alguma ação, além da característica que se assemelha ao link disjuntivo, por meio do qual é possível ter diante de si a tela de onde partiu e a página clicada, desenvolvendo-se a ideia de simultaneidade. A segunda função é o episódio; torna-se o histórico hipertextual das ações com as intenções do leitor. A terceira se refere ao tempo que se gasta explorando os hipertextos" (ROSENBERG *apud* LEÃO, 1996, p. 3).

¹² "Narrative is thus a mental representation of causally connected states and events that captures a segment in the history of a world and of its members" (RYAN, 2004, p. 337 *apud* DÍAZ NOCI, 2011, p. 260).

Aristóteles, recordado por Luiz Costa Lima (1980) para associar a narração específica de um fato social como um dos tantos modos possíveis de se contar, de se desenvolver uma história, de representá-la. Díaz Noci acrescenta:

Seguindo autores como Mieke Bal ou Jahn Manfred, gostaríamos também de salientar a presença em notícias — especialmente em notícias hipertextuais — dos níveis narrativos, além dos textos narrativos incorporados, a partir dos quais, nessas estruturas hipertextuais, é possível determinar quais linhas narrativas são principais e quais são acessórias ou complementares. (DÍAZ NOCI, 2011, p. 260, tradução nossa)¹⁴

A narrativa é identificada no jornalismo por meio dos seus mais diversos gêneros: reportagem, crônica, livro-reportagem, entre outros; e também pelas características pertinentes ao texto narrativo, como o enquadramento no tempo (*crono*) e no espaço (topo), o *cronotopo*. "A técnica na dosagem do tempo da narrativa talvez seja o aspecto mais importante para que uma história (ou reportagem) mantenha as características de tensão — e conseqüentemente o interesse do leitor" (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 95). Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986) estabelecem dois tipos de tempos na narrativa: o tempo da história, orientado por expressões como manhã, tarde ou noite; e o tempo do texto, medido pelo ritmo da reprodução dos fatos, a exemplo de acelerado ou lento, a depender do efeito que se queira obter na narração (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 95).

2.1 O narrador

No jornalismo, a figura de quem conta a história é representada pelo jornalista. Sua natureza narradora é estabelecida nos primórdios da profissão. A narrativa está atrelada à atividade jornalística desde o seu início, no começo do século XVII, quando se narravam acontecimentos políticos ou religiosos. A partir de então, o jornalista se

¹³ RYAN, Marie-Laure. Narrative across media. The languages of storytelling. Lincoln; London: University of Nebraska Press, 2004. *apud* Online News: Narrative, Hypertext and Interactivity. An Analysis of Internacional Media. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2011.

¹⁴ "Following authors like Mieke Bal or Manfred Jahn, we would also like to underline the presence in news stories — especially in hypertextual news stories — of narrative levels and embedded narrative texts, where in those hypertextual structures it is possible to determine which narrative lines are principal and which are accessory or complementary". (DÍAZ NOCI, 2011, p. 260)

torna narrador, incorporando o papel de publicista, que antecede as suas fases sensacionalista, educativa e testemunhal (LAGE, 2006, p. 9, 10-11).

No entanto, para Walter Benjamin (1994), o narrador, tal como ele percebe, está em extinção. Segundo esse autor (*ibidem*), a narrativa deve ser associada ao processo de memorização de eventos históricos, atividade antiga em que os narradores tinham experiência e bagagem cultural¹⁵ para narrar fatos, dar conselhos; ao contrário do que ele diz acontecer com a informação jornalística, por ser caracterizada pelo factual ou, mesmo, superficial, e também pela proximidade (BENJAMIN, 1994, p. 204). Mas é fato que, atualmente, a base de dados ampliou o sentido de memória no jornalismo (PALACIOS, 2002). Reportagens são armazenadas e se constroem mecanismos de buscas evoluídos, levando em consideração a densidade informativa¹⁶, a resolução semântica e o cruzamento de informações (FIDALGO, 2007, p. 102). De igual modo, Suzana Barbosa e Vitor Torres (2013) comentam que a composição das narrativas tem a seu favor a imensidão de dados enriquecedores disponíveis na rede. Tal compreensão estabelece a ideia do que eles denominam de Jornalismo Guiado por Dados. Esses dados se estruturam na rede devido as possibilidades de digitalização e armazenamento (MANOVICH, 2001).

Benjamin (1994) critica as várias formas de se tratar a narração e lamenta que o ato de narrar tenha sido empobrecido ao longo dos anos. Ele (*ibidem*) coloca que as pessoas perderam a paciência pela densidade e pelo detalhe. No entanto, não é o que parece acontecer com o jornalismo que agora floresce para *tablet*, a exemplo de *O Globo a Mais* e do produto do jornal Estado de São Paulo, "Estadão Noite"; ou mesmo

¹⁵ Benjamin conta o caso do escritor Leskov, que em um emprego público conseguiu viajar e acumular vivência e conteúdo, o que remonta ao texto do jornalista, ativista e professor da PUC/SP, Leonardo Sakamoto, que reflete um pouco sobre a importância das experiências para construir a memória. O texto postado em seu blog é resultado de uma resposta a uma leitora que lhe escreveu um e-mail pedindo que a convencesse a fazer o curso de Jornalismo. Leonardo pede que a princípio invista o dinheiro em viagens, que leia, e listou uma série de atividades antes de cursar Jornalismo. Ele escreve que as vivências humanas são importantes para entender o social. "Uma leitora pede para convencê-la a fazer jornalismo", de Leonardo Sakamoto. Disponível em: <<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2013/08/06/uma-leitora-pede-para-convence-la-a-fazer-jornalismo/>> Acesso em 17 de novembro de 2013.

¹⁶ O conceito de densidade informativa diz respeito à maneira como a disponibilidade de conteúdo, devido à base de dados, favorece a memória e o maior aprofundamento da leitura sobre o assunto abordado e como os mecanismos de buscas ajudam no processo de associação dentro da plataforma. O percurso resultará na saturação semântica, em que todas as informações sobre o caso noticiado foram dadas (FIDALGO, 2007).

para o meio online, como o projeto de rede¹⁷ colaborativa para produção de conteúdos, a *Indie Journalism*. Eles propõem um novo olhar para a informação jornalística, sob a perspectiva da profundidade e dos diferentes ângulos da história.

Benjamim (1994) também aborda a utilidade social na literatura a qual pode ser comparada com a utilidade pública ou social da informação jornalística. Separa (*ibidem*) o início dos narradores antigos em dois grupos: pessoas que saíam do seu lugar, fazendo uma analogia a marinheiros migrantes e, no outro grupo, as pessoas que não saíam do seu lugar, a exemplo dos camponeses. Cada um deles, seja sedentário ou viajante, preocupava-se em acrescentar algo ao ouvinte. Ao exercer um papel social, davam conselhos sobre assuntos como iluminação a gás ou agronomia.

Tudo isso esclarece a natureza da verdadeira narrativa. Ela tem sempre em si, às vezes de forma latente, uma dimensão utilitária. Essa utilidade pode consistir seja numa norma de vida — de qualquer maneira, o narrador é um homem que sabe dar conselhos. Mas, se "dar conselhos" parece hoje algo de antiquado, é por que as experiências estão deixando de ser comunicáveis. (...) Aconselhar é menos responder a uma pergunta que fazer uma sugestão sobre a continuação de uma história que está sendo narrada. (BENJAMIN, 1994, p. 200)

Percebe-se certa revolta em relação ao que ele chama de perda da profundidade, do gosto pela narrativa. Benjamin (*ibidem*) ressalta que as pessoas preferem o superficial, o abreviado, em detrimento de profundas experiências passadas pela narrativa oral. "A narrativa, que durante tanto tempo floresceu num meio de artesão — no campo, no mar e na cidade —, é ela própria, num certo sentido, uma forma artesanal de comunicação. Ela não está interessada em transmitir o 'puro em si' da coisa narrada como uma informação ou um relatório" (BENJAMIN, 1994, p. 2005). Acrescentando sobre a superficialidade da informação, o autor comenta:

Villemessant, o fundador do *Fígaro*, caracterizou a essência da informação com uma fórmula famosa. "Para meus leitores", costumava dizer, "o incêndio num sótão de Quartier Latin é mais importante que uma revolução em Madri". Essa fórmula lapidar mostra claramente que o saber que vem de longe — do longe espacial das terras estranhas, ou do longe temporal contido na tradição — dispunha de uma autoridade que era válida mesmo que não fosse controlável pela experiência. Mas a informação aspira a uma verificação imediata. Antes de mais nada, ela

¹⁷ A *Indie journalism* é uma plataforma de rede colaborativa que busca reunir repórteres, fotógrafos e documentarista que venderão suas produções. Está sendo construída por profissionais que trabalham em veículos como Folha de São Paulo e Estadão, além do fotojornalista André Lion. Disponível em: < <http://indiejournalism.com/pt-br/> > acesso em 12 de março de 2014.

precisa ser compreensível "em si e para si". Muitas vezes não é mais exata que os relatos antigos. Porém, enquanto esses relatos recorriam frequentemente ao miraculoso, é indispensável que a informação seja plausível. Nisso ela é incompatível com o espírito da narrativa. Se a arte da narrativa é hoje rara, a difusão da informação é decisivamente responsável por esse declínio. (BENJAMIN, *op. cit.*, p. 202-203)

No jornalismo, as notícias são construídas por meio de um mecanismo que organiza de forma hierárquica as rotinas produtivas e seleciona o que será ou não notícia, a noticiabilidade. O acontecimento só se tornará público após passar pelos critérios ou seja valores-notícias elencados, a exemplo de proximidade geográfica, importância no âmbito nacional, linha editorial, entre outras. Mauro Wolf (2003, p. 195) explica que é necessário elaborar um esquema para acelerar o processo de transformação de acontecimentos em notícias. Todas essas padronizações fazem parte das rotinas diárias das redações. O autor (*ibidem*) ainda coloca que os valores notícia apesar de em uma determinada época possuírem critérios fixos, não significa que os mesmos não sejam passíveis de análises e mudanças. Afirma que esses não são estáticos.

De acordo com Benjamin (*ibidem*), as pessoas teciam e fiavam enquanto escutavam histórias, práticas essas que foram diluídas com o passar dos anos. No entanto, ele tem certo apreço em relação à crônica, afirmando que o cronista ainda preserva um pouco do narrador de histórias: "como quer que seja, entre todas as formas épicas, a crônica é a mais incontestável. E, no amplo espectro da crônica, todas as maneiras com que uma história pode ser narrada se estratificam como se fossem variações da mesma cor. O cronista é o narrador da história" (BENJAMIN, *op. cit.*, p. 209).

O gênero crônica é definido pelos autores Maria Margarida de Andrade e João Medeiros (2006):

Tipo de texto jornalístico que se caracteriza particularmente pelo estilo descontraído que a faz situar-se entre o jornalismo e a literatura. De um lado, o jornalista interessa-se pela atualidade da informação (o termo crônica provém de *crónos*, que significa tempo); de outro, tem em vista superar a fugacidade da notícia e, portanto, ultrapassar os fatos. Tradicionalmente, crônica é relato de fatos dispostos em ordem cronológica. Inicialmente, os cronistas ocupavam-se com o simples relato dos fatos, não se interessando pela investigação de causas e consequências. A partir de Fernão Lopes (século 15), escritor português,

a crônica passou a interessar-se por causas e efeitos. (ANDRADE e MEDEIROS, 2006, p. 103)

Referindo-se a comunicação no sentido de imprensa, Benjamin comenta: "ela é tão estranha à narrativa como o romance. (...) Essa nova forma de comunicação é a informação" (1994, p. 202).

2.2 Estruturas narrativas

As narrativas no meio digital se estruturam a partir de características como hipertextualidade e multimídia, que são responsáveis por oferecer alternativas de caminhos a serem percorridos pelo usuário, no momento da construção da narrativa jornalística. A construção deve acontecer mediante a intervenção do leitor, que tem a capacidade de interferir na sequência da narrativa e construir sua linearidade particular (PALACIOS, 1999, p. 4). Tal interferência só é possível graças à interligação por meio dos links. Para Lúcia Leão (2001, p. 31), existem dois tipos de links: os disjuntivos, que ao serem clicados levam o leitor a outro ponto do sistema, e os links conjuntivos, que ao serem clicados permitem que o leitor visualize simultaneamente a página clicada e a página que o leitor estava acessando.

De maneira a estabelecer uma relação entre o universo hipertextual dos signos, a multimídia e o jornalismo, Pollyana Ferrari (2010) mostra a necessidade de se desenvolver uma produção jornalística baseada na ideia hipermediática convergente entre conteúdos e entre narrativas, já que o jornalismo objetivo, tal como se conhece, passa por importantes transformações: "a narrativa jornalística no ambiente digital tem a seu favor os elementos hipermediáticos (áudio, vídeo, interação) que garantem uma imersão lúdica ao fato narrado" (FERRARI, 2010, p. 23). A autora elenca padrões básicos para a narração, tendo como base a hipertextualidade:

A história é um enigma que será descoberto com a participação do usuário; a história é composta de sequências e argumentos alternativos; a história é composta de diferentes versões; a história é um discurso que o usuário tem que construir a partir de uma série de recursos fornecidos pelo autor. (FERRARI, *op.cit.*, p. 87)

A hipertextualidade é uma das características mais relevantes do jornalismo online, pois é graças à lógica hipertextual da rede que se pode arquitetar a divisão de

blocos de informações, os encadeamentos narrativos, ou seja, a utilização de links. Além da hipertextualidade e da multimídia, as histórias são contadas com outras características, como interatividade, personalização, atualização contínua (BARDOEL e DEUZE, 2000 *apud* MIELNICZUK e PALACIOS, 2001, p. 2), memória (PALACIOS, 2001, p. 3) e taticidade (PALACIOS e CUNHA, 2013). É importante frisar a importância de cada uma das características do jornalismo online, já convencionadas para a web, como norteadoras para se pensar conteúdos em aplicativos móveis e voltadas ao desenvolvimento, disponibilização e circulação das narrativas.

A personalização pode ser ainda mais eficiente se a sequência da narrativa está construída de forma multilinear, permitindo que o leitor desenvolva seu próprio percurso. Se os produtos são meras transposições, e não há um produto nativo, o que Suzana Barbosa (2013) chama de autóctone, a narrativa torna-se linear e os leitores terão escolhas limitadas.

A memória é capaz não apenas de melhorar a produção investigativa no jornalismo de base de dados, ao proporcionar o armazenamento de conteúdo e o cruzamento de informações na rede, mas possibilita ao leitor que ele mesmo armazene ou aprofunde a informação sobre determinados assuntos. No *tablet*, especificamente nos produtos aqui analisados, é evidente a ênfase dada à memória por meio do armazenamento em bibliotecas pessoais ou no próprio aplicativo.

Nas plataformas móveis há um forte uso da atualização contínua nos aplicativos dos produtos *shovelwares*, como o *Jornal do Comercio*, por reproduzirem conteúdos de sites. Em produtos nativos, como "*O Globo a Mais*", é feita uma seleção de notícias do dia as quais são disponibilizadas junto à edição, às 18h. Durante o dia não há atualização de conteúdo.

A última característica é a taticidade, que foi abordada por Palacios e Cunha (2012, p. 2) e que é singular às plataformas móveis. É caracterizada pela capacidade desses meios utilizarem a interface háptica, ao invés da interface gráfica, para proporcionar interação entre usuário e máquina. Suas funções mudam conforme o sistema operacional. Essa característica diz respeito à interatividade por meio do toque nas telas dos dispositivos móveis, sendo, portanto, inerente a esses novos meios (PALACIOS e CUNHA, 2012).

Nas produções para plataformas móveis, a interatividade pode ser vista apenas sob a perspectiva de interação entre os poucos links existentes na narrativa por meio da concepção homem-máquina, ou seja, da interação reativa (PRIMO, 2000), a partir da divulgação e recirculação das notícias em redes sociais ou e-mail, a exemplo das narrativas disponíveis no aplicativo do *Jornal do Commercio*. A interação mútua entre leitor e repórter, ou entre leitor e veículo, só existe no *Jornal do Commercio*, por exemplo, por meio do espaço "voz do leitor", no próprio aplicativo, e, na versão digital do impresso, por meio do espaço para comentários. Em *O Globo a Mais*, não há espaços para comentários; caso o leitor queira participar, isso só é possível por meio do envio de e-mail à redação.

Ao enfatizar a interatividade, Nora Paul (2012) cria uma taxonomia para relacionar essa característica às narrativas digitais. Entre os elementos associados, destacam-se: a mídia, que se relaciona ao roteiro para criação ou suporte; a ação; o relacionamento; o contexto e a comunicação. A ação está relacionada:

A dois aspectos distintos do desenho da narrativa digital: o movimento do próprio conteúdo e a ação requerida pelo usuário para acessar o conteúdo. (...) Animações instantâneas, apresentações automatizadas de slides e clicar para acionar o movimento do conteúdo são elementos exclusivos das narrativas digitais. (PAUL, *op. cit.*, p. 124)

A autora (*ibidem*) afirma que os aspectos referentes ao relacionamento podem ser identificados como "aqueles que são conscientemente designados na produção da história pela pessoa que desenvolveu o conteúdo para dar ao usuário certo tipo de experiência com o conteúdo" (p. 125). O elemento contexto, nesse caso no meio digital, é: "fornecido por meio de links com textos já publicados sobre o mesmo assunto, textos de outras fontes, ou textos sobre um tópico relacionado, ainda que não específico, da história que esteja sendo lida" (p. 126). Esse, por sua vez, pode ser associado ao conceito de densidade informativa graças à memória (FIDALGO, 2007; PALACIOS, 1999).

As histórias nos dispositivos móveis dependem da interação do usuário, uma interação potencializada pelo toque, pelo manuseio. Adriana Barsotti e Leonel Aguiar (2013) denominam essa produção de conteúdo móvel como centrada na lógica das sensações: "não basta à notícia ser apenas lida, vista ou ouvida; ela é, sobretudo, sentida, experienciada pelas sensações, vivenciada ao máximo pelos sentidos ",

(BARSOTTI e AGUIAR, 2013, p. 297). Para Rita Paulino (2012, p. 11), as publicações devem aproveitar as estruturas no *tablet* para explorar recursos como áudio, vídeo e animações e, assim, proporcionar uma leitura mais lúdica.

2.3 Modelos e tipos estruturais

Além das características operacionais de estrutura da informática, tem-se a estrutura discursiva, que enquadra a informação em diferentes tipos e modelos. De acordo com Sodré e Ferrari (1986), as narrativas podem ser divididas em quatro tipos; o que as distingue é a forma como abordam determinados assuntos, sendo cada tipo capaz de: anunciar, enunciar, denunciar ou pronunciar. O primeiro se refere apenas à explanação dos fatos; o segundo diz respeito à maneira como o repórter tem de construir uma notícia com base no discurso oculto: "exprime a manifestação desses fatos através de um discurso que se oculta como discurso: não se percebe que há alguém narrando; mais parece que os acontecimentos têm vida própria e se exibem diante do leitor" (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 21). Em relação aos tipos que denunciam e pronunciam, os autores lembram que isso acontece quando os repórteres se colocam no texto e exercem uma clara subjetividade: "mais que o anúncio ou simples enunciar dos fatos, as notícias-pronúncia e denúncia informam *sobre um tema*, numa abstração que visa formar um conceito de natureza ideológica" (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 32). Diferentemente do tom denunciante da denúncia, a pronúncia se refere ao jogo manipulador por meio da construção do texto, depositando nele um juízo de valor.

Além da forma dos critérios de narração relacionados à subjetividade ou objetividade, há ainda alguns critérios referentes ao esquema de reportagem. Os autores lembram que o tipo de esquema mais comum é o da pirâmide invertida; mas há espaço para o cronológico, o qual pode ser representado pelo "nariz de cera". Há denominações para cada modelo ou modo hierárquico das narrações, entre eles a reportagem de fatos (*fact-story*), que apresenta os fatos pela ordem de importância, a reportagem ação (*action-story*), na qual, tomado pelo movimento, o repórter vai detalhando os fatos durante a ação, comum em reportagens televisivas ou em notícias

online, e a reportagem documental (*quote-story*), que informa sobre um determinado assunto de forma mais objetiva, incluindo citações.

Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (*ibidem*) explicam que o mesmo caminho narrativo que provém da literatura pode ser utilizado no jornalismo. Dessa forma, a informação jornalística incorpora o gênero narrativo da reportagem. Além das diversas possibilidades dos modelos narrativos acima citados, no jornalismo há ainda outros, que estão muito próximos à literatura. Dentre tantos exemplos, é possível se construir uma reportagem-conto ou reportagem-crônica.

Na narrativa literária, o conto costuma ser a forma mais curta; em jornalismo, a reportagem é a mais longa. Mas as duas formas muito se assemelham: pode-se dizer que a reportagem é o conto jornalístico — um modo especial de propiciar a personalização da informação ou aquilo que também se indica como "interesse humano". Na literatura, o conto apresenta uma centelha, um momento, uma fatia temporal da existência de um personagem. No jornalismo — tanto no chamado livro-reportagem, quanto no jornal diário — a reportagem amplia a cobertura de um fato, assunto ou personalidade, revestindo-os de intensidade, sem a brevidade da forma-notícia. (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 75)

Os autores citam o jornalista e contista Tchekhov, quando afirmava que "um bom conto deveria ter: força, clareza, condensação e novidade" (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 75), e lembram que essas são qualidades de que toda reportagem também deve se apropriar. Para diferenciar a reportagem-crônica da reportagem-conto, Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986) ressaltam:

A típica reportagem-conto tem uma estrutura mais orgânica. Geralmente particulariza a ação em torno de um único personagem, que atua durante toda a narrativa. Os dados documentais entram dissimuladamente na história e o texto aproxima-se tanto do conto, que incorpora até fluxos de consciência dos personagens. (SODRÉ e FERRARI, *op. cit.*, p. 81)

Já na reportagem-crônica, os autores dizem que sua estrutura não é pequena ao ponto de se chamar de notícia, nem abrangente como a grande reportagem. Eles afirmam que essas reportagens estão relacionadas ao caráter de crítica social e opinião (SODRÉ e FERRARI, 1986).

Desde já, ressalta-se aqui as características do gênero reportagem: "mais extensa, mais completa, mais rica na trama de relação entre os universos de dados" (LAGE, 2006, p. 114).

O conceito de notícia — em que pese o uso amplo da palavra *news* (notícia) em inglês — pode ser, assim, substituído pela expressão *informação jornalística*. Essa expressão tem, aí, sentido peculiar, que coincide com o da reportagem (gênero de texto) mas, eventualmente, assume a forma do que se chama de artigo, crônica (política, desportiva) ou crítica (de artes, de espetáculos: não é apenas uma estruturação de dados convenientemente tratados, como na informática ou na inteligência militar, que opõe informação (relato consistente, envolvendo análise) a informe (relato episódico). É mais do que isso: é a exposição que combina interesse do assunto com o maior número possível de dados, formando um todo compreensível e abrangente. Difere da notícia porque esta, sendo comumente rompimento ou mudança na ocorrência normal dos fatos, pressupõe apresentação bem mais sintética e fragmentária. (LAGE, 2006, p. 112-113)

Portanto, a notícia se distingue da reportagem por seu tamanho e pelo cuidado com a exposição dos fatos. De forma resumida, o autor José Marques de Melo apresenta a distinção entre as duas: "A notícia é um relato que eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela empresa jornalística" (MARQUES DE MELO, 2003, p. 66). Exceto nas editoriais "Giro Globo" e o "Dicas a Mais", O Globo a Mais explora reportagens e artigos de opinião. No *Jornal do Commercio*, há uma predominância do gênero reportagem na edição digital do impresso, já nos conteúdos transpostos da web para o aplicativo, percebe-se que a maioria pertence ao gênero notícia.

2.4 Estrutura hipertextual

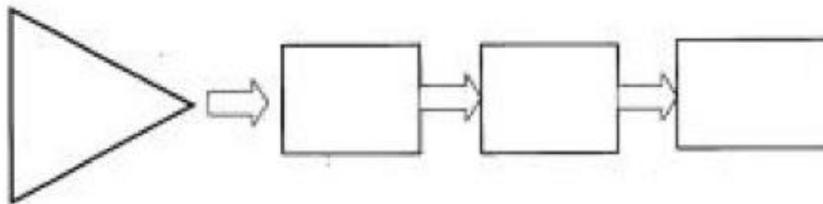
A hipertextualidade tem sido uma característica pouco utilizada em plataformas móveis. Apesar de se compreender que um ambiente novo como o *tablet* traz consigo suas particularidades, sabe-se também que o desenvolvimento da narrativa multimídia e multilinear torna a leitura da narrativa envolvente, inclusive em produtos como a revista digital: "há a necessidade de estruturas funcionais para que o sistema possa operar, tais como o interesse pela publicação, lexias hipermídias bem conectadas e beleza estética" (PAULINO, 2012, p. 5). A estrutura hipertextual ainda transmite um senso democrático de maior poder de escolha, durante a navegação. É o que Nojosa (2012) entende como hipertexto social, em que a ideia de uma escrita hipertextual com

ideais democráticos se lança no meio social e passa a influenciar a interatividade entre leitor e editor (NOJOSA, *ibidem*). Para Pollyana Ferrari (2012), a origem desses processos se inicia com o pensamento iluminista do século 16, com ideais de igualdade, liberdade e fraternidade.

Historicamente, viu-se as narrativas jornalísticas aos poucos serem abordadas na lógica hipertextual do meio online. Mediante várias mudanças, as estruturas hipertextuais foram incorporadas também a outros meios de comunicação como o rádio, a TV e o impresso. As propostas de estruturas das narrativas jornalísticas do meio online podem ser relacionadas aos meios móveis.

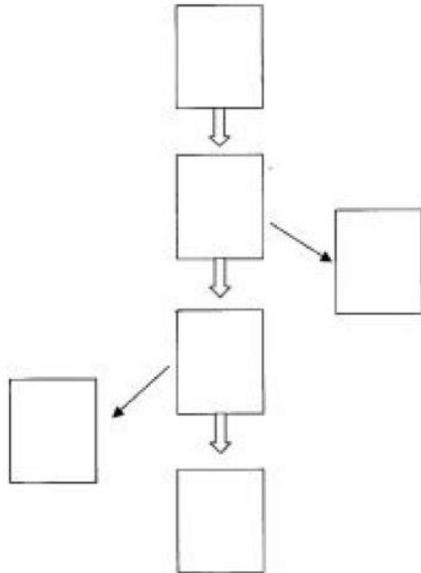
Javier Díaz Noci (2004) elaborou uma lista de modelos de estruturas de narrativas hipertextuais de notícias da web, e alguns deles servem para pensar a estrutura nessa pesquisa. Apesar deste trabalho não estar relacionado às estruturas na web, e sim aos aplicativos móveis de notícias, tem-se exemplos da semelhança entre os dois, a partir da disponibilização em *html5*, acessada por qualquer plataforma. Os exemplos de estruturas que seguem nortearam a análise da estrutura hipertextual neste estudo.

Figura 1 – estrutura linear.



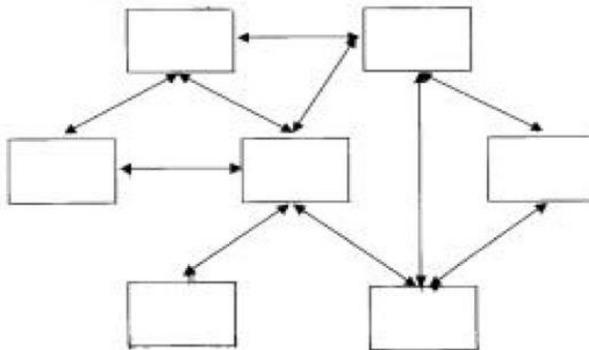
Fonte: modelo elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

Figura 2 – estrutura linear com alternativas.



Fonte: modelo elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

Figura 3 – estrutura reticular.



Fonte: modelo elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 20).

No *tablet*, temos diferentes estruturas: modelo linear, linear com alternativas, ou reticular, mas, em sua maioria, linear com alternativas. Esse modelo não é tão linear como o impresso, nem tão reticular quanto os modelos de notícias na web.

As estruturas têm sido identificadas e classificadas (Díaz Noci; Salaverría, 2003: cap. 2), e se dividem basicamente em axiais e reticulares. As axiais, por sua vez, se dividem em lineares e arbóreas, com uma terceira classe, que seria das paralelas, geralmente uma

combinação de várias estruturas lineares dispostas a partir de um eixo arbóreo. (DÍAZ NOCI, 2004, p. 14)¹⁸

Ao citar Horie e Pluinage (2011), Rita Paulino afirma que o conteúdo no *tablet* e, especificamente, em revistas, diferencia-se do modelo tradicional: "diferente por ter uma linguagem nova, que reúne o que há de melhor da mídia impressa com a mídia digital: conteúdo segmentado, personalizado, portátil, com recursos multimídia, interativos e hipertextuais" (PAULINO, 2013, p. 96).

Pollyana Ferrari (2012) acrescenta que estamos na era do *zapping*, em que os jovens não sentem o menor peso na consciência em abandonar a leitura, caso ela não esteja interessante. Salaverría aprofunda a discussão, questionando para quem se está pretendendo produzir conteúdo e se há a compreensão de que os jovens de hoje serão os leitores de amanhã.

Os novos meios pedem novas formas de apresentar a informação. As potencialidades hipertextuais e interativas das redes digitais exigem aos meios um esforço para desenvolver formatos informativos que aproveitam essas utilidades. Isto requer habilidade e criatividade dos jornalistas mas também espírito inovador e investimento por parte dos meios. Os jovens de hoje? Quer dizer, os leitores de amanhã? Estão acostumados ao consumo de conteúdos audiovisuais e interativos de caráter lúdico, e é lógico deduzir que se os meios pretendem atrair sua atenção, deverão desenvolver formatos que incorporam de algum modo essas características no discurso informativo. (SALAVERRÍA, 2003, p 36,)¹⁹

Segundo João Canavilhas (2013), a hipertextualidade deve ser usada para intensificar a personalização. A disposição dos blocos de informação oferecerá aos leitores caminhos a serem percorridos mediante o acesso.

Da mesma forma como ocorre em computadores, a hipertextualidade é

¹⁸ "Las estructuras han sido ya suficientemente identificadas y clasificadas (Díaz Noci; Salaverría, 2003: cap. 2), y se dividen básicamente en axiales y reticulares. Las axiales, a su vez, se dividen en lineales y arbóreas, con una tercera clase que serían las paralelas, a menudo una combinación de varias estructuras lineales dispuestas a partir de un eje arbóreo". (DÍAZ NOCI, 2004, p. 14)

¹⁹ "Los nuevos medios reclaman nuevas formas de presentar la información. Las potencialidades hipertextuales e interactivas de las redes digitales exigen a los medios un esfuerzo por desarrollar formatos informativos que aprovechen esas utilidades. Esto requiere ingenio y creatividad en los periodistas pero también espíritu innovador e inversión por parte de los medios. ¿Los jóvenes de hoy? es decir, ¿los lectores de mañana? Están acostumbrados al consumo de contenidos audiovisuales e interactivos de carácter lúdico, y es lógico deducir que si los medios pretenden atraer su atención deberán desarrollar formatos que incorporen de algún modo esas características en el discurso informativo". (SALAVERRÍA, 2003, p. 36)

uma das características fundamentais nos *smartphones*. A possibilidade de conectar blocos de informação por meio de links permite ao usuário fazer um consumo personalizado de notícias com um simples toque na tela do dispositivo. Este poder que o usuário tem de desencadear uma determinada ação na plataforma — a interatividade — é outra característica chave. (CANAVILHAS, 2013, p. 25)²⁰

Esse mesmo autor enfatiza que, do ponto de vista da circulação, é possível desenvolver conteúdos levando em consideração os aspectos do próprio meio, seja *smartphone* ou *tablet*, a exemplo de estruturas hipertextuais e narrativa multimídia, geolocalização, exploração do áudio, no caso do *smartphone*, entre outros (CANAVILHAS, 2013).

A hipertextualidade das narrativas precisa ser amplamente analisada, já que é responsável por hierarquizar uma notícia, tornando-a apresentável. Em um contexto no qual as pessoas estão cada vez mais interagindo com redes sociais, procurando conteúdos lúdicos, cuidar da apresentação da notícia pode fazer uma grande diferença.

2.5 Multimídia

Vários recursos reunidos compõem a multimídia da plataforma. João Canavilhas (2013) comenta que a capacidade multimídia tem sido um fator atrativo para os jovens, que influencia no momento dos usuários adquirirem um dispositivo móvel, junto a outros fatores, entre os quais: preços, familiaridade e a dependência do dispositivo, que ele chama de vestimenta, principalmente no caso do celular (CEVALLOS, 2009 *apud* CANAVILHAS, 2013, p. 23)²¹.

As múltiplas funções são possíveis graças à convergência de conteúdos a partir da característica multimídia, que pode se apresentar em duas formas: por justaposição ou por integração. A primeira diz respeito ao simples fato de o texto, a foto,

²⁰ “Al igual de lo que ocurre en las computadoras, la hipertextualidad es una de las características fundamentales en los smartphones. La posibilidad de conectar bloques de información a través de enlaces permite al usuario hacer un consumo personalizado de noticias con un simple toque en la pantalla del dispositivo. Este poder que el usuario tiene para desencadenar una acción determinada en la plataforma — la interactividad — es otra característica clave”. (CANAVILHAS, 2013, p. 25)

²¹ CEVALLOS, M. del C. (2009). Jóvenes y celulares: las razones de su uso y abuso. Disponível em: < <http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/produccionacademica/Informe%20celulares.pdf> > Acedido no dia 2 de maio de 2012 *apud* CANAVILHAS, João. Modelos informativos para aparatos móveis: información hipermultimediática y Personalizada. In: GONZÁLEZ MOLINA, Sonia; CANAVILHAS, João; et al. Hacia el periodismo móvil. Santiago de Chile: Revista Mediterránea de Comunicación, 2013. 73p.

o áudio, entre outros blocos de informações, virem lado a lado, permitindo que a leitura se apresente de forma multilinear. Já a multimídia por integração une, numa narrativa textual, elementos sonoros e icônicos (SALAVERRÍA, 2001, 2010). É possível interagir com essas duas diferentes linguagens graças à multimídia do meio: "Desde a perspectiva da comunicação digital, a multimídia realça a experiência do usuário, o qual pode interagir com textualidades complexas que se cruzam e combinam diferentes linguagens e meios" (SCOLARI, 2008, 100-101)²²

Os conteúdos da rede combinam diversos códigos comunicativos; principalmente, o texto, a imagem — estática ou em movimento — e o som. Tenha-se em conta não obstante que, pelo menos de forma experimental, também se tem chegado a transmitir mediante redes telemáticas mensagens que permitiam ao receptor experimentar sensações tácteis, olfativas e, inclusive, gustativas. (SALAVERRIA, 2010, p. 38)²³

Carlos Scolari (2008) explica que o início da multimídia começou com a *World Wide Web*, nos anos 90, unindo vários recursos no CD-ROM. Porém, foi nos anos 60 que tudo começou. Segundo esse autor (*ibidem*), a multimídia foi usada por Andy Warhol no intuito de descrever sua E.P.I. (Exploding. Plastic. Inevitable.), ou seja, uma montagem que, a partir de várias telas, construía um espaço multimídia (SCOLARI, 2008, p. 100).

Há que se considerar a importância da digitalização de conteúdo, a qual possibilitou a intensidade e a apropriação dos recursos multimídia. A sua popularização os tornou mais acessíveis. Para Scolari (2008), anteriormente os sinais sonoros eram possíveis com música e telefone: "o desenvolvimento de computadores pessoais cada vez mais potentes e a aparição de programas que comprimem os sinais tem permitido a digitalização de todo tipo de documento" (SCOLARI, 2008, p. 81)²⁴.

²² "Desde la perspectiva de la comunicación digital la multimedialidad realza la experiencia del usuario, el cual puede interactuar con textualidades complejas donde se cruzan y combinan diferentes lenguajes y medios" (SCOLARI, 2008, 100-101).

²³ "Los contenidos de la red combinan diversos códigos comunicativos; principalmente, el texto, la imagen —estática o en movimiento- y el sonido. Téngase en cuenta no obstante que, siquiera de forma experimental, también se han llegado a transmitir mediante redes telemáticas mensajes que permitían experimentar al receptor sensaciones táctiles, olfativas e, incluso, gustativas" (SALAVERRIA, 2010, p. 38).

²⁴ "El desarrollo de ordenadores personales cada vez más potentes y la aparición de programas que comprimen las señales ha permitido la digitalización de todo tipo de documentos" (SCOLARI, 2008, p. 81).

João Canavilhas (2013) argumenta que o surgimento de plataformas como terceira e quarta telas, ou seja, computadores e *smartphones* ou *tablets*, deixou seus consumidores mais exigentes e estimulou os veículos a lançarem novos conteúdos, de forma adaptada.

Esse alto grau de multimidialidade que caracteriza os cibermeios atua como estímulo para a convergência. As empresas jornalísticas veem a necessidade de alimentar suas publicações digitais com conteúdos textuais e audiovisuais de todo tipo, e ainda com um frequente ritmo de atualização. Isso suscita uma enorme demanda de matéria prima informativa, que as empresas jornalísticas tratam de atender, entre outras coisas, mediante a coordenação multiplataforma de seus meios. (SALAVERRÍA, 2010, p. 38, tradução nossa)²⁵

De acordo com Canavilhas (2013), meios como *tablets* e *smartphones*, ou mesmo computadores, são ambientes que oferecem inúmeras oportunidades para desenvolver e disponibilizar conteúdos específicos, inclusive explorando infografia interativa, games, entre outros: "a possibilidade de levar o conteúdo aos computadores, *tablets* e telefones móveis abriu novos canais e criou a oportunidade para lançar novos formatos jornalísticos mais atrativos e adaptados cada vez mais exigentes" (CANAVILHAS, 2013, p. 23)²⁶.

2.6 Gênero

Convém conceituar, de forma ampla, primeiramente os gêneros, a partir da óptica de Bakhtin (2000), o qual percebia os gêneros como complementares, não estáticos e com estilos que possuíam enquadramentos. Para esse autor (*ibidem*), os gêneros possuem estilos ou formatos capazes de serem identificados, caracterizados, bem como integrados ou complementados a partir da fusão de outros gêneros. De acordo com Bakhtin (2000), os gêneros são sociais e a produção do enunciado em si é

²⁵ "Este alto grado de multimedialidad que caracteriza a los cibermedios actúa como acicate para la convergencia. Las empresas periodísticas se ven en la necesidad de alimentar a sus publicaciones digitales con contenidos textuales y audiovisuales de todo tipo, y además con un frecuentísimo ritmo de actualización. Esto suscita una enorme demanda de materia prima informativa, que las empresas periodísticas tratan de atender, entre otras cosas, mediante la coordinación multiplataforma de sus medios" (SALAVERRÍA, 2010, p. 38).

²⁶ "La posibilidad de llevar el contenido a los ordenadores, tabletas y teléfonos móviles abrió nuevos canales y creó la oportunidad para lanzar nuevos formatos periodísticos más atractivos y adaptados a usuarios cada vez más exigentes" (CANAVILHAS, 2013, p. 23).

expressada dentro de uma determinada enunciação²⁷, ou seja, dentro de um contexto único. Bakhtin (2000) ainda complementa dizendo que o locutor, ao enunciar, está pensando no formato, na situação, e em como o destinatário poderá reagir (BAKHTIN, *op. cit.*, p. 325).

É por conta do destinatário que o enunciado acontece, e é por conta das singulares e diversificadas maneiras de se comunicar com o destinatário que se tem a imensa quantidade, nesse caso mais específico, de gêneros do discurso (p. 325). Os enunciados são concretizados a partir das relações humanas. Os locutores se utilizam dos gêneros para adequar sua falas à situação; em vários casos, de maneira inconsciente. Esses locutores são seletivos; eles selecionam o estilo. Logo, todas as vezes que se produz algum tipo de enunciado, tem-se ali um tipo de enquadramento e um tipo de gênero. Portanto, como a quantidade de comunicações ou atividades humanas são infinitas, assim também é a variedade dos discursos e, conseqüentemente, a variedade dos gêneros (BAKHTIN, 2000, p. 279).

A estudiosa de Bakhtin, Irene Machado (2001), aborda os gêneros na comunicação, ressaltando o caráter social deles. Machado (*ibidem*) argumenta que a pesquisa que tem os gêneros como foco deve compreendê-los no seu processo dialógico, e não apenas em termos de formatos ou de como a hierarquia está perdendo espaço. Os gêneros devem ser vistos como complementares no meio digital, pois ela lembra que as junções entre distintas linguagens não são recentes. Os mitos já foram usados no cinema, no videogame, e é comum que, ao longo dos anos, diferentes linguagens interajam. A linguagem do mito, do filme, do videogame, entre outras, pode ser utilizada de forma complementar nas composições de distintas narrativas. A homepage e o e-mail são reflexos ou reproduções dos gêneros da cultura oral e escrita, os quais fazem o papel de organizadores da narrativa: "Os diferentes códigos passam a coexistir na produção de uma única mensagem, exigindo outros modos de compreender" (p. 7).

Ainda segundo Machado (2001), o diálogo é uma forma de interatividade e a cultura é acessível por meio de gêneros. Em tempos de tecnologias digitais, os gêneros

²⁷ Para Brait e Melo (2005), o enunciado concreto acontece a partir do momento em que há uma situação contextual, ou seja, uma enunciação, na qual o locutor fala ao interlocutor e há uma interação (p. 62-78).

são criadores de um processo interativo entre texto, leitor e cultura (ERICKSON, 1996, p. 1 *apud* MACHADO, 2001, p. 12)²⁸. Portanto, a organização das mensagens deve ser pensada sob o ponto de vista da interatividade, deve ir ao encontro da cultura do leitor: "A cultura tecnológica definida pelo circuito integrado de sistemas de escritas oferece uma outra perspectiva para a reflexão sobre os gêneros" (MACHADO, 2001, p. 12).

A interatividade, como característica do dialogismo, encontra nas tecnologias digitais espaço para a comunicação mediada. Graças aos softwares que estabelecem interfaces para a ação/interação do usuário, encontra-se o enunciado concreto, que ganha força nas mídias sociais, pois o processo de organização das mensagens no meio digital se transforma, redireciona-se e seus gêneros vão sendo adaptados aos suportes.

Para Irene Machado (*ibidem*), o gênero muda conforme a gestão cultural vai sendo modificada. Os gêneros não são estáticos e, de maneira miscigenada, organizam a linguagem em determinadas mídias. Dessa forma, o conjunto de mídias constitui diferentes gêneros e novas formas de mediação (p. 13). Sabe-se que a relação de tempo e espaço foi transformada com a internet e ainda mais com o acesso à internet móvel. Entretanto, mesmo com mudanças percebíveis, a narrativa ainda é formatada dentro de uma lógica diferenciada de tempo (*crono*) e de espaço (*topos*), o cronotopo, o que significa que as narrativas e, portanto, os gêneros, acompanham o redirecionamento cultural da sociedade: "A dinâmica da narrativa apenas evidencia como um gênero representa um 'nicho' semiótico que as gestões culturais não se cansam de reinventar" (p. 9).

As atuais narrativas são recriadas, a partir das metáforas ou ícones inerentes ao meio digital, quando a narrativa é construída a partir dos cliques em ícones, que se tornam reais e fazem parte da vida do usuário.

²⁸ ERICKSON, T. Social Interaction on the Net: virtual community as participatory genre. Proceedings of the Thirtieth Hawaii International Conference on System Sciences. Maui, Hawaii. p. 6-10, jan.1996. *apud* MACHADO, Irene. Por que se ocupar dos gêneros? Revista Symposium, Recife, ano 5, n. 1, p. 5-13, jan./jun. 2001.

2.7 Gêneros no jornalismo

Ao segmentar a noção de gênero jornalístico, Paula Lopes (2010) compreende os gêneros jornalísticos como capazes de ordenar o material informativo, podendo ser classificados em dois grupos: "o que serve para dar a conhecer factos/acontecimentos, através da sua descrição e narração; e o que visa dar a conhecer ideias, através da exposição de comentários e juízos de valor acerca de factos/acontecimentos" (p. 8). Enquadram-se nos informativos a notícia, a reportagem e a entrevista; já nos opinativos estão o editorial, o artigo de opinião e a crônica. Esse entendimento é compartilhado por José Marques de Melo (2012, p. 22), que ainda acrescenta os gêneros interpretativo (a exemplo de cartas e relatórios), utilitário (tabelas e estatísticas geralmente utilizadas na área econômica) e diversional (informações relacionadas à literatura).

Paula Lopes (2010) explica que a fragmentação dos gêneros tem sua origem com Samuel Buckley: "O director do 'The Daily Courant' (1702-1735), o primeiro diário político do mundo, separou notícias de comentários, e fez da informação dita objectiva a alma do periódico. Buckley acreditava que as informações não deviam ser 'contaminadas' pela opinião" (p. 9).

Sobre as hibridizações dos gêneros, ou mesmo do surgimento de subgêneros, Daniela Bertocchi (2005) afirma que, ao serem redefinidos, os gêneros ganham destaque entre os interlocutores. Os gêneros textuais possuem características hipertextuais que viabilizam a tridimensionalidade numa linguagem multimídia. A autora defende esses recursos como processo de geometrização dos gêneros e faz analogia ao formato dos "cubos", ou seja, a leitura e a escrita diferenciadas no digital, por possuírem muitas faces, ou seja, por serem multifacetadas.

De acordo com Suzana Barbosa e Lia Seixas (2011, p. 12), os gêneros em novos suportes devem sofrer algumas adequações, pois um novo meio exige um formato adaptado. António Fidalgo e João Canavilhas (2009) dizem ser de extrema relevância que se produzam conteúdos pensando na característica de cada meio, a exemplo do áudio, no *smartphone*, e do texto, no computador.

Para Ainara Larrondo, Luciana Mielniczuk e Suzana Barbosa (2008), a quarta geração do jornalismo de base de dados subentende novos modelos narrativos,

respeitando aspectos como a dinamicidade, a diversidade temática e gêneros mais adaptados. A compreensão das autoras sobre os gêneros é de que, mesmo um formato estando em outras plataformas, ele não abandona deixo totalmente o seu modelo tradicional. Acrescentam que os gêneros, no contexto digital, não podem ser analisados como os gêneros tradicionais, mas não se pode esquecer os estudos feitos dos gêneros nas plataformas analógicas. (LARRONDO, MIELNICZUK e BARBOSA, 2008, p. 7).

Para apontar possíveis transformações dos formatos de texto na mídia digital, Larrondo, Mielniczuk e Barbosa (2008) citam Salaverría, que observa os gêneros jornalísticos na web em quatro níveis: repetição, renovação, inovação e enriquecimento. Apesar de esses níveis serem relacionados aos textos da web, eles também servem para se pensar os atuais enquadramentos de textos nos aplicativos móveis. O último nível é o mais adequado para descrever as diversas categorias de gêneros existentes no *Jornal do Commercio*, já que se trata de notícias do impresso tal como aparecem no jornal, diferenciando-se apenas porque proporcionam ao leitor a complementação da narrativa com recursos multimídia: vídeo, áudio e galeria de fotos. No *O Globo a Mais*, embora se tenha uma maior exploração dos recursos multimídia em produtos originais, percebe-se a utilização dos mesmos gêneros de outras plataformas. Portanto, o gênero no nível de enriquecimento: “corresponde ao nível que alcançaram aqueles gêneros que, mesmo respeitando o cânone do seu gênero correspondente, incorpora as possibilidades hipertextuais, multimídia e/ou interativas” (SALAVERRÍA e CORES, 2005, p.148-149 *apud* LARRONDO; MIELNICZUK; BARBOSA, 2008, p.9)²⁹.

2.8 A adaptação dos gêneros jornalísticos nos dispositivos móveis

A transposição de conteúdos do impresso e da web torna a repetição dos gêneros evidente em dispositivos como o *tablet*. Para Suzana Barbosa e Lia Seixas

²⁹ SALAVERRÍA, R.; CORES, R. “Gêneros periodísticos en los cibermedios hispanos”. En: Salaverría, Ramón (ed.) (2005b). *Cibermedios. El Impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social, p. 145-184. *apud* LARRONDO, Ainarra; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana. *Narrativa jornalística e base de dados: discussão preliminar sobre gêneros textuais no ciberjornalismo de quarta geração*. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 6., 2008, São Bernardo do Campo: **Anais...** São Bernardo do Campo: Umesp, 2008. p. 1-13. Disponível em: < <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada8lucianamielniczuk.pdf> > Acesso em 28 de junho de 2012.

(2011), a apresentação dos conteúdos se equipara ao formato de primeiro estágio da web, caracterizado por um momento de mera transposição, tendo apenas alguns recursos extras. Como anteriormente colocado, o fato é que tais dispositivos se proliferam entre as pessoas e causam interrogações sobre a produção de conteúdos neles e de como trabalhar integrações e agregações nos devidos gêneros jornalísticos, no sentido de dar um novo significado à leitura das notícias.

A cada surgimento de um novo medium (DEBRAY, 1991) ou mesmo de novo dispositivo de um mesmo medium, esperamos o nascimento, a morte ou a transformação dos gêneros jornalísticos (SEIXAS, 2009). Um novo dispositivo tem novas características que exigem formatos adequados. Com os dispositivos móveis não é diferente. O mais novo dispositivo do medium digital, o *tablet*, chegou a trazer um sentimento de "esperança" de nova vida ao jornalismo, por sua mobilidade, tamanho, tecnologia e modelo de negócio. Desde o início de 2010 se fala em "second life" para o jornalismo, fim da crise para impressos diários e revistas, reinvenção do jornalismo. (BARBOSA e SEIXAS, 2011, p. 12)

Fazendo um panorama sobre como os veículos têm se apropriado desses dispositivos, Barbosa e Seixas (*ibidem*) descrevem: "1) conteúdo (*breaking news*) dos sites noticiosos e 2) conteúdo da versão digital do produto impresso. Como ocorrera no início da internet, são transposições. Agora, entretanto, não só do impresso, mas também do site noticioso" (2011, p. 13).

Segundo Suzana Barbosa e Lia Seixas (2011), mesmo que haja alguns elementos que possam moldar os formatos nos dispositivos, alguns critérios como a transmissão e a relação do *cronotopos*, continuam as mesmas nos gêneros, independente da plataforma. Portanto, ainda não se pode afirmar que se tem novos gêneros nos novos dispositivos móveis.

3 O TABLET

O *tablet* é uma plataforma que tem a seu favor características mescladas de vários meios, mas é fortemente identificado pela sua capacidade de oferecer leituras mais aprofundadas. Rita Paulino e Vivian Oliveira (2013) diferenciam o *tablet* do *e-reader* por ser o primeiro multimídia e o segundo ser um leitor eletrônico, a exemplo do *kindle*. Elas afirmam, porém, que ambos os formatos se aproximam da tábua de escrever (PAULINO e OLIVEIRA, 2013). O *tablet* possui uma série de vantagens, lembradas pelas pesquisadoras Paulino e Oliveira (2013):

O tablet é um aparelho digital portátil, pessoal e em forma de prancheta; além disso, dotado das capacidades básicas de um computador e habilitado a desencadear ações que respondam ao toque em sua tela. Portabilidade, acesso à internet, suporte multimídia e touchscreen (tela sensível ao toque) são alguns dos atributos que tornam este dispositivo um genuíno representante da tecnologia móvel do século 21 — bem como um dos modelos de negócio mais requisitados por multinacionais de tecnologias de comunicação. (PAULINO e OLIVEIRA, 2013, p. 93)

Rita Paulino (2012) elenca alguns pontos positivos para o *tablet*, entre os quais ela destaca a portabilidade e a identidade gráfica: "formada por logos, capas e outros elementos gráficos e editoriais, tais como tipografia, cores, diagramação, fotos e ilustrações" (p. 98); e o toque na tela, que, a partir desse ponto, constitui a característica da taticidade.

Roger Chartier (1998) ressalta que uma das diferenças entre a leitura do papel e a leitura nas telas do computador é o manuseio. No entanto, a aproximação, que parece ter sido perdida com a leitura na tela do computador, é resgatada na leitura em plataformas móveis.

Aliás, é difícil empregar ainda o termo objeto. Existe propriamente um objeto que é a tela sobre a qual o texto eletrônico é lido, mas este objeto não é mais manuseado diretamente, imediatamente, pelo leitor. A inscrição do texto na tela cria uma distribuição, uma organização, uma estruturação do texto que não é de modo algum a mesma com a qual se defrontava o leitor do livro em rolo da Antiguidade ou o leitor medieval, moderno e contemporâneo do livro manuscrito ou impresso, onde o texto é organizado a partir de sua estrutura em cadernos, folhas e páginas. (CHARTIER, 1998, 12-13)

Chartier (1998) lembra que a leitura do livro em rolo era feita na horizontal. O atual contexto traz alguns hábitos novos, que se aproximam e se distanciam do modo

de ler, ou mesmo escrever, da antiguidade. Em relação à leitura distanciada e ao modo de escrita, o autor (*ibidem*) afirma que a mediação do computador é diferente da escrita com a pena, que tinha um contato direto de quem escrevia com o objeto. Mesmo assim, ele vê a atual leitura como original, por possuir características inovadoras. Esse contato direto é resgatado pelas plataformas móveis que, por meio de seus aspectos tácteis, possibilitam manuseio. Ainda Rita Paulino e Vivian Oliveira (2013) apontam como uma das características peculiares a esse novo meio o toque na tela, que eventualmente resgata comportamentos de padrões antigos. O livro de rolo, lido na horizontal, pode ser visto hoje com a leitura mesclada das narrativas, tanto na horizontal quanto na vertical.

Para estabelecer uma comparação na perspectiva evolutiva, Paulino e Oliveira (2013) ressaltam que a escrita cuneiforme desenvolvida pelos povos sumérios, datada por volta de 3.500 a.C., era feita em tabuletas de argila semelhantes ao *tablet*. A ideia de tabuletas também é usada por William Powers (2012) para fazer uma analogia não apenas ao *tablet*, mas aos *smartphones* em geral.

Torna-se relevante lembrar que as transformações na escrita, nos meios e, portanto, nas narrativas, trazem consigo diferentes preocupações frente às novidades de cada época.

William Powers (2012)³⁰ lembra que Sócrates temia a escrita por achar que ela iria fazer mal à memória. A escrita, para Sócrates, é uma invenção perigosa, congelada ou morta, já que ninguém pode interagir de forma dialógica, nem permitir que as ideias fluam de modo livre, como na interação oral. William Powers (2012) questiona o motivo pelo qual Sócrates era tão pessimista em relação à escrita e observa que novos

³⁰ Esse autor (*ibidem*) relata o diálogo de Platão intitulado "Fedro", em que Sócrates se encontra com o jovem amigo Fedro, do seu círculo intelectual, e, ao se cumprimentarem, Fedro fala sobre o discurso que havia visto do amigo Lísias. Ao se interessar pelo assunto, Fedro o convida para sair da cidade. Ao puxar um pergaminho, Fedro lê o diálogo e Sócrates, após dar a sua opinião sobre o assunto, critica o surgimento do pergaminho. "Algumas traduções chamam o objeto de 'livro', outras de 'pergaminho'. Seja lá qual for o nome (vou usar 'pergaminho'), o homem mais jovem havia levado consigo uma ferramenta que se valia da tecnologia de comunicação, mais recente, a língua escrita baseada em um alfabeto. De fato, a escrita não era completamente nova. Os egípcios e outras civilizações antigas possuíam sistemas de escrita pré-alfabéticos. E, naquele ponto, o alfabeto grego já existia há várias centenas de anos, mas emplacou com muita lentidão. Foi só durante a vida de Sócrates e a de Platão que ele realmente se firmou. Em termos contemporâneos, o pergaminho de Fedro era mais ou menos o que o telefone celular era em 1985, uma tecnologia ainda nos primeiros estágios de adoção e ainda pouco compreendida" (POWERS, 2012, p. 88).

dispositivos, novas tecnologias, surgem para sanar dificuldades contemporâneas à época³¹ mas que, no entanto, são impactantes e provocam medo. O autor elenca uma série de dispositivos que surgiram e que foram temidos pela sociedade da época.

Nojosa (2012) acrescenta que a origem da escrita também está relacionada ao poder que ela exerceu, e que ainda exerce, em distintas sociedades.

Numa retrospectiva histórica, já na Grécia Antiga temos um debate filosófico sobre as distinções entre oralidade e a escrita, para determinar qual tem a melhor capacidade de ampliar a memória, prolongar a reflexão e sistematizar o pensamento. A escolha pelo predomínio cultural em torno da escrita, como documentação histórica, capaz de descrever, narrar e dissertar sobre a realidade, tem um forte apelo ao seu caráter instrumental. (...) Em defesa da oralidade, Platão buscou na forma dialógica de apresentar os debates filosóficos um método capaz de propiciar à alma a criação do conhecimento e a consciência. Para Platão, a escrita não trazia a alma, desejos e valores de seu interlocutor, pois seria a mediação de ideias sem movimento dialógico, tornando-se um modelo que rompe com o princípio de construir o conhecimento através da ação dialógica do debate entre almas discursivas. (NOJOSA, 2012, p. 71-72)

De acordo com Nojosa (2012), Aristóteles tem uma compreensão diferente e ampliada, não apenas da escrita bem como do gênero textual, afirmando que o gênero cria regras universais e democráticas e, portanto: "tem o intuito de capacitar o cidadão livre grego a criar raciocínios hábeis para enfrentar qualquer aporia da vida. (...) o estímulo ao raciocínio aguçado propiciou uma autonomia maior do cidadão, pois as regras lógicas são universais para qualquer cidadão grego" (p. 72).

Nojosa (2012) lembra que o hipertexto traz uma evolução, no que diz respeito à comunicação escrita, pela barreira entre escritor e receptor e a dificuldade de interação. Para esse autor (2012), a partir da lógica do hipertexto: "as narrativas digitais superam as limitações da tradição da oralidade e da escrita, pois não buscam sentido em isolar ou fragmentar o sentido do texto ou do discurso, mas, ao contrário, em ampliar a rede de significações". (NOJOSA, 2012, p. 74)

³¹Segundo o autor (2012), geralmente isso tem a ver com a época, a exemplo da distância física, nas sociedades primitivas: "as pessoas ficavam presas em seus próprios pensamentos sem uma forma eficaz para se expressar. A conversa resolveu esse problema, ao permitir que elas colocassem seus pensamentos em palavras que poderiam ser compartilhadas e compreendidas" (POWERS, 2012, p. 92).

Não faz sentido que numa sociedade democrática ainda se construam conteúdos fechados, que não se explorem conteúdos digitais em estruturas hipertextuais mais evoluídas.

O hipertexto fomenta a narrativa como algo capaz de expressar e articular a diferença como diversidade e multiplicidade; ou seja, a dinâmica da sociedade contemporânea não permite modelos tão excludentes que permeiam tanto na tradição da oralidade como também na escrita. A linguagem do hipertexto tornou-se o espaço discursivo capaz de elaborar diretrizes orientadas para o processo da comunicação global e contemporâneo. Essa linguagem articula tanto o mundo simbólico como a dinâmica complexa e plural do mundo contemporâneo. (NOJOSA, 2012, p. 77)

A transformação da escrita ao longo dos séculos serve para pensar as mudanças sociais maiores. A reprodução de conteúdo ou as narrativas lineares causa estranheza ao leitor, justamente por configurar um processo que não envolve a participação dos leitores. Eles estão acostumados com redes sociais, comunidades virtuais ou veículos que exploram a interação do leitor, ou plataformas abertas que, inclusive, possibilitem modificar a narrativa, a exemplo da Wikipédia.

As narrativas em aplicativos do *tablet* devem considerar o hipertexto, a linguagem híbrida e a interatividade, segundo Rita Paulino (2012). O estudo realizado por Nora Paul (2012, p. 132) indica que 90% dos participantes gostaram de ordenar hipertextualmente sua narrativa e que a leitura em multimídia ajudou na memorização, em relação a conteúdos lidos em mídia individual na web.

Além da hipertextualidade, multimídia e outras características citadas anteriormente, as publicações no *tablet* deverão evoluir de acordo com suas próprias características e hábitos do usuário, já que há promessas que tanto o *tablet* quanto o *smartphone* terão um futuro promissor. Conforme pesquisa³² apontada por Fidalgo e Canavilhas (2009), as plataformas móveis serão os principais meios de acesso à internet em 2020.

³² *The Future of the internet III*. Disponível em: < <http://www.pewinternet.org/2008/12/14/the-future-of-the-internet-iii/> > Acesso em 20 de fevereiro de 2014.

3.1 A taticidade

A taticidade diz respeito ao toque na tela *touchscreen* das plataformas m3veis, sendo, portanto, uma caracter3stica inerente 3s novas plataformas m3veis, de acordo com Marcos Palacios e Rodrigo Cunha (2012). Essa caracter3stica se d3 por conta da interface h3ptica que se diferencia da interface gr3fica, pois, ao inv3s das propriedades 3pticas, possui propriedades mec4nicas e age segundo controle do computador (HAYWARDS et al., op. cit., p. 17, *apud* PALACIOS et al., 2012, p. 2)³³.

Segundo Palacios e Cunha (2012), a taticidade permite o maior manuseio, gestos ou interatividade pr3xima ao leitor por meio da Interface Natural do Usu3rio (NUI — *Natural User Interface*). Luiz Agner (2011) lembra que “as interfaces gestuais acionam particularmente o nosso sistema sensorial h3ptico — que entra em a3o, em conjunto com o sistema visual e auditivo — para compor a polissensorialidade perceptiva caracter3stica do novo tipo de leitor (AGNER, *ibidem*, p. 13).

Para Flores et al.³⁴, 3 de suma relev4ncia que profissionais respons3veis pela elabora3o de conte3dos para dispositivos m3veis compreendam a NUI, sejam arquitetos, designers ou jornalistas, pois os gestos s3o essenciais durante a navega3o no aplicativo. Adriana Barsotti e Leonel Aguiar (2013) explicam que, quanto mais gestos houver na narrativa, mais 3 necess3rio instruir os usu3rios sobre como navegar:

Quanto mais intensivo for o uso de novos recursos, mais ostensivas s3o as instru3es de navega3o. Praticamente toda p3gina do noticioso para tablet requer um manual de uso. Para se comunicar com seu p3blico, os jornalistas precisam lan3ar m3o de uma pedagogia de movimentos, guiando os gestos do leitor em sua intera3o homem-m3quina. A postura de leitura que emerge com os tablets exige que o leitor abandone a navega3o at3 ent3o apoiada pelo mouse em computadores. Em vez do acess3rio, 3 agora o movimento com o dedo sobre a tela que indica o caminho de navega3o desejado, tornando mais 3ntima a rela3o do homem com a m3quina e trazendo novos desafios para os produtores de conte3do para tais dispositivos. (BARSOTTI e AGUIAR, 2013, p. 304-305)

Para Rita Paulino e Vivian Oliveira (2013b), a taticidade 3 respons3vel pela

³³ HAYWARDS, V.; ASTLEY, O.; CRUZ-HERNANDES, M.; GRANT, D.; ROBLES-DE-LA-TORRE, G. Haptic interfaces and devices. *Sensor Review*, vol. 24, n. 1, 2004. p. 16-29. bit.ly/OQ8oE3 > Acesso em: 8 de ago. 2012. *apud* CUNHA, Rodrigo do Esp3rito Santo da. *Revistas no cen3rio da mobilidade: a interface das edi3es digitais para Tablets*. Salvador, 2011. 150 f. Disserta3o (Mestrado em Comunica3o e Culturas Contempor4nea). Faculdade de Comunica3o, Universidade Federal da Bahia, 2011.

³⁴ Site que disponibiliza o download gratuito do material sobre a quarta tela. Dispon3vel em: < <http://4tapantalla.com/> > Acesso em 30 de mar3o de 2013.

potencialização da interatividade e é o elemento-chave nas narrativas. "A tela touchscreen (sensível ao toque) é um elemento-chave para se pensar a construção da notícia e da narrativa nos *tablets*" (p. 9). Sobre formas importantes de taticidade, as autoras (*ibidem*) indicam a vibração com os serviços de notificação, como o *push* ou *pull*, entre outros: "É possível, ainda, pensar em outros potenciais pouco utilizados e mais adaptáveis aos tablets, como: chacoalhar ou apenas desnivelar o aparelho para mover elementos do layout. São recursos que aumentam a produção de interfaces naturais — NUI" (p. 9).

3.2 Usabilidade

Como ressaltado anteriormente, a narrativa no meio digital tem a seu favor diversos aspectos, no entanto, nem sempre se consegue obter eficiência na composição dos elementos que conduz a narrativa no meio, sejam eles web, *smartphone* ou *tablet*. O que se torna, portanto, passível de análise, é a usabilidade e a visibilidade das *affordances*.

Ao citar o conceito de usabilidade da Organização Internacional para a Padronização, Scolari (2008) afirma que a mesma se refere a: "ISO/IEC 9126: (...) capacidade de um software ser compreendido, aprendido, usado e ser atrativo para o usuário, em condições específicas de uso. Esta definição se centra nos atributos internos e externos do produto, e nos recorda que toda interface necessita de um usuário que a interprete e a faça funcionar" (SCOLARI, 2008, p. 251)³⁵. A usabilidade também se refere a: "ISO/ 9241: efetividade, eficiência e satisfação com que um produto permite alcançar objetivos específicos em um contexto de uso específico. Esta definição, ao estar centrada no usuário e na experiência de utilização, complementa a anterior" (SCOLARI, *op. cit.*, p. 251)³⁶.

³⁵ "La capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso. Esta definición se centra en los atributos internos y externos del product, y nos recuerda que toda interfaz necesita un usuario que la interprete y la haga funcionar" (SCOLARI, 2008, p. 251).

³⁶ "Efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de específico. Esta definición, al estar centrada en el usuario y en la experiencia de utilización, complementa a la anterior" (SCOLARI, 2008, p. 251).

É fato que não adianta ter grandes recursos em uma plataforma se os mesmos não são usáveis por uma série de fatores, entre eles: problema com a interface, problema com a conexão etc.

Já a *affordance*, para Aguiar (2011), é a característica que permite avaliar a satisfação do leitor na hora da leitura, tornando importante saber o quanto o aplicativo é realmente eficiente. A Teoria das *Affordances* de James Gibson (1986) citada por José Carlos Broch (2010) estabelece :

A relação entre os seres vivos e os ambientes, assim como os objetos presentes nestes ambientes. Uma *affordance* é o produto desta relação, ou seja, tomando um objeto qualquer, é a possibilidade de ação/uso que o agente percebe poder executar com o objeto. O escrutínio de relações potenciais entre agente, objetos e espaço caracteriza uma abordagem estruturada capaz de fornecer subsídios para o desenvolvimento de produtos versáteis, que ampliem o espectro de interação com usuários. O design orientado para a versatilidade dos produtos geralmente resulta em soluções inovadoras. (BROCH, 2010, p. 16)

Da mesma forma, Rita Paulino e Vivian Oliveira (2013) citam Safer (2009) para abordar vários elementos relacionados ao *tablet*, entre os quais está o princípio de detectabilidade ou o que elas associam à *affordance* e a definem como "o aspecto de design do objeto que sugere como ele deve ser usado; é a imagem visual para o uso funcional" (p. 110). Tais autoras colocam que o conhecimento dos usos é importante para elaborar a interface gestual criativa de acordo com a cultura dos consumidores. Essas constatações vão ao encontro da discussão proposta por Broch (2010):

A relação ampliada entre agente e objeto leva o designer a derrubar restrições culturais sobre a utilidade de certos produtos e também, segundo destacam You e Chen (2003), "pode abrir as portas de um território ainda inexplorado" para um design mais interativo. Para William Gaver (1991), o conceito de *affordance* auxilia não apenas a compreender como as pessoas usam artefatos para cumprir o objetivo pretendido, mas, aplicado explicitamente no design, pode sugerir meios para ampliar a utilidade de novos produtos. Com o crescimento da participação de produtos multifuncionais no mercado, a exploração de *affordances* pode contribuir para o desenvolvimento de produtos potencialmente mais versáteis. (BROCH, 2010, p. 16)

As *affordances* são desenvolvidas a partir do momento em que o arquiteto da informação consegue desenvolver um produto que exerça exatamente a função para a

qual ele foi criado. Isso envolve instruções cognitivas, semântica ou construções que estabelecem influências inclusive como da psicologia, a exemplo da *Gestalt*³⁷.

Complementando, Scolari (2008) afirma que uma interface ao utilizar os princípios da usabilidade deve desaparecer. Segundo esse autor (*ibidem*), os usuários devem se concentrar nas tarefas proporcionadas pelos *softwares* e não nos problemas relacionados à interface.

3.3 Os aplicativos *shovelwares*

No *tablet*, a interface serve de ponte para aplicativos especificamente elaborados para esse meio. Eventualmente, alguns são construídos de forma mais condizente com a plataforma do que outros. Alguns são desenvolvidos a partir de recursos pertinentes à plataforma e outros apenas reproduzem do impresso e da web, como é o caso dos chamados *shovelwares*.

Os conceitos relacionados aos produtos *shovelwares* se relacionam primeiramente às gerações ou fases da web como bem enumera Luciana Mielniczuk (2003, p. 31): a primeira se refere à transposição de conteúdo, nesta, os textos são lineares, reproduzindo conteúdos de mídias anteriores, a exemplo do jornal impresso; a segunda é representada pela emergência de metáforas e a terceira relacionada ao webjornalismo. A abordagem do *shovelware* também é feita por Díaz Noci (2011):

Até pelo menos 1997, a mídia on-line fora bastante estática e baseada na fase shovelware, principalmente por conta da reprodução do conteúdo impresso com poucas adaptações à linguagem digital, mas naquele momento, a mídia percebeu que uma mudança era necessária e foram implementados os primeiros sistemas de gerenciamento de conteúdo para a edição em html . (DÍAZ NOCI, 2011, p. 79, tradução nossa)³⁸

³⁷ Conforme Melo citado por Rogrigo Cunha (MELO, 2009, p. 15 *apud* Cunha, 2011, p. 66) , a teoria Gestalt surgiu na década de 30 e seus princípios científicos se relacionam a percepção sensorial. Ainda para Rodrigo Cunha (2011): "Os fundamentos do *design*, baseados principalmente na Gestalt, ainda estão presentes na diagramação das edições digitais das revistas, conforme foram apresentados: equilíbrio/espacialidade, simplicidade/visibilidade, contraste, proporção/formato e agrupamento/fechamento" (CUNHA, *op. cit.*, p. 131).

³⁸ "Until at least 1997, online media were quite static and were based on shovelware, mainly a reproduction of the printed contents with few adaptation to the digital language, but in that moment the media realized that a change was necessary and implemented the first content management systems for the html edition" (DÍAZ NOCI, 2011, p. 79).

De acordo com João Canavilhas e Douglas Santana (2011), atualmente, tal comparação pode ser atrelada aos dispositivos móveis, pois, a partir de estudo realizado, puderam concluir que: "apesar de alguns avanços, a situação atual revela que os conteúdos continuam a ser meras transposições da oferta existente nos meios tradicionais, num modelo de *shovelware* semelhante ao que ocorreu com o webjornalismo" (CANAVILHAS e SANTANA, 2011, p. 54). António Fidalgo e João Canavilhas (2009) reforçam que o atual cenário de conteúdos para o móvel é semelhante à geração *shovelware*.

Nas versões online específicas para a Internet móvel, os jornais repetem os mesmos métodos que usaram quando criaram as primeiras versões online, replicam o que tinham. Assim, como as versões online replicaram, e ainda replicam, as versões impressas, assim as versões digitais replicam as versões tradicionais. É o chamado *shovelware*, o despejo dos mesmos conteúdos e respectivos formatos dos meios antigos para os novos meios. (FIDALGO e CANAVILHAS, 2009, p. 15)

Como se verá no capítulo de análise, no caso do *Jornal do Commercio*, há uma reunião de recursos não apenas de um meio, mas de vários meios: rádio, TV, impresso e web. O que possibilita a convergência de conteúdos adaptados para o *tablet*. Canavilhas (2013) afirma que há semelhanças na distribuição de conteúdos, mas que não se deve distribuir os mesmos de forma reproduzida em distintas plataformas como *tablet* e *smartphone*, mas desenvolver um conteúdo específico.

As novas formas de distribuição e os conteúdos destinados a dispositivos móveis tem muitas semelhanças, mas aos telefones móveis, os smartphones e aos tablets tem distintas características técnicas e formas de relacionar-se com seus proprietários. Portanto, deve-se evitar agora um cenário similar ao *shovelware* que caracterizou os primeiros anos do jornalismo na web, não caindo na tentação de distribuir o mesmo conteúdo para as três plataformas. (CANAVILHAS, 2013, p. 24)³⁹

³⁹ "Las nuevas formas de distribución y los contenidos destinados a dispositivos móviles tienen muchas similitudes, pero los teléfonos móviles, los smartphones y las tabletas tienen distintas características técnicas y distintas formas de relacionarse con sus propietarios. Por lo tanto se debe evitar ahora un escenario similar al *shovelware* que caracterizó a los primeros años del periodismo en la web, y no caer en la tentación de distribuir el mismo contenido para las tres plataformas". (CANAVILHAS, 2013, p. 24)

A grande questão é que os veículos possuem receio em investir e, conseqüentemente, não criam novos modelos de negócio e, conseqüentemente, não conseguem gerar receita.

3.4 Considerações sobre os aplicativos autóctones

A construção de narrativas originais ou desenvolvimento de produtos autóctones redefine o exercício profissional que, nos tempos atuais, necessita ser criativo e inovador. O conceito de produtos autóctones se refere aos aplicativos nativos em dispositivos móveis, a exemplo do *tablet*, caracterizados por "aplicações criadas de forma nativa com material exclusivo, tratamento diferenciado e proposta nova" (BARBOSA, SILVA e NOGUEIRA, 2012, p. 15). Esse modelo permite aos veículos desenvolverem conteúdos com características próprias e não apenas reproduzirem do jornal impresso e dos sites da web. Segundo Suzana Barbosa, Fernando Silva e Leila Nogueira (2012), o termo foi apresentado pela primeira vez por Marcos Palacios, em 2012.

Esses produtos já possuem algumas características possíveis de serem destacadas, entre as quais: "valorização de leituras mais densas (com artigos, matérias mais aprofundadas com distribuição verticalizada) e de recursos como fotos, vídeos e áudios" (BARBOSA, SILVA e NOGUEIRA, 2012, p. 12). Os autores ampliam a definição mostrando como isso passa a se reverberar na linguagem jornalística da narrativa por meio do desenvolvimento do design original, dos recursos a serem integrados e editado segundo as *affordances*. No entanto, Luiz Agner (2011) afirma que os designers não têm utilizado nas plataformas móveis qualidades como o Design de Interação, prejudicando o consumo desses produtos:

As novas interfaces parecem esquecer qualidades essenciais de projeto como, por exemplo, a visibilidade de *affordances*, o *feedback*, a consistência, a reversibilidade de ações, a detectabilidade de funções, a escalabilidade das resoluções de telas e a confiabilidade das operações. (AGNER, 2011, p. 13)

De forma paralela, Carlos Scolari (2008) coloca que o conteúdo deve ir ao encontro dos princípios da usabilidade, passando pela elaboração do design em si: "um ambiente bem desenhado, por exemplo, deve propor bons programas narrativos

(entendidos como rotas espaciais) que conectam entre si os diferentes lugares que os fazem" (2008, p. 257)⁴⁰. Há que se falar também da organização e distribuição devido à arquitetura da informação. Alguns mecanismos possibilitam que a narrativa seja formada, organizada e apresentada no aplicativo móvel, a exemplo da arquitetura da informação que: "investiga, portanto, a organização do conteúdo. Trata-se de um marco muito amplo que conecta forçosamente o estudo da concepção, da produção e a distribuição do cibermeio" (GAGO e PEREIRA, 2008, p. 88, tradução nossa)⁴¹.

As estruturas narrativas a partir da arquitetura da informação irão dar alternativas de caminhos a serem percorridos pelo usuário no momento da construção da narrativa jornalística. Vê-se, portanto, a importância dessa arquitetura que se compromete com "a) o fluxo de informação, a hierarquia dos conteúdos dispostos em um produto no jornalismo digital e b) o fluxo de navegação, as possibilidades de deslocamento entre os conteúdos, ou seja, como o leitor poderia construir uma determinada narrativa" (SCHWINGEL, 2008, p. 100-101).

3.5 Em uma quinta fase da base de dados, a adaptação para o conceito de remediação nos aplicativos do tablet

Dentro da lógica do paradigma da base de dados em uma fase denominada de quinta geração, Suzana Barbosa (2013) explica que há uma integração de processos ou *continuum* multimídia dinâmico que permite: "transmitir e gerar informação para dispositivos móveis, como computadores de mão, *ipods*, celulares e, mais recentemente, *smartphones* e *tablets*" (p. 40). Esta fase tem as plataformas móveis como meios emergentes com grande potencial de estratégia para modelos de negócios, sendo sua produção diferenciada.

O potencial de diferenciação para esses produtos paradigmáticos estará nas novas formas de roteirização para as produções jornalísticas, nos recursos empregados para a constituição de narrativas originais, na

⁴⁰ "Un ambiente bien diseñado, por ejemplo, debe proponer buenos programas narrativos (entendidos como recorridos espaciales) que conecten entre sí los diferentes lugares que lo conforman" (SCOLARI, 2008, p. 257).

⁴¹ "Investiga, por lo tanto, la organización, el etiquetado, la representación y la organización del contenido. Se trata de un marco muy amplio que conecta forzosamente el estudio de la concepción, la producción y la distribución del cibermedio" (GAGO e PEREIRA, 2008, p. 88).

busca por explorar uma maior integração entre os formatos utilizados, no desenvolvimento da hipertextualidade. (BARBOSA, 2013, p. 46)

Portanto, a quinta geração é responsável entre outras coisas, por desenvolver aplicativos e aplicativos autóctones, medialidade (BARBOSA, *op. cit.*, p. 41), entendida por como um processo que soma produção e distribuição de conteúdos em e para diferentes plataformas, não gerando rivalidade ou competição.

A medialidade conta com diferentes formatos a exemplo do áudio, do vídeo ou slideshow, graças as tecnologias digitais em rede. Nesse novo ambiente, é possível utilizar diferentes formas de produções e linguagens sem gerar a concorrência dos períodos anteriores em que uma plataforma, anulava a outra (BARBOSA, 2013).

O processo de mediação é abordado por Bolter e Grusin (1999) que ao fazer um panorama sobre a forma de mediar diferentes tipos de informações em distintas plataformas ao longo dos séculos, desenvolve três conceitos que identificam cada forma de lidar com o conteúdo: a remediação, o imediatismo e a hipermediação. Os três podem ser utilizados para analisar a disponibilização de conteúdos no *tablet*.

O imediatismo se refere à proximidade do objeto com realidade ou desejo da aproximação. Já a remediação está relacionada às características de meios anteriores nos meios atuais. Os autores (1999) trazem exemplos de remediações da fala para escrita, entre outros. Para Bolter e Grusin (*ibidem*) os meios atuais reproduzem seus anteriores com o discurso de melhoria, de a versão atual ser melhorada. O que se percebe em relação à reprodução é que se tem "novos-velhos" produtos com linguagens ou recursos anteriores buscando melhorias. Na hipermediação os meios deixam explícita a utilização do hibridismo entre meios e linguagens.

Ainda de acordo com Bolter e Grusin (1999) existe a ideia de que os computadores podem levar o leitor a experiências de contato direto com outros meios como a pintura, mas eles argumentam que o acesso aos referidos meios só é possível a partir da interação com ícones. Os autores (*ibidem*) apresentam o conceito de descontinuidade. Para eles (1999), o computador pode remediar um meio anterior ao ponto de que não haja descontinuidade, ou seja, um distanciamento muito grande em relação ao velho meio. Se houver uma absorção do velho meio pelo novo, as descontinuidades serão minimizadas.

Finalmente, o novo meio pode remediar tentando absorver o velho meio totalmente, de modo que as discontinuidades entre ambos se minimizem. O mesmo ato de remediação, contudo, assegura que o velho meio não deixará de existir completamente; o novo meio segue dependendo do antigo em formas reconhecidas e não reconhecidas. (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 19, tradução nossa)⁴²

Suzana Barbosa (2013) acrescenta que a remediação se insere em um contexto digital de quinta geração da base de dados, no qual pode haver uma remediação agressiva com discontinuidades ou potencializações dos antigos meios. Desse modo, ela indica um estágio que é de pós-remediação (BARBOSA, 2013, p. 44).

Segundo Bolter e Grusin (1999), na remediação, meios como cinema e televisão se relacionam com o computador por meio da intertextualidade. “A readaptação dentro de um novo meio é um caso especial de remediação, e procede dos mesmos motivos ambíguos de homenagem e rivalidade — que Harold Bloom tem chamado de “a ansiedade da influencia”-, como as outras formas de remediação” (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 20, tradução nossa)⁴³.

No caso do imediatismo, os autores acrescentam que os meios digitais se utilizam de várias estratégias para mediar o cinema, a televisão ou a pintura.

A lógica do imediatismo transparente também está em andamento nos sistemas gráficos digitais não-imersivos, ou seja, nas imagens, cinema e televisão bi e tri- dimensionais projetadas em telas de computador tradicionais. (...) E apesar da interface de desktop convencional ser bidimensional, os designers estão fazendo experiências com espaços virtuais tridimensionais, onde o usuário pode mover-se dentro, em torno e por meio da informação (Card, Robertson e Macinlay 1991). Estas perspectivas darão à experiência de computador tridimensional um maior senso de imediatismo. O que os engenheiros dizem é que querem criar uma interface “sem face”, em que não há elementos reconhecíveis —botões eletrônicos, janelas, barras de espaço, nem mesmo ícones. Em vez disso, o usuário irá se mover em um espaço interagindo “naturalmente” com os objetos, como faz no mundo físico. A realidade virtual, as imagens tridimensionais, e o desenho de interfaces gráficas, buscam todos eles fazer com que a tecnologia digital seja “transparente”. Nesse sentido, a interface tem que ser de tal modo que

⁴²“Finally, the new medium can remediate by trying to absorb the older medium entirely, so that the discontinuities between the two are minimized. The very act of remediation, however, ensures that the older medium cannot be entirely effaced; the new medium remains dependent on the older one in acknowledged or unacknowledged ways. For example, the genre of computer games like *Myst* or *Doom* remediates cinema, and such games are sometimes called “interactive films” (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 47).

⁴³ “Refashioning within the medium is a special case of remediation, and it proceeds from the same ambiguous motives of homage and rivalry-what Harold Bloom has called the “anxiety of influence-as do other remediations” (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 49).

se exclua em si mesma, em que o usuário perca a consciência de estar utilizando um meio, e em seu lugar, encontre-se diretamente em frente ao conteúdo desse meio. (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 3, tradução nossa)⁴⁴

Os autores exemplificam com a fotografia, a câmara clara e a pintura no renascimento. No atual imediatismo, serve como referência os ícones elaborados por designers de mídia digital ou arquitetos da informação, que intencionam simbolizar o mais real e familiar possível, inclusive no *tablet*. Os meios também se tornam parte da vivência humana pela realidade aumentada e pela busca da usabilidade completa, em que o espectador não se depare com problemas relacionados à tecnologia no momento em que utiliza qualquer produto digital.

A interface transparente é uma manifestação clara da necessidade para negar a natureza mediada da tecnologia digital, como um todo. Acreditar que com a tecnologia digital temos deixado para trás a mediação é também afirmar a singularidade do nosso momento tecnológico atual. Para muitos entusiastas da realidade virtual, o computador supera de tal modo às outras tecnologias por seu poder para fazer presente o mundo, que a história dos outros meios perde relevância ao seu lado. (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 24, tradução nossa)⁴⁵

O imediatismo dialoga com o esforço de trazer a transparência para as interfaces o que é interessante do ponto de vista da usabilidade.

A hipermediação possui pontos contrários à compreensão do imediatismo, deixa

⁴⁴ "The logic of transparent immediacy is also at work in nonimmersive digital graphics-that is, in two- and three-dimensional images projected on to traditional computer, film, or television screens. Digital graphics have become tremendously popular and lucrative and in fact are leading to a new cultural definition of the computer. If even ten years ago we thought of computers exclusively as numerical engines and word processors, we now think of them also as devices for generating images, reworking photographs, holding videoconferences, and providing animation and special effects for film and television. (...) And although the standard desktop interface has been twodimensional, designers are experimenting with three-dimensional versions-virtual spaces in which the user can move in, around, and through information (Card, Rohertson, and Macinlay 1991). These three-dimensional views are meant to lend even greater immediacy to the experience of computing. What designers often say they want is an "interfaceless" interface, in which there will be no recognizable electronic tools-no buttons, windows, scroll bars, or even icons as such. Instead the user will move through the space interacting with the objects "naturally," as she does in the physical world. Virtual reality, threedimensional graphics, and graphical interface design are all seeking to make digital technology "transparent." In this sense, a transparent in terface would be one that erases itself, so that the user is no longer aware of confronting a medium, but instead stands in an immediate relationship to the contents of that medium" (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 23-24).

⁴⁵ "The transparent interface is one more manifestation of the need to deny the mediated character of digital technology altogether. To believe that with digital technology we have passed beyond mediation is also to assert the uniqueness of our present technological moment. For many virtual reality enthusiasts, the computer so far surpasses other technologies in its power to make the world present that the history of earlier media has little relevance" (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 24).

evidente a convergência, pois os meios se apropriam de possibilidades tecnológicas, deixando explícitas as transformações por meio das tecnologias: a fotomontagem, a colagem, a igreja, com seu altar e suas esculturas cheias de significados, espaços físicos e representacionais e as pinturas de grandes pintores que utilizam a intertextualidade, ou seja, traços de outros pintores (BOLTER e GRUSIN, 1999).

A hipermediação também diz respeito à representação simbólica a partir do sistema de signo cultural, a exemplo de ícones, símbolo ou índice: aquarela, máquina de datilografar, CD ROM, entre outros.

Na tecnologia digital, como muitas vezes no início da história da representação ocidental, a hipermediação se expressa como multiplicidade. Se a lógica do imediatismo leva-nos a excluir ou automatizar o ato de representação, a lógica da hipermediação reconhece múltiplas ações de representação e os torna visíveis. Onde imediatismo sugere um espaço visual unificado, a hipermediação contemporânea oferece um espaço heterogêneo, em que a representação não é concebida como uma janela para o mundo, mas sim como um "mundo com janelas em si mesmo", janelas que se abrem para outras representações de outros meios. A lógica da hipermediação multiplica os sinais de mediação e, assim, tenta reproduzir o rico acervo sensorial da experiência humana. Por outro lado, a hipermediação pode operar inclusive em um ambiente simples e aparentemente unificado, particularmente quando a ilusão da representação realista se vê de algum modo questionada ou totalmente quebrada. Por exemplo, as pinturas de perspectiva ou desenhos gráficos se vêm, as vezes, hipermediados, particularmente quando eles oferecem cenas fantásticas que o espectador pode não aceitar como reais ou mesmo possíveis. (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 11, tradução nossa)⁴⁶

Enquanto o imediatismo quer camuflar a os processos tecnológicos, a hipermediação, pelo contrário, quer marcar o território da hipermediação.

⁴⁶ "In digital technology, as often in the earlier history of Western representation, hypermediacy expresses itself as multiplicity. If the logic of immediacy leads one either to erase or to render automatic the act of representation, the logic of hypermediacy acknowledges multiple acts of representation and makes them visible. Where immediacy suggests a unified visual space, contemporary hypermediacy offers a heterogeneous space, in which representation is conceived of not as a window on to the world, but rather as "windowed" itself-with windows that open on to other representations or other media. The logic of hypermediacy multiplies the signs of mediation and in this way tries to reproduce the rich sensorium of human experience. On the other hand, hypermediacy can operate even in a single and apparently unified medium, particularly when the illusion of realistic representation is somehow stretched or altogether ruptured. For example, perspective paintings or computer graphics are often hypermediated, particularly when they offer fantastic scenes that the viewer is not expected to accept as real or even possible" (BOLTER e GRUSIN, 1999, p. 33-34).

4 HIPERMEDIAÇÃO E CONVERGÊNCIAS

A relação entre o jornalismo e a convergência midiática tem pautado as discussões no âmbito acadêmico, em função das mudanças no modelo de produção e consumo da informação. Tais mudanças também reverberam no campo profissional, por conta das novas possibilidades de negócio e diferentes perspectivas para a prática noticiosa.

Carlos Scolari (2008) discute o atual cenário convergente como parte do processo de hipermediação, sendo caracterizado por seus suportes serem digitais, suas estruturas serem hipertextuais; ser o usuário um colaborador, em uma estrutura na qual o modelo de difusão é de muitos que se comunicam para muitos. Esses usuários colaboram com informações e geram conteúdos incorporados nos meios de comunicação de massa. Henry Jenkins (2009) corrobora essa discussão enfatizando que esse cenário midiático é o resultado da cultura da convergência, em que mídias tradicionais e novas se unem para produzir diferentes conteúdos, públicos e plataformas.

Portanto, essa é a face contemporânea do jornalismo que se encontra caracterizada por uma série de fatores que têm conduzido toda a sua estrutura a distintas transformações, desde a sua produção até o consumo de informação, desenvolvendo a hipermediação, um processo convergente de intercâmbio que, conforme anteriormente caracterizado, envolve diferentes meios e formas de lidar com os conteúdos e as linguagens.

Para Henry Jenkins (2009), a convergência muda a lógica de relação entre tecnologia, mercado, gêneros e públicos. Encontra-se presente nesse cenário convergente a comunicação hipermidiática, que se diferencia das formas tradicionais de comunicação devido a: digitalização, hipertextualidade, reticularidade, multimídia e interatividade (SCOLARI, 2008).

A comunicação hipermidiática que tem provocado mudanças culturais percebíveis na forma de consumir e produzir notícias provoca reflexões a partir de pesquisadores, a exemplo de Silva Junior (2001), segundo o qual o jornalismo online é: "mais que meramente uma plataforma a mais, ou uma mídia, o jornalismo age em estreito diálogo com as possibilidades hipermidiáticas. Ou seja, passa a ser cada

vez mais uma potência geradora de núcleos informativos, e não simplesmente uma modalidade" (SILVA JUNIOR, *op.cit.*, p. 137). Essa potência geradora de diferentes núcleos informativos permite que, de forma descentralizada, distintas possibilidades de comunicação se tornem possíveis, a partir de plataformas móveis. É o que acontece com o *tablet*, sem esquecer, claro, de mencionar a responsável por proporcionar que a produção, a disseminação e o consumo desses variados tipos de informação se concretizem, a internet.

O que temos de relativizar é que, graças à lógica de internet especificamente, a difusão de informação jornalística em suportes alternativos ganha nova dimensão. Em adição a isto, as novas plataformas de acesso à informação jornalística, como pagers, celulares, PDA's etc., e outras nem tão novas assim como o fax, painéis digitais públicos etc., encontram-se em um estado de intrínseca integração com as ferramentas e recursos, isto sim da própria Internet. (SILVA JUNIOR, 2001, p. 135-136)

Iniciada na Segunda Guerra Mundial com o nome ARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada), a Rede Mundial de Computadores foi criada para fins de pesquisa e era vinculada ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Seu propósito inicial era construir algo que não fosse destrutível caso houvesse ataque nuclear (CASTELLS, 2000, p. 78). Tais objetivos deram origem à primeira rede, a ARPANET, a qual estabelecia conexão com quatro universidades: Universidade da Califórnia, na Califórnia e em Los Angeles, Stanford Research Institute e Universidade de Utah (CASTELLS, 2000, p. 82-83). Os computadores também tiveram origem na Segunda Guerra Mundial, mas se constituindo apenas em 1946, na Filadélfia, a partir de investimentos do exército norte-americano. Casttels (*ibidem*) explica que na primeira vez em que o computador foi acionado, o consumo de energia foi intenso ao ponto de as luzes da cidade piscarem (CASTELLS, 2000, p. 78).

A internet se ampliou e junto a ela uma maior capacidade de armazenamento, possibilitando a digitalização de conteúdos nas mais diversas linguagens, as quais resultaram na convergência multimídia. Importante nesse processo também foi a criação da www que proporcionou a evolução da comunicação digital, democratizou o acesso e possibilitou uma maior estruturação de dados por meio da hipertextualidade, permitindo a navegação e a interatividade, além de maiores compartilhamentos: "até a chegada da internet, não existia nenhuma plataforma que permitisse difundir

mensagens informativas, que combinasse os códigos textuais e audiovisuais, e com os quais o usuário pudesse interagir" (SALAVERRÍA, 2003, p. 3, tradução nossa)⁴⁷.

Atualmente, a internet tem sido acessada via dispositivos móveis, os quais têm agregado várias modalidades nesse meio: fotografar, agendar, acessar rede social etc. (CANCLINI, 2009), também por meio desses dispositivos há uma ampliação da inclusão digital por distintas camadas na sociedade. O aumento da venda de celulares e sua popularização é, segundo Díaz Noci (2011), consequência do crescimento de países como China, Índia e Brasil. Castells (2000) afirma que essa expansão começou desde a década de 90:

Assim, a telefonia celular difundiu-se com grande força por todo o mundo nos anos 90, literalmente invadindo a Ásia com *paggers* não sofisticados e a América Latina com telefones celulares, usados como símbolo de status. No ano 2000, já existiam tecnologias acessíveis para um aparelho pessoal de comunicação de cobertura universal, aguardando apenas a resolução de inúmeras questões técnicas, jurídicas e administrativas para chegar ao mercado. (CASTELLS, 2000, p. 78)

A popularização da internet móvel começou a indicar o potencial do meio para a venda de produtos, aumentando a produção de conteúdos e da publicidade. Começa-se, então, a desenvolver produtos móveis que vão ao encontro da lógica informacional cada vez mais móvel. Mais consumo significa uma maior demanda por conteúdos nesses dispositivos, confirmando a necessidade de os veículos criarem narrativas atrativas e gerar modelos de negócios. Vale ressaltar, contudo, que a ideia comercial de internet móvel não é recente, surgiu no Brasil em 2000 e, na época, impulsionou os grupos de comunicação a lançarem seus sites em WAP⁴⁸ (FERREIRA, 2007, p. 58).

Pouco tempo depois, a Compera lançou o portal "Internet na Mão", o primeiro serviço de notícias por SMS no Brasil, que podia ser assinado via web por usuários de algumas operadoras que atuavam no país. (...) O ano 2000 foi o ano da pequena bolha da internet móvel. Assim, depois do Folha Wap e do portal Internet na Mão, houve uma sucessão de lançamento de serviços de notícias pelo celular, de grupos como o Estado de S. Paulo, Editora Abril, IG, Yahoo!, entre outros. (FERREIRA, *op. cit.* p. 58)

⁴⁷ "Hasta la llegada de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera difundir mensajes informativos en los que se combinaran códigos textuales y audiovisuales, y con los que, además, el usuario pudiera interactuar" (SALAVERRÍA, 2003, p. 3).

⁴⁸ O WAP (*Wireless Application Protocol*) é um tipo de protocolo desenvolvido para a comunicação sem fio em celulares, entre outras plataformas.

O acesso à internet por dispositivos móveis tem algumas vantagens, entre as quais, a mobilidade que tem feito à diferença não apenas no consumo e distribuição, mas na produção de conteúdo, ao permitir, inclusive, o desenvolvimento do jornalismo móvel e do jornalismo hiperlocal. Essas possibilidades se dão por conta da ubiquidade proporcionada pela conexão wi-fi, 3G, entre outras (SILVA, 2009).

No âmbito comunicacional, as inovações no processo convergente começam a fazer parte de toda cadeia produtiva da notícia. Ramón Salaverría enfatiza que a mudança é necessária para inovar e gerar modelo de negócio: "as transformações no ecossistema midiático propiciam que os meios tradicionais tenham que adaptar-se e renovar-se mediante a emergência de novos meios interativos, se desejam manter sua sobrevivência e lucro" (SALAVERRÍA, GARCIA AVILÉS e MASIP, 2010, p. 42, tradução nossa)⁴⁹.

A internet, os computadores e agora os celulares desencadearam possibilidades convergentes em uma sociedade cujo contexto é híbrido. Manuel Castells (2000) mostra que as convergências entre diversas áreas começam a existir a partir do uso da tecnologia, estabelecendo uma união entre as mesmas: física, biologia, sociologia, matemática, entre outras. Ao encontro de Castells (2000), Díaz Noci (2011) relata que o conceito de convergência existe desde a década de 80, quando várias áreas se apropriam da tecnologia.

O termo "convergência" é, desde os anos 80, quando Ithiel de Sola Pool aplicou o conceito à comunicação, uma palavra da moda no campo da pesquisa. A definição do conceito apresenta, no entanto, alguns problemas. Antes de se tornar uma ideia associada ao jornalismo, o conceito de convergência foi empregado em áreas díspares como matemática, economia ou biologia (GORDON, 2003). Desde o final dos anos 80, o termo "convergência" tem sido usado para se referir a uma variedade de conceitos relacionados à transformação tecnológica das telecomunicações; o qual teve significados heterogêneos, complementando-se mutuamente em algumas ocasiões e sendo impreciso em outras. (DÍAZ NOCI, 2011, p. 101, tradução nossa)⁵⁰

⁴⁹ "Las transformaciones en el ecosistema mediático propician que los medios tradicionales tengan que adaptarse y renovarse ante la irrupción de los nuevos medios interactivos, si desean mantener su supervivencia y rentabilidad" (SALAVERRÍA, GARCIA AVILÉS e MASIP, 2010, p. 42).

⁵⁰ "The term 'convergence' is, from the 1980's onwards when Ithiel de Sola Pool applied the concept to communication, a fashionable word in research. Definition of the concept presents, however, some difficulties. Before it became an idea associated with journalism, the concept of convergence was employed in fields as disparate as mathematics, economics or biology (Gordon, 2003). Since the late

As convergências também perpassa junto às diferentes profissões, às organizações e à apresentação do conteúdo, o que tem gerado uma busca pela evolução articulada das seguintes dimensões: profissional, empresarial, tecnológica e comunicativa. A profissional tem se tornado cada vez mais real a partir da fusão de áreas profissionais, resultando nas polivalências multimídia ou multiplataforma, no momento que os jornalistas passam a produzir em diferentes linguagens e, respectivamente, em distintas plataformas. A empresarial é resultado da integração de veículos. A tecnológica é caracterizada pelas possibilidades tecnológicas de distribuição de conteúdos na internet e várias plataformas; além da convergência comunicativa, quando é possível reunir em um só ambiente diferentes tipos de linguagens.

A evolução de todas as dimensões citadas acima provoca o desenvolvimento da convergência jornalística (SALAVERRÍA, 2010). Sendo que há várias dificuldades em cada uma delas que impossibilitam cada uma evoluir: a falta de investimento, a dificuldade de experimentar novos modelos, a sobrecarga do profissional multimídia, etc: "a convergência sonhada como um processo econômico-semiótico de fusão de empresas e linguagens termina gerando efeitos colaterais nos lugares menos pensados, por exemplo, dentro das redações jornalísticas ou no consumo cooperativo de bens culturais" (SCOLARI, 2008, p. 104, tradução nossa)⁵¹. Ainda Avilés et. al. (2007) explica que a convergência jornalística pode ser vista como um:

Processo de integração de modos de comunicação tradicionalmente separados que afeta: empresas, tecnologias, profissionais e audiências em todas as fases de produção, distribuição e consumo de conteúdos de qualquer tipo. Deste processo acarreta profundas implicações para as estratégias empresariais, as mudanças tecnológicas, a elaboração e distribuição de conteúdos em distintas plataformas, o perfil profissional dos periodistas e as formas de acesso aos conteúdos. (AVILÉS et. al, 2007, p. 12-13, tradução nossa)⁵²

1980s, the term "convergence" has been used to refer to a variety of concepts related to the technological transformation of telecommunications; it has had heterogeneous meanings, complementing each other on occasions and elusive on others" (DÍAZ NOCI, 2011, p. 101).

⁵¹ "La convergencia soñada como un proceso económico-semiótico de fusión de empresas y lenguajes, termina generando efectos colaterales en los lugares menos pensados, por ejemplo dentro de las redacciones periodísticas o en el consume cooperativo de bienes culturales" (SCOLARI, 2008, p. 104).

⁵² "Proceso de integración de modos de comunicación tradicionalmente separados que afecta a empresas, tecnologías, profesionales y audiencias en todas las fases de producción, distribución y consumo de contenidos de cualquier tipo. Dicho proceso acarrea profundas implicaciones para las estrategias empresariales, los cambios tecnológicos, la elaboración y distribución de contenidos en

Apesar de problemático, com muitas dificuldades, os veículos aos poucos têm se apropriado das plataformas móveis para produzir e distribuir conteúdos: "guardadas as devidas proporções, e dependendo do nível de implementação dessa prática nas rotinas produtivas, as organizações jornalísticas dos cinco continentes já incorporam os dispositivos móveis para a produção e também publicação de conteúdos" (BARBOSA e SEIXAS). Nesse cenário, os veículos têm buscado a evolução da convergência jornalística, quando os processos convergem e a base de dados é responsável por indexar, produzir e distribuir conteúdos (BARBOSA, 2007, p. 112).

4.1 Convergência de narrativas

A produção de narrativas jornalísticas diferenciadas acompanha o curso inevitável do contexto convergente contemporâneo, marcado pelo desenvolvimento da convergência jornalística como consequência da integração das dimensões convergentes: profissional, tecnológica, empresarial e de conteúdos (SALAVERRÍA, GARCÍA AVILÉS, MASIP, 2010).

Segundo Ramón Salaverría (2010, p. 57), a convergência de conteúdos ou convergência de narrativas (GORDON, 2003) deve ser desenvolvida por jornalistas polivalentes e possuir "conteúdos distintos daqueles produzidos até o momento, e adaptados às possibilidades multimídia e interativas que oferecem as tecnologias, para a produção e o consumo" (SALAVERRÍA, GARCÍA AVILÉS, MASIP, 2010, p. 57, tradução nossa)⁵³.

No meio digital, as narrativas possuem uma série de aspectos que estão fortemente relacionadas às características do jornalismo online: espaço ilimitado, imediatismo e atualização contínua, abertura para interação, multimídia capaz de integrar as diferentes linguagens, a personalização e o domínio sobre a sequência

distintas plataformas, el perfil profesional de los periodistas y las formas de acceso a los contenidos" (GARCÍA AVILÉS et. al, 2007, p. 12-13).

⁵³ "Contenidos distintos a los producidos hasta el momento y adaptados a las posibilidades multimídia e interactivas que ofrecen las tecnologías, para la producción y el consumo" (SALAVERRÍA, GARCÍA AVILÉS, MASIP, 2010, p. 57).

narrativa (GORDON, 2003). Em 2003, Rich Gordon já previa novas narrativas para o computador desktop, os dispositivos móveis e a TV digital.

Então, torna-se pertinente abordar o texto e os possíveis diálogos entre as narrativas no espaço digital, não apenas do ponto de vista da convergência de conteúdos, da multimídia, devido a multimidialidade; mas à sincronia de narrativas entre plataformas, a exemplo do PC, dispositivo móvel e TV digital, seja *crossmedia* ou *transmídia* (GORDON, 2003; JENKINS, 2009).

Sob a diferença⁵⁴ das narrativas *crossmedia* e *transmídia*, pode-se dizer que a narrativa *transmídia* é conhecida pela capacidade de se subdividir e se estender para outras plataformas no intuito de completar seu total sentido. Cada plataforma recebe uma parte segmentada da narrativa e cada uma depende da outra para construir uma única narrativa. As partes são interdependentes.

Na lógica da narrativa *crossmídia*, é feita uma única narrativa adaptada para cada plataforma participante da estratégia multimídia, a exemplo de vídeos, textos, comunidades online, videogames, programas televisivos, revista em quadrinhos, filmes, entre outros. Nesse caso, funcionado de forma independente sob o ponto de vista do sentido da narrativa, mas interdependente em relação à estratégia de comunicação. Não há prejuízo ao sentido, à compreensão da história, caso o usuário consuma apenas de uma plataforma.

Henry Jenkins (2009) mostra que os meios têm se unido para desenvolver conteúdos convergentes. Há uma explícita busca pela integração de redações, divulgação de sua programação em redes sociais e em plataformas como TV, rádio ou impresso. No entanto, não se conseguiu inovar ainda na área publicitária: ainda se vê antigos modelos como tipos de anúncios e *pageview* (número de acessos ao site).

Há também quem aposte no fenômeno da segunda tela para aumentar a audiência nos sites ou aplicativos e gerar receita. As telas chamadas de segunda tela⁵⁵ ou "*second screen*" se referem ao *smartphone* ou ao *tablet*, plataformas utilizadas de

⁵⁴ Vídeo explicativo sobre sobre as diferenças entre a *transmedia* e a *crossmídia*. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=v4J-GSlifDU> > Acesso em 20 de abril de 2013.

⁵⁵ Há também um vídeo elaborado pela Nokia sobre a quarta tela como dispositivo móvel, sendo o cinema a primeira, a TV a segunda, o computador a terceira, e o celular, a quarta. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=ue3xt1lkkIA&feature=youtu.be> > Acesso em 18 de fevereiro de 2013.

forma simultânea pelos telespectadores no momento em que assistem a programas televisivos. Vários veículos têm desenvolvido aplicativos no intuito de atrair esses telespectadores aos sites dos programas, a exemplo do canal Band. No entanto, pesquisas⁵⁶ já apontam que os telespectadores não acessam esses aplicativos enquanto assistem, eles preferem interagir com pessoas as quais têm alguma afinidade em redes sociais.

Henry Jenkins dá exemplos de como a ideia de comunidade na internet tem funcionado para diferentes segmentos em modelos velhos como a TV ou cinema, ao apresentar a ideia de transmidialidade. Seus exemplos mostram que filmes como Matrix, se utilizaram de algumas estratégias comerciais para integrar os fãs, lançado mão de comunidades para saber suas preferências e hábitos.

⁵⁶Segundo o fundador da Everybody at Once, Kenyatta Cheese, essa é uma estratégia que não funciona, pelo motivo de as pessoas ao acessarem as redes sociais, quererem justamente conversar com os amigos, ou pessoas com as quais possuem afinidades e não com o veículo em si. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/aplicativos-de-segunda-tela-nao-funcionam-diz-analista> > Acesso em 25 de fevereiro 2014.

5 DESCRIÇÃO DE CASOS E ANÁLISES

5.1 O Globo

Fundado em 1925 por Irineu Marinho, o jornal *O Globo* faz parte das Organizações Globo pertencentes à família Marinho, que junto ao jornal tem ainda a Rede Globo de Televisão, Rádio Globo, Editora Globo, sites, entre outros produtos. O jornal começou com uma periodicidade vespertina até 1962, quando passou a ser matutino.

Seu nome é resultado de um concurso feito pelo fundador do jornal, Irineu Marinho, em 20 de julho de 1925, o nome vencedor foi *Correio da Noite*, mas como já havia sido patenteado, escolheu-se o nome do segundo lugar, *O Globo*. A primeira edição começou a circular em 29 de julho desse mesmo ano. A partir de 17 de agosto de 2013, o jornal disponibiliza todas as suas edições na internet (O GLOBO, 2013)⁵⁷.

O site do Globo foi lançado em 1996 e, 10 anos depois, foi lançada a edição digitalizada do jornal impresso. Os conteúdos para o móvel ganharam espaço com o *Globo Kindle*, em 2009; depois com o aplicativo *O Globo iPad*, em 2010; e o *Globo a Mais*, em 2012 (O GLOBO, 2013).⁵⁸

Segundo Adriana Barsotti e Leonel Aguiar (2013), o produto *O Globo a Mais* deu início em 29 de janeiro de 2012, com uma periodicidade de segunda a sexta sob influência do produto para *tablet*, *La Republica Sera*. A autora acrescenta que *O Globo a Mais* foi lançado como "o primeiro vespertino digital do Brasil com conteúdo exclusivo para *tablet*" (BARSOTTI e AGUIAR, 2013).

5.2 O Globo a Mais

O produto *O Globo a Mais* é um aplicativo original considerado um autóctone porque utiliza os recursos multimídia e aspectos da própria plataforma. Ele se autodenomina de revista digital e possui um formato que se assemelha realmente à

⁵⁷ Globo Memória. Disponível em: < <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-eacute-lanccedilado-9196292> > Acesso em 15 de dezembro de 2013.

⁵⁸ O Globo na rede. Disponível em: < <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-na-rede-9200005> > Acesso em 15 de dezembro de 2013.

revista, com uso excessivo de imagem e vários ícones que despertam a interação do leitor, nesse caso, a interação reativa, caracterizada pela interatividade que se limita ao usuário e à plataforma, em um processo homem-máquina (PRIMO, 2000, p. 6).

A interface háptica, presente nos dispositivos móveis de telas sensíveis ao toque, é baseado no processo de interação reativa (PRIMO, 2000), resultado dos mecanismos pré-estabelecidos pela Interação Humano-Computador. *O Globo a Mais* possui esse tipo de interação, já que a narrativa só se dá a partir da ação do usuário, ou seja, da interação do leitor. Daí a importância da utilização de signos ou seja ícones na interface (CARDOSO, 2013).

O ícone, assim como os outros elementos gráficos que compõem a interface, é essencial tanto para as pessoas sem conhecimento específico que utilizam o computador e seus sistemas esporadicamente, como para os usuários mais experientes, que usam diariamente e executam tarefas importantes e faz parte da rotina diária. O emprego dessas pequenas representações visuais nas interfaces foi um dos fatores que possibilitou a transposição da linguagem computacional para uma linguagem comum às pessoas sem conhecimento dos processos tecnológicos envolvidos. Portanto, a crescente utilização dos computadores nas últimas duas décadas, se deve principalmente à mudança de paradigma na forma pela qual o homem passou a interagir com o computador. (CARDOSO, 2013, p. 46)

Nesse produto, a questão imagética é fortemente enfatizada com imagens que tomam a página ou aproximadamente metade da página, a começar pela capa. Seu aspecto visual é marcado por signos: seja imagens grandes ou em miniatura. Em sua capa, uma fotografia ocupa a página inteira apenas com a manchete e o nome do produto. Quando *O Globo a Mais* quer dar ênfase às fotos em suas galerias, pede que o leitor coloque o iPad na horizontal, após visualização das fotos, o leitor é orientado a voltar à vertical para continuação da leitura, pois o produto foi desenvolvido para ser lido na vertical.

Figura 4 – capa do produto *O Globo a Mais*.



Fonte: captura de tela feita durante observação em 05 de novembro de 2013.

A propaganda comercial nesse meio também se diferencia. É planejada para interagir com o leitor, cita-se como exemplo ilustrativo o caso do empreendimento imobiliário que apresenta uma cortina persiana com a frase: "transforme a vista do seu escritório em um diferencial para sua empresa", com um ícone de uma cortina a ser puxada. Ao tocá-lo, a cortina se fecha e abre, e o leitor visualiza o empreendimento. Depois fecha e abre automaticamente, e o leitor se depara com informações sobre área, estrutura, entre outras.

Figura 5 – propaganda comercial dinâmica.



Fonte: captura de tela realizada 26 de novembro de 2013.

Todo o texto do aplicativo é apresentado de forma simples, mas sempre explorando os recursos multimídia. As reportagens, artigos e entrevistas estão dispostas em formato que se assemelha ao da revista. Cada edição diária possui uma narrativa dinâmica com recursos especiais, seja uma foto, gráfico interativo, galeria de foto ou vídeo, inclusive, o vídeo de colunistas desenvolvendo alguma crítica, fazendo uma análise de algum fato, o que indica uma apropriação da linguagem audiovisual na narrativa.

O produto possui a seguinte estrutura:

- a) Tutorial, orientando a navegação a partir do conhecimento das sinalizações, mostrando como proceder cada vez que encontrar os ícones utilizados no produto;
- b) Giro Globo, com uma seleção de notícias sobre acontecimentos do dia; os textos trazem entrevistas e às vezes links externos, a exemplo de vídeos no

YouTube⁵⁹. Em uma perspectiva dinâmica, o Giro Globo apresenta seus conteúdos com possibilidade de interação, utilizando vídeos e links a partir da lógica de fechamento. De acordo com Adriana Barsotti e Leonel Aguiar (2013, p.), "o produto trabalha com o conceito de 'fechamento' herdado do jornalismo impresso. Nele, faz-se um recorte das notícias que acontecem até o horário do "fechamento", após o qual, nenhuma atualização é feita". No início dessa editoria, há informação sobre o horário de fechamento, geralmente às 16 ou 17h, e a indicação do jornalista responsável por selecionar.

Figura 6 – imagens da editoria Giro Globo que reúnem notas, notícias, números apresentados de forma dinâmica e vídeos.

A imagem mostra a interface da editoria 'GIRO' do site do Globo. O cabeçalho apresenta o nome 'GIRO' e o subtítulo 'SELEÇÃO DE THOMAS LORNO'. Abaixo, há uma seção 'AS PRINCIPAIS NOTÍCIAS DO DIA' com o tema 'Os personagens'. O destaque principal é sobre José Eduardo Cardozo, ministro da Justiça, com o subtítulo 'Ministro discutirá mudanças na lei para enquadrar black blocs'. À direita, há uma seção de estatísticas com cartões interativos: '889 MIL INGRESSOS' (para a Copa do Mundo de 2014), '70% DOS BRASILEIROS' (referente a ingressos sorteados), '130 MIL PROCESSOS' (referente a julgamentos), e 'De volta à guerra virtual' (referente ao jogo Call of Duty). Outras notícias incluem 'CPI quer ampliar punição para tráfico de pessoas', 'Reino Unido opera escutas legais em Berlim', e 'Bangladesh condena mais de 150 a morte'. A interface é limpa, com fontes legíveis e imagens de apoio.

Fonte: captura de tela realizada 01 de dezembro de 2013.

c) Imagens do Dia, uma seleção de fotografias sobre acontecimentos atuais de diversas partes do mundo, as quais são fornecidas por fotógrafos e agências.

⁵⁹ Vídeo do perfil do Palácio do Planalto: " em Nova Iorque, Dilma concede entrevista coletiva". Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=ydHpfrGR0c> > Acesso em 01 de outubro de 2013.

d) Gente do Globo, com artigos e vídeo de colunistas, em sua maioria, do próprio jornal O Globo. Há a utilização de vídeos de colunistas desenvolvendo uma crítica, fazendo uma análise de algum fato, o que indica uma apropriação da linguagem audiovisual na narrativa.

e) dicas a mais, normalmente duas por edição, indicam exposição, filmes, restaurantes, sites, entre outros.

f) Imagem a mais, é uma fotografia do acervo, geralmente relacionada a alguma temática abordada na edição.

O produto analisado permite que seu índice possa ser visualizado de três maneiras: na capa, por meio do próprio nome índice; dentro do produto, logo após o tutorial; e na parte superior do aplicativo, visível apenas com toque, a partir de qualquer página. Nesse último modo, existem dois tipos de índices panorâmicos os quais fazem referência a cada título e imagem da página: um se apresenta na vertical e outro na horizontal. Por meio desses, ligados pelo hipertexto, o leitor escolhe para qual texto deseja ir. Todas as manifestações de índices oferecem uma visão dinâmica e hipertextual.

Na análise das edições em outubro não há índice após o tutorial, nem na capa. Como a maioria das matérias estava em forma de índice na própria capa, representada por imagens em miniatura, gênero e títulos do texto, justifica-se tal ausência. Portanto, a foto da manchete que, atualmente, toma toda a página, dividia espaço com fotografias de colunistas ou relacionadas às reportagens. Atualmente, na capa, há apenas uma fotografia relacionada a algum texto da edição, a qual possui também um título (manchete) e ao tocar nele, o leitor é direcionado imediatamente à página referente.

Houve uma mudança no design do O Globo a partir do dia 14 de outubro. Entre algumas transformações, destacam-se: substituição de mapas que orientavam o leitor nas galerias pelo símbolo de somar (+) e barra de rolagem por apenas setas nas reportagens.

Figura 7 – capas comparativas do antes (à esquerda) e depois (à direita) da mudança.



Fonte: captura de tela feita durante observação em 05 de novembro de 2013.

Conforme explicam Adriana Barsotti e Leonel Aguiar (2013), nesse produto fechado, a leitura não possui uma navegação que explore a hipertextualidade, mas mesmo assim, essa característica aparece nas notícias por meio dos vários recursos e links externos, "embora o hipertexto e a instantaneidade sejam recursos também disponíveis no jornalismo para *tablets*, eles são pouco utilizados em *O Globo a Mais*" (BARSOTTI e AGUIAR, 2013, p. 300).

Adriana Barsotti e Leonel Aguiar (2013) argumentam que o vespertino além de ir ao encontro do hábito do novo tipo de consumidor, aquele que ao chegar à sua casa do trabalho, ao final da tarde, tem um maior tempo para ler conteúdos mais detalhados, é ainda inovador por resgatar a periodicidade vespertina.

O lançamento de "O Globo a Mais" foi embalado numa estratégia um tanto nostálgica visando reabilitar o conceito do velho jornal vespertino, que o surgimento da TV ajudou a sepultar muito antes da internet. (...) Na década de 1930, a tiragem dos vespertinos era superior à dos matutinos: O Jornal, por exemplo, circulava com 120 mil exemplares contra 40 mil mais populares" (BARBOSA, 2007, p. 109). O próprio O Globo se manteve como vespertino de sua fundação, em 1925, até 1962, quando passou a circular como matutino. (BARSOTTI e AGUIAR, 2013, p. 297-298)

Para a diretora do produto Maria Fernanda Delmas a proposta do aplicativo é ser algo a mais, destinado ao leitor que já teve acesso às informações durante o dia. Ele se preocupa em oferecer um aprofundamento (BARSOTTI e AGUIAR, 2013, p. 302)⁶⁰.

De segunda a sexta, a edição está disponível a partir das 18h. Para ter acesso ao produto é necessário ir até a Apple Store e fazer o download do aplicativo O Globo, dentro dele há o jornal "O Globo"na íntegra, em pdf, e *O Globo a Mais*, nesse, há também o ícone de acesso ao o site do "O Globo". Para fazer o download desse produto basta está conectado à internet, ter espaço suficiente e ser assinante do produto ou pagar por uma edição avulsa. Após feito o download do produto, no aplicativo é possível sua visualização mesmo sem conexão à internet, exceto quando se deseja acessar links externos.

5.2.1 Usabilidade

Como já mencionado, a narrativa no meio digital é estruturada a partir de alguns aspectos como design informacional, *affordance*, taticidade, hipertextualidade e multimidialidade, mas o sucesso depende da usabilidade, da eficiência do todo no momento de consumir o produto.

No aplicativo de notícia, é importante indicar à eficácia do produto, a partir do manuseio ou toque do usuário na tela: "A forma de estruturar os textos na Internet está determinada mais por razões funcionais que por simples motivos estéticos, literários ou artísticos" (FRANCO, 2008, p. 47).

Algumas atitudes do *O Globo a Mais* configuram a preocupação com a visibilidade das *affordances*, a exemplo de: disponibilizar o tutorial para que o leitor não se perca; ou utilizar ícones e frases que vão indicando o que o leitor deve fazer conforme constrói sua narrativa: assistir a um vídeo, escutar um áudio, ampliar um cartaz, visualizar uma galeria de foto, virar o *iPad* na vertical, tocar em algum ícone para ouvir ou assistir. Mais uma vez, percebe-se a relevância dos signos: setas indicativas

⁶⁰ Trecho da entrevista com a editora do *O Globo a Mais*, Maria Fernanda Delmas. In: BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonel. Produção de notícias para dispositivos móveis: a lógica das sensações e o infotenimento. In: CANAVILHAS, João (org). Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilhã: UBI, LabCom, 2012. p. 295-318. Disponível em: < http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130404-201301_joaocanavilha_noticiasmobilidade.pdf > Acesso em 01 de setembro de 2013.

para a direita ou o símbolo de somar (+) indicando que há mais fotos a serem vistas. Todas essas estratégias sugerem ações a serem executadas pelos usuários a fim de que o mesmo possa ampliar o leque de escolhas informativas no momento da utilização do aplicativo.

5.2.2 Descrevendo as estruturas da narrativa

5.2.2.1 Reportagem “*Livres, leves e soltos*”

A hipertextualidade no texto "Livres, leves e soltos" inicia na manchete "Homens de saias ", ao tocar nela, o leitor vai para a página da reportagem. Em um relance, aparecem três fotos no formato *slideshow* com passagem automática de algumas imagens. Segundo Raquel Longhi (2009), esse formato permite auxiliar ou mesmo contar a história:

Criar um slideshow significa editar imagens, fazer uma seleção do que de mais significativo possa estar em cada fotografia, com o objetivo de contar uma história, que pode ser as notícias do dia, as melhores fotos do ano, um jogo de futebol, a erupção de um vulcão, dentre outros. (LONGHI, 2011, p. 798)

Capturado em 30 de setembro, o texto é construído fazendo uma ponte entre o uso de saias como símbolo de reflexão para quebra de paradigmas sociais, destacando a opção pelo conforto e por uma questão de ideologia, exemplificando homens feministas que objetivam diminuir a desigualdade, a começar pela roupa. A reportagem se inicia com uma imagem dinâmica que se transforma em três por conta do *slideshow* automático, o qual toma a página inteira.

Na segunda página, contextualiza que em 1956 o artista plástico Flávio de Carvalho saiu às ruas de São Paulo vestido de blusa e saia, alegando ser uma roupa ideal para homens trópicos.

A reportagem segue com falas de adeptos, estilistas e consultores de moda que discutem sobre o uso na atualidade e no passado. No final da página, há um comentário sobre o uso desse tipo de roupa nas universidades por ativistas.

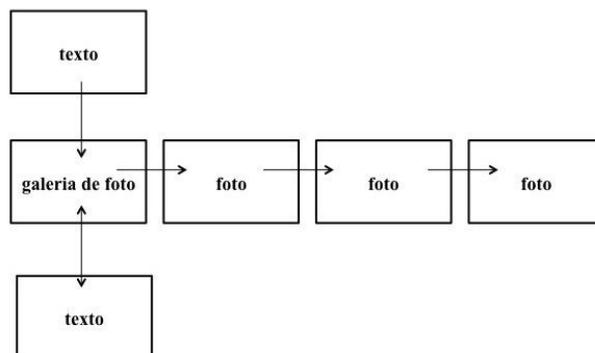
Figura 8 – Galeria de foto com adeptos de saia e kilt.



Fonte: captura de tela realizada 30 de outubro de 2013.

Na terceira página, uma galeria de foto ilustra adeptos a *kilt* e saias, seja na universidade, passeios ou até casamentos. Possui um link externo para divulgação e venda desse tipo de roupa. Abaixo desse, cita o adepto Lucas Fortuna⁶¹, gay, que ao comparecer a uma reunião de saia, quando estudante de Comunicação, incentivou o uso e a criação de uma cartilha do movimento pró-saia.

Figura 9 – estrutura linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

⁶¹ A reportagem lembra que Lucas foi morto no Cabo de Santo Agostinho, vítima de latrocínio.

O texto nessa página termina com a fala de outra personagem sobre o uso. Na página seguinte, várias falas de estudantes, de diversas áreas, são contextualizadas e dão alternância ao texto. Há um link externo de uma página no Facebook criada por um dos personagens da reportagem, o estudante de Têxtil e Moda, Vitor Pereira, que reúne pessoas adeptas as saias no Brasil e no mundo.

Ao dar continuidade, na última página, outro texto denominado "elas não resistem a um rabo de saia" conta casos de sucesso devido ao uso da saia em relação a namoros. O texto termina com o especialista falando sobre mudança de atitude pela exigência masculina e, conseqüentemente, mudança na oferta.

A análise da estrutura narrativa desse texto permite reforçar que apesar da presença da hipertextualidade no produto, ainda é pouca explorada em suas narrativas. Esse texto também é linear com alternativas, com conforme figura 10.

O único recurso multimídia são as fotografias dinâmicas que se apresentam de forma automática no início da página e a galeria de foto. Portanto, o uso da taticidade nessa reportagem é mínimo.

O modelo utilizado é a reportagem-crônica que se apropria de algumas falas e demonstra um tom descontraído. Um trecho do texto permite ilustrar o tom pronunciante: "Já entre alunos de comunicação, a saia masculina é, na verdade, um tapa na cara dos homofóbicos".

5.2.2.2 Fotorreportagem: "A paralisia oficial dos EUA"

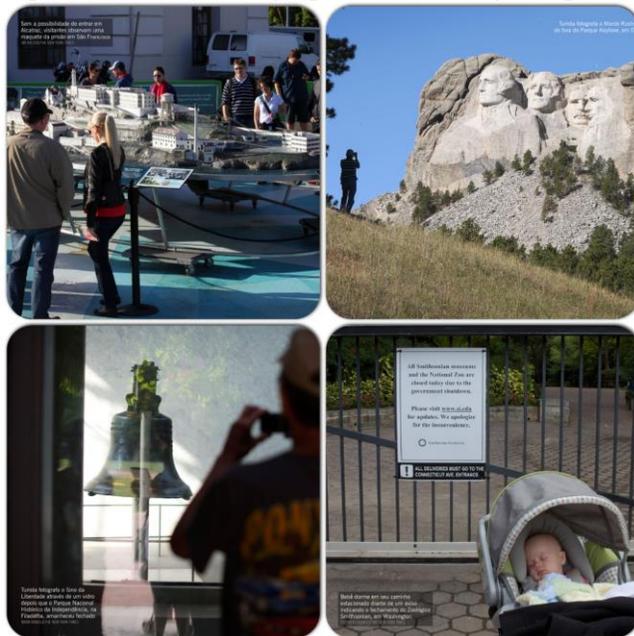
A visualização da fotorreportagem está condicionada a girar o *tablet* na horizontal, caso contrário, passa-se para a reportagem seguinte. Quando o leitor gira o *tablet*, visualiza-se imediatamente a próxima página da fotorreportagem. Com o título "um país refém da cruzada ideológica", a fotorreportagem capturado em 01 de outubro é dividida em três pequenas colunas na horizontal. Para Raquel Longhi (2011), a fotorreportagem pode ser identificada quando:

Utiliza uma série de imagens fixas e texto para contar uma história, algumas vezes organizados linearmente, numa ordem que colabora para contar a história, segundo Kolodzy (2006, p. 207). Em outros casos, é organizado para permitir ao usuário que escolha o que ele quer ver,

alguns com legendas e explicações, enquanto outros usam som natural ou narração. (LONGHI, 2011, p. 792-793)

Na primeira imagem, o texto ali inserido, dá ênfase aos motivos pelos quais levaram os EUA a colocarem 800 mil trabalhadores dos serviços não essenciais em licença não remunerada. Conclui ressaltando o impacto que a suspensão dos serviços irá provocar na economia do país. As imagens totalizam em 10, cada uma ocupa todo o espaço da tela com legenda.

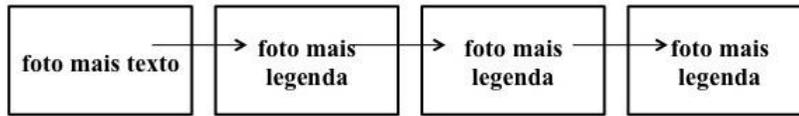
Figura 10 – Primeira página da fotorreportagem na vertical e na horizontal.



Fonte: captura de tela realizada em 01 de outubro de 2013.

Como essa fotorreportagem não tem mapa que indique onde o leitor se encontra, o leitor permanece com o iPad na horizontal até se deparar com o seguinte aviso: "O *Globo a Mais* foi desenvolvido para ser lido na vertical. Em algumas seções, temos páginas que podem ser lidas na horizontal. Nestes casos, haverá uma sinalização gráfica". Na visualização da fotorreportagem se, em algum momento, o leitor coloca o iPad na vertical, volta imediatamente para a página inicial da vertical. Abaixo, o modelo de estrutura linear na figura 12.

Figura 11 – Estrutura linear.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

Não se observou recursos extras nesse gênero, mas a exploração da narração em imagem configura a apropriação dos recursos midiáticos no momento de narrar os fatos.

5.2.2.3 Reportagem "A arca de Noé"

A reportagem "A arca de Noé" capturada em 01 de outubro é sobre o projeto do novo CD de Vinícius de Moraes idealizado por Adriana Calcanhoto, Susana Moraes, Dé Palmeira e Leonardo Netto.

A narração se dá de forma muito peculiar. Começa contextualizando o leitor sobre como a primeira música do disco se desenvolve. No parágrafo seguinte, o autor analisa o projeto em si e comenta sobre cada artista participante. Sua narração é alternada entre falas dos idealizadores e comentários.

Na primeira página, há o título "Vinícius para crianças ", além de desenhos de animais e um ícone para o vídeo. Esse vídeo é uma entrevista com uma das idealizadoras, a cantora Adriana Calcanhoto, e demais artistas participantes do projeto. Eles falam sobre a experiência de fazer parte do disco e como conheceram a música e poesia de Vinícius.

Os vídeos e outros recursos são independentes, no sentido de compreensão total da narrativa, ainda que não se deseje interagir com qualquer um dos recursos.

Na terceira página, o repórter contextualiza a fala de Adriana Calcanhoto sobre a retirada de músicas e a lógica da Arca. No lado esquerdo superior da página está o encarte com o ícone de uma mão com seta para a direita. Abaixo da mão há a seguinte frase: "arraste a capa para ver as faixas do disco ", como se pode observar na figura 13. O leitor ao tocar/arrastar o ícone se depara com todas as faixas e por quem cada uma delas é cantada.

Figura 12 – imagem do encarte dinâmico do CD "A arca de Noé".

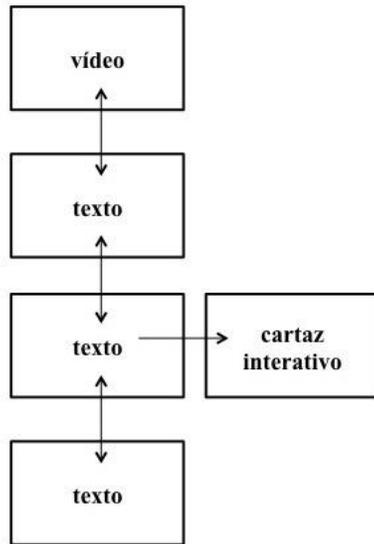


Fonte: captura de tela realizada 01 de outubro de 2013.

As falas dos entrevistados continuam na página seguinte, abordando a relação dos cantores com as músicas, os motivos da escolha de cada artista e as lembranças dos poemas na vida da entrevistada Susana. O texto é concluído com fala de Adriana Calcanhoto.

Essa reportagem é linear, estando dividida em quatro páginas com setas indicativas para baixo e ícones mapeadores. O modelo de estrutura pode ser observado na figura 14.

Figura 13 – Estrutura linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

O uso do hipertexto é evidente devido aos blocos de informação complementares em formato de vídeo e encarte.

A multimídia pode ser constatada nessa reportagem a partir do momento em que integra vídeo e encarte dinâmico. Ao usar a multimídia e a hipertextualidade, automaticamente se explora a interação com o toque, ou seja, a taticidade.

O modelo discursivo pode ser associado à reportagem-crônica pois o narrador observa coisas peculiares dos entrevistados ou participantes do projeto, além de iniciar seu texto de forma literária. "Sobre as cordas do arranjo do americano Miguel Atwood-Ferguson, baseado no original de Rogério Duprat, a voz de Maria Bethânia, como se fosse Deus (" ela é Deus ", confirma Adriana Calcanhoto), faz nascer um cenário enquanto fala".

A reportagem possui um tom de enunciação envolvente em que o repórter se esconde por trás do discurso dando vida à narrativa e intercalando falas dos personagens como se a cena passasse no exato momento em que se narra.

5.2.2.4 Reportagem "O 'aniversário' de Malala"

Há textos em que se dividem em três páginas, e o ícone na parte inferior do mesmo sinaliza as divisões, no intuito de oferecer ao leitor direcionamento para que o mesmo não se perca durante a leitura. A exemplo da estrutura formada na reportagem sobre a paquistanesa Malala, em 08 de outubro de 2013.

A reportagem em referência ressalta a história da vida da menina paquistanesa e muçumana ferida por uma bala na cabeça, no intuito de intimidar seu ativismo por direito à educação para meninas em seu país. Aborda ainda sua história de vida: como começou a escrever no blog que despertou o ódio de radicais do talibã.

O texto aborda também promove o lançamento do livro de Malala, sendo dividido em quatro páginas, a primeira com uma grande fotografia tomando metade da página, título, subtítulo e autor. O uso da imagem vai ao encontro da importância que esse tipo de recurso tem tido ao longo dos séculos nos jornais (KNOX, 2009).

A origem das imagens nos jornais iniciou com bordas ilustradas no fim do século 16 (Bicket; PACKER, 2004), mas foi em meados do século 19 que consideraram um aumento significativo no uso das ilustrações, uma prática que continuou mesmo quando a tecnologia fotográfica melhorou e se tornou mais difundida na segunda metade século 19 e início do século 20. (BARNHURST AND NERONE, 2001; CAPLE, FORTHCOMING *apud* KNOX, 2009, p. 156, tradução nossa)⁶²⁶³

As sinalizações também estão presentes nessa reportagem: setas indicativas para baixo e ícones mapeadores.

Na segunda página começa o texto da reportagem, relatando como a menina foi abordada por radicais islâmicos, além de expor o caminho que percorreu até chegar à Londres para cirurgia. Ela, como personagem do texto, responde sua visão sobre si e sobre radicalização em relação a educação para meninas em seu país. O texto na primeira página termina abordando a situação da educação no país a partir do regime

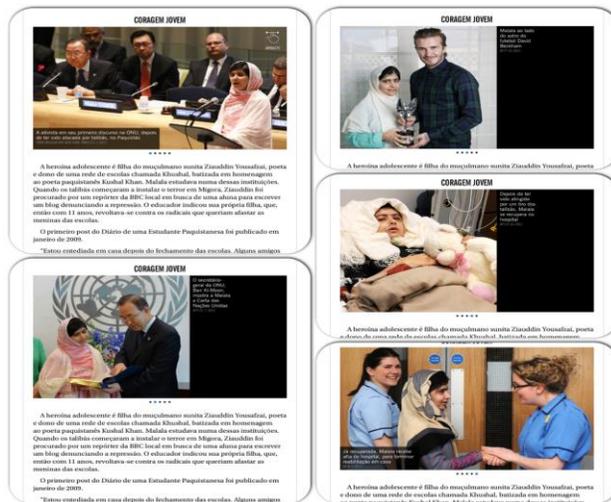
⁶² "The origins of images in newspapers have been traced to the illustrated broadsides in the late 16th century (Bicket and Packer, 2004), but it was the mid-19th century that saw a significant increase in the use of hand-drawn illustrations in newspapers, a practice which continued even as photographic technology improved and became more widespread in the second half of the 19th and early into the 20th century (Barnhurst and Nerone, 2001; Caple, forthcoming). (BARNHURST AND NERONE, 2001; CAPLE, FORTHCOMING *apud* KNOX, 2009, p. 156).

⁶³ Barnhurst, K.G. and Nerone, J. (2001) *The Form of News: A History*. New York: Guilford Press. *apud* KNOX, John. S. Punctuating the home page: image as language in an online newspaper. *Discourse and Communication*. Macquarie: Macquarie University, (2009, p. 145-172).

talibã em 2007, e o fechamento de escolas para meninas em 2009. Vê-se na construção dos parágrafos a preocupação do enriquecimento ou aprofundamento com falas e dados informativos, fazendo jus às reportagens de revista.

Na terceira página, há uma galeria de fotos que por meio do toque permite a visualização das imagens. Como se pode ver na figura 15, essa galeria de foto também possui ícones mapeadores que indicam onde o leitor se encontra. Atualmente, ao invés desses ícones, as galerias possuem o símbolo de somar (+) junto aos números relacionados às fotos que ainda faltam serem visualizadas. Abaixo, encontra-se o texto contando a história dela, quem é, sua filiação, e citação do post no blog.

Figura 14 – telas capturadas ilustrando a galeria de fotos com ícones mapeadores.



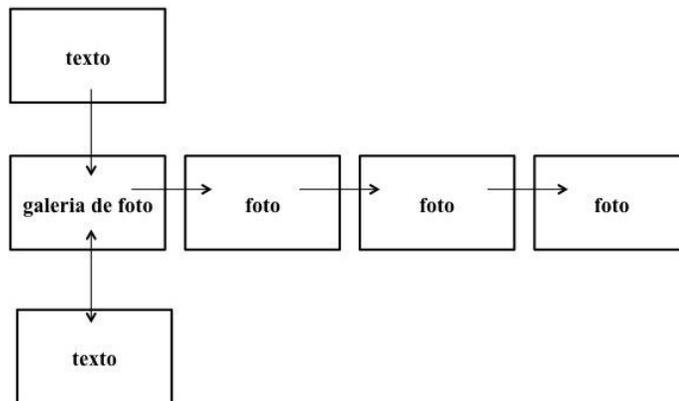
Fonte: captura de tela realizada em 08 de outubro de 2013.

Na quarta página, há comentários sobre o fato de Malala ter expressado ao embaixador da Casa Branca sua vontade de entrar na política em documentário. O autor complementa dando ênfase que o caso de Malala gerou comoção e protestos em âmbito mundial. Nessa página, o texto termina falando sobre a petição da ONU "eu sou Malala" para pressionar o governo contra a discriminação na educação do país em relação às meninas. Lembra também o lançamento de seu livro com o mesmo nome da petição. Na página seguinte, explora-se aspectos da vida de Malala, a origem de um fundo para arrecadação de dinheiro em prol de sua militância e seu livro.

O texto é uma reportagem estruturada para uma leitura linear semelhante ao do

papel impresso. A característica da hipertextualidade não é explorada, exceto na galeria de foto. Como o único recurso multimídia é foto, não se percebe o uso enfático da interatividade e taticidade.

Figura 15 – linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

O modelo pode ser interpretado como uma reportagem de fatos (*fact-story*) conceituado por Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986), pois faz uso do factual para falar do "aniversário" do tiro que quase tira a vida de Malala. O repórter introduz o texto de forma descritiva para situar o leitor: "pequenos ônibus improvisados estão por toda parte em Mingora, maior cidade do Vale de Swat, no Paquistão. São como caminhonetes cobertas, com bancos presos à caçamba e a parte de trás aberta. Na tarde de 9 de outubro do ano passado, um desses veículos levava cerca de 20 estudantes e professores de volta para casa..."

Vê-se que há um tema defendido no texto do autor: o preconceito de gênero específico na educação e a forma violenta como o Paquistão conduz tal problema. O repórter destaca seu juízo de valor em relação ao contexto, colaborando para marcar o tom de pronúncia da reportagem.

Logo na primeira página acompanhando o título, tem-se a seguinte expressão relacionada a pessoa de Malala: "Uma guerreira da educação". No decorrer do texto, o repórter deixa transparecer sua subjetividade. Ao se referir a um dos homens que estavam a procura de Malala, ainda escreve: "um deles subiu e perguntou, agressivamente: quem é Malala".

5.2.2.5 Reportagem "Ilha do Governador e da melancolia"

Capturado em 10 de outubro, o texto tem como foco a Ilha do Governador. Preocupa-se em informar que atualmente a mesma se encontra abandonada, em um quadro acentuado de poluição, tráfico de drogas e insegurança. Contextualiza a ilha historicamente, com pessoas famosas que possuíam ou possuem casas lá, além de integrar falas de moradores saudosistas.

A reportagem é conduzida apresentando vários números em relação à insegurança, favelas próximas e tráfico de drogas. A multimídia é utilizada de forma intensa nessa reportagem, há o uso de galeria de foto e, dentro dela, o uso de vídeo.

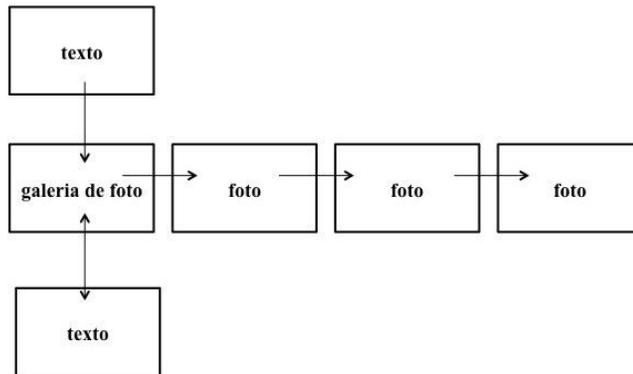
O início da reportagem se dá, na segunda página, com um tom nostálgico "era década de 50 do século passado". O autor cita personagens e inclui falas dos mesmos. No meio dessa página, outro texto intitulado "Caçadas de Dom João ", tendo cor diferenciada, ao invés de branca, cinza ao fundo. Nesse texto paralelo, o autor informa ter sido a Ilha do Governador uma área de caça para Dom João VI. Ao final da página, mais falas de personagens.

No início da página seguinte, há uma galeria de foto com legenda. Seu conteúdo é uma mistura de imagens de personagens e da própria ilha, incluindo vídeo com entrevista. Abaixo da galeria, há um texto divulgando números relacionados a quantidade de favelas e moradores que dão fundamento a situação caótica do lugar. O texto termina nessa mesma página com fala de especialista falando do contexto local e, na página seguinte, tem-se outro texto paralelo, em cor cinza ao fundo, com o seguinte título: "A despoluição da praia da bica", trazendo informação sobre o projeto de despoluição da ilha. Abaixo desse texto, há parágrafos curtos com falas de personagens complementadas com texto informativo.

O *Globo a Mais* utiliza outros textos complementares associados às reportagens. Seja em estilo de nota, crônica, entre outros.

Identifica-se a hipertextualidade na narrativa analisada a partir da integração da multimídia com vídeo e foto. O modelo estrutural da hipertextualidade está ilustrado na figura 17.

Figura 16 – linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

Vê-se que, igualmente multimidiática é a narrativa sobre a atual situação da ilha de Lampedusa, no Sul da Itália, lugar de refúgio para sírios e porta de entrada para muitos imigrantes africanos na Europa. As possibilidades de combinações de recursos: quadros interativos ou slideshow têm sido, de forma gradual, utilizadas nas narrativas do O Globo a Mais.

Pela sua natureza relativa à linguagem, as narrativas multimidiáticas talvez estejam representando o que de mais específico e inovador esteja emergindo do jornalismo digital. Abrangendo formatos tão diversos como slide-shows, com ou sem áudio, infográficos interativos e/ou animados, dentre outros, englobados ou não num produto informativo maior, tais narrativas têm utilizado a multimídia numa combinação e rearranjo de linguagens específica dos meios digitais e, mais ainda, conectados em rede. (LONGHI, 2009, p. 6)

O modelo empregado nesse texto é a reportagem documental (*quote-story*), identificada pela quantidade de citações que almejam fundamentar o texto, além de quantidade de dados informacionais.

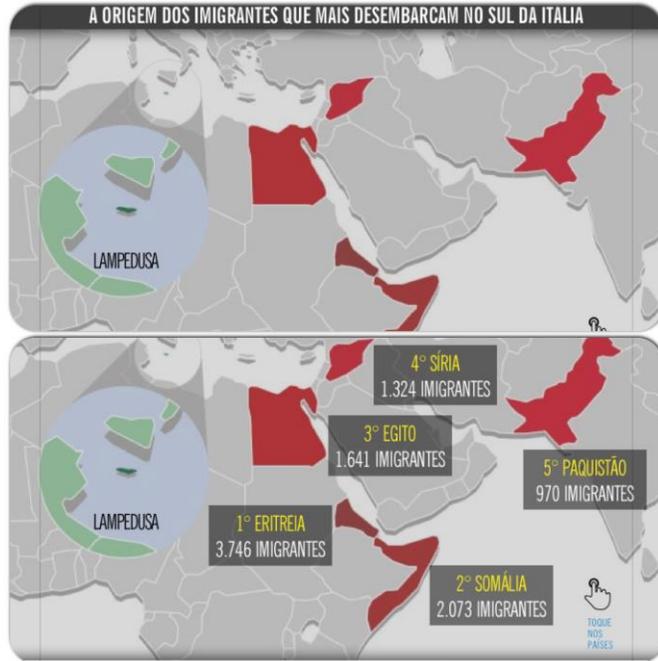
Essa reportagem é caracterizada pelo tipo denúncia.

5.2.2.6 Reportagem "Uma ilha entre extremos"

No texto intitulado "Uma ilha entre extremos", há um mapa interativo que ao tocar em suas áreas vermelhas mostra os nomes dos países e a quantidade de imigrantes que saíram dos mesmos para a ilha de Lampedusa, localizada no sul da Itália, conforme se pode ver na figura 18. Não está dividida por páginas com ícones

identificadores, apenas uma seta indicativa para baixo.

Figura 17 – mapa interativo com números de imigrantes de cada país.



Fonte: captura de tela realizada 24 de outubro de 2013.

Os personagens envolvidos confirmam os extremos existentes na ilha ao falar sobre sua vida no lugar. Abaixo das falas, uma galeria de imagem com cinco fotografias, tendo como título "Ilha de contrastes". A seleção de imagens mostra a diferença entre a ilha antes e agora com os refugiados após Primavera Árabe⁶⁴, o que demonstra a intensidade do *slideshow* na narrativa.

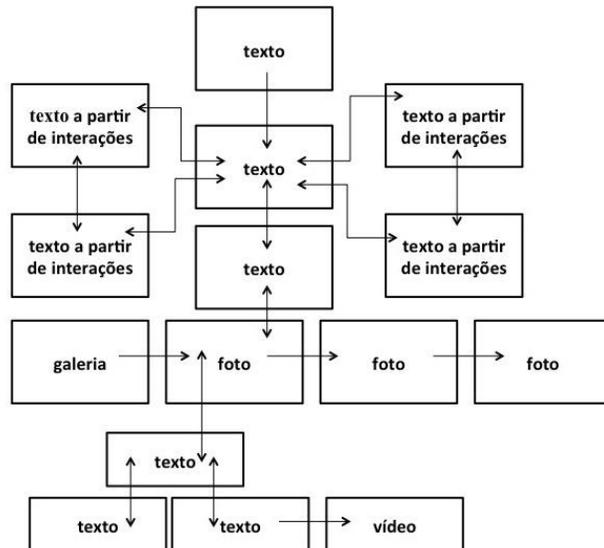
A reportagem aborda os problemas que geraram a partir da entrada dos imigrantes na ilha e a rejeição da população local em relação a esses. Além de perfil dos imigrantes, explana a quantidade de pessoas em naufrágio e procura fazer uma reflexão sobre questões relacionadas à entrada na Europa por meio de Lampedusa.

O modelo ilustrado na figura 19 representa a estrutura hipertextual reticular presente nessa narrativa. É um dos mais raros no *tablet* e está inserido no esquema

⁶⁴ Movimento que provocou uma série de protestos em países do Oriente Médio e Norte da África, diferenciando-se a partir do momento em que as pessoas começaram a utilizar dispositivos móveis e redes sociais para informar e mobilizar a comunidade internacional. Disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Primavera_Árabe > Acesso em 02 de julho de 2012.

linear.

Figura 18 – estrutura reticular dentro de uma estrutura linear.



Fonte: modelo semelhante a estrutura reticular elaborado por Díaz Noci e Salaverría (DÍAZ NOCI, 2004, p. 20).

Para finalizar o texto, há duas entrevistas em quadros dinâmicos (figura 19), os quais necessitam da interação do leitor para passar de uma entrevista para outra. Essas entrevistas possuem outra dinâmica que é a barra de rolagem. Em uma das entrevistas, intitulada "De jornalista a imigrante clandestino", o jornalista italiano Fabrizio Gatti fala sobre a experiência de viver em Lampedusa, atravessar o deserto e conhecer o trabalho escravo e o tráfico de pessoas. Sua vivência resultou no livro "Minha viagem como infiltrado no mercado dos novos escravos", o qual reivindica uma nova política europeia de tratamento aos imigrantes.

Figura 19 – entrevistas paralelas a reportagem apresentadas de forma dinâmica.



Fonte: captura de tela realizada em 24 de outubro de 2013.

A segunda entrevista é feita com o documentarista etíope Dagmawi Yimer, imigrante em Lampedusa. Sua fala é sobre como conseguiu fugir do seu país, como conheceu o cinema, e sobre sua necessidade de denunciar injustiças contra imigrantes por meio do audiovisual. Para complementar, há o trailer de seu filme "Como um homem sobre a terra".

O estilo aqui é reportagem documental (*quote-story*), desenvolve a narração de forma objetiva e inclui citações de forma intercalada para deixar que os personagens exponham seus argumentos. Considerada uma grande reportagem, ela é bem fundamentada com dados sobre a atual realidade da ilha. "Na paradisíaca ilha de Lampedusa, a aflição dos refugiados contrasta com o deleite de italianos em férias. Em meio aos dois extremos, 6 mil moradores dividem-se entre o dever humanitário e a necessidade de preservar a rotina. É dos 20 quilômetros quadrados de terra que os lampedusanos tiram sua subsistência, seja por meio do turismo, agricultura ou pesca".

Apesar de não se perceber expressões que atribuem juízo de valor, identifica-se o tipo reportagem-pronuncia pela forma como o texto é construído e pela apresentação dos personagens, pessoas que cobram do governo ou União Europeia alguma solução.

As duas entrevistas no final do texto dão ênfase ao pedido que de alguma providência seja tomada.

5.2.2.7 Reportagem “O perigo em saltos”

Capturado em 05 de novembro de 2013, o texto é uma reportagem que retrata perigos que o pula-pula traz às crianças. A autora exemplifica casos de diferentes idades, analisa a falta de segurança e fiscalização desse tipo de "brinquedo". Essa reportagem possui um diferencial por conta dos vários ícones que necessitam da interação do leitor.

A primeira parte dela, igualmente as reportagens anteriores, possui uma foto que toma aproximadamente metade página, com título e subtítulo. Na segunda parte, o texto inicia desenvolvendo uma reflexão sobre a falta de reconhecimento do pula-pula pela ABNT. Em seguida, há a fala de uma mãe que conta a sensação de ter visto seu filho machucado em um pula-pula. No parágrafo seguinte, a repórter comenta a fala da mãe e prossegue com mais relatos de crianças acidentadas.

A repórter discute o fato de a Academia Americana de Pediatria apontar riscos e danos que o pula-pula traz às crianças. Abaixo desse, uma galeria de imagem (figura 21) com cinco fotos de crianças em pula-pula, dessas, duas delas relacionadas a crianças machucadas.

Falas de especialistas da Sociedade Brasileira de Ortopedia Pediátrica, da ABNT e Abrinq dão prosseguimento ao texto. Após as orientações, há a imagem interativa acima mencionada, conforme se toca nos pontos disponíveis, têm-se informações sobre cuidados que se deve ter com o pula-pula, em termos de infraestrutura, curiosidades e observação.

Figura 20 – tela com os pontos dinâmicos e tácteis na foto da reportagem.



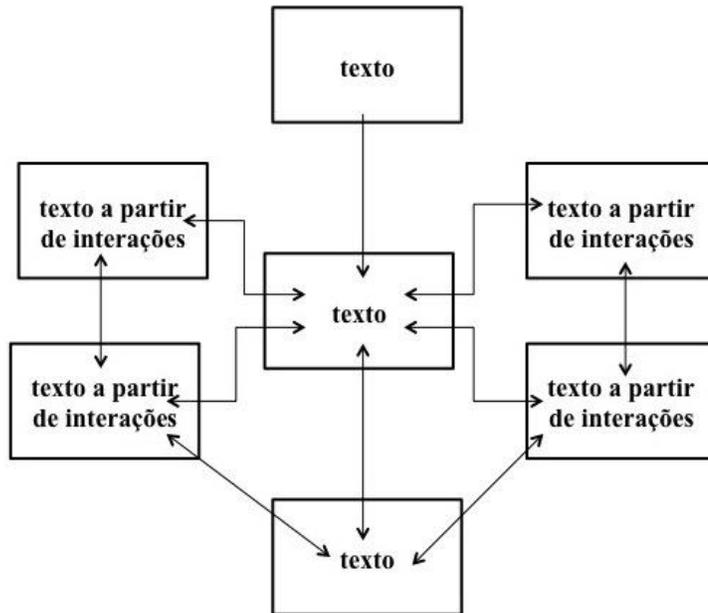
Fonte: captura de tela realizada 05 de novembro de 2013.

A reportagem segue com histórias de mais personagens. Na última página, o texto é alternado com uma crônica da própria repórter, a jornalista Maiá Menezes. Ela relata sua história, ao contar a experiência de ter visto uma de suas filhas machucada em um pula-pula.

O restante dos parágrafos é uma mistura de falas e comentários sobre contexto atual e falta de certificado do Inmetro.

Explorando a hipertextualidade por meio do quadro interativo e foto, sua estrutura pode ser considerada reticular dentro da estrutura linear (figura 22).

Figura 21 – estrutura reticular dentro de uma estrutura linear.



Fonte: modelo semelhante a estrutura reticular elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 20).

O modelo é reportagem de fatos (*fact-story*) o qual se desenvolve a partir da pirâmide invertida. Inicia descrevendo o objeto em referência, inclui uma fala e, logo em seguida, apresenta um parágrafo em forma de lead: "um de seus filhos gêmeos, Marlon, de 6 anos, caiu de uma cama elástica em uma praça no Catumbi, na região central do Rio, no último Dia das Crianças, enquanto Maria do Socorro estava no trabalho".

Como se torna explícito, o texto é uma reportagem-denúncia a qual denuncia os perigos do pula-pula. "Sem orientação adequada sobre os perigos embutidos nas camas elásticas, que se proliferam por casas de festa e parques públicos, os pais, na maior parte dos casos, só se dão conta do risco diante da realidade".

5.2.2.8 Notícia "O esconderijo de Anne Frank"

Percebeu-se o uso da hipertextualidade na editoria "dicas a mais ", em que o texto capturado em 05 de novembro discorre sobre o site interativo desenvolvido sobre

o esconderijo construído durante a II Guerra Mundial pelo pai de Anne Frank⁶⁵..

Com o título "O esconderijo de Anne Frank" em letras grandes e ao lado de uma foto dela, a autora indica a navegação pelo site "anexo secreto".

Preocupa-se em contar um pouco a história da garota judia morta aos 15 anos, em 1945. A dica do site é uma visita ao esconderijo secreto online, na época um edifício comercial onde seu pai, Otto Frank, tinha um escritório. No esconderijo online, é possível visitar os cômodos em 3D.

Há um cartaz com fotografia do prédio no canto esquerdo superior, ao tocá-lo, o mesmo é ampliado, exibindo também sua legenda. Abaixo dele, há uma galeria de fotos com imagens da visualização online do esconderijo (figura 23).

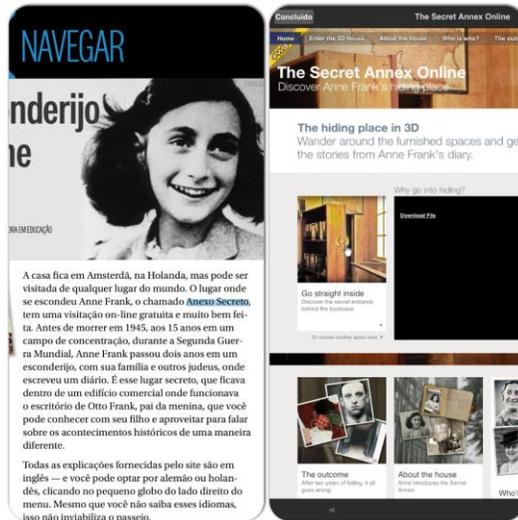
Em destaque, um link⁶⁶ externo com o nome "anexo secreto ", quando tocado, abre-se uma janela sobreposta dentro do próprio aplicativo que possibilita a navegação. No lado superior esquerdo, há um ícone com a palavra concluído, para que o leitor possa voltar à tela de onde partiu. Caso o leitor queira, ele poderá sair do aplicativo para navegação no site a partir de uma seta no lado inferior esquerdo, ao tocá-la, abre-se uma janela perguntando se o leitor realmente deseja sair do aplicativo.

Seu modelo de estrutura hipertextual é linear com alternativa (figura 24).

⁶⁵ Judia que escreveu em diário todas as suas experiências enquanto adolescente, o qual posteriormente virou livro.

⁶⁶ O Anexo Secreto em referência é um espaço online de memória relacionado ao seu esconderijo durante a II Guerra Mundial. Disponível em: < <http://www.annefrank.org/en/Subsites/Home/Enter-the-3D-house/#/house/20/> > Acesso em 05 de novembro de 2013.

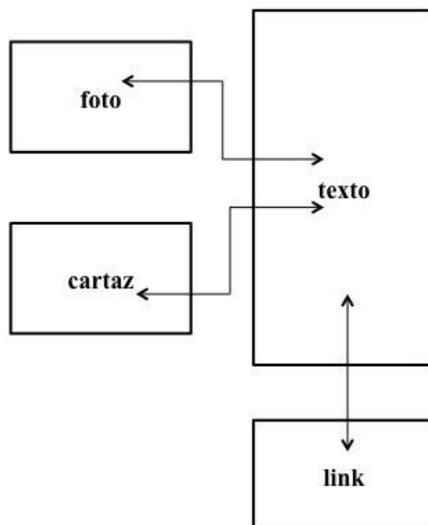
Figura 22 - Imagem da notícia e do site Anexo Secreto.



Fonte: captura de tela realizada em 05 de novembro de 2013.

A multimídia foi contemplada com recursos a exemplo de cartaz e da galeria de foto, o que confirma a multimídia. Tais recursos também apontam o uso da hipertextualidade e da taticidade.

Figura 23 – linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

A notícia é curta e se enquadra no tipo anúncio.

5.2.2.9 Crônica “Minerva se recusa a votar”

O texto "Minerva se recusa a votar" de Artur Xexéu é uma crônica na qual ele expõe como se realiza a divisão entre os jurados, especialmente de festivais de cinema. Relata, particularmente, o que aconteceu no festival de Brasília de 2011. A captura do texto aconteceu em 19 de novembro de 2013.

O colunista participou do referido festival como júri para escolha de melhor filme, no qual concorriam os filmes "Hoje ", "Meu País" e o "Homem que não dormia". Ao votar no filme Meu País, precisou mudar o voto, pois três dos jurados escolheram o "Meu País" e três o "Hoje". Quando chegou a vez do sétimo jurado, o mesmo elogiou ambos os filmes e disse não saber em quem votar. Para fechar, Artur Xexéu disse ter trocado o voto do filme "Meu País" para o filme "Hoje ", como solução ao impasse.

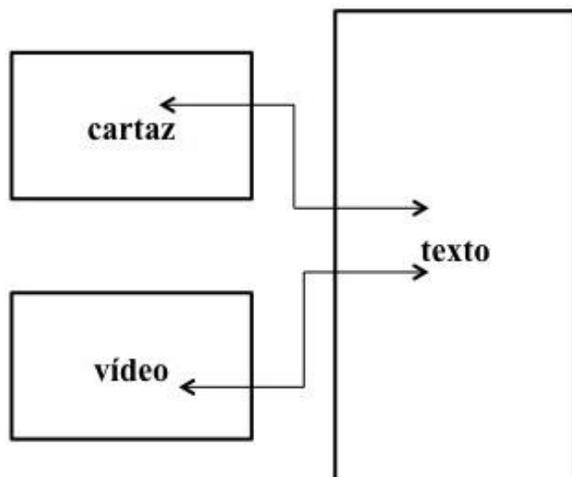
Nessa mesma página, os recursos multimídia se manifestam por meio do cartaz do filme em miniatura, em que o leitor toca no mesmo para ampliá-lo. Abaixo do ícone, tem o vídeo do trailer do filme. Sua estrutura é linear com alternativa (figura 25).

Figura 24 – Artigo de Artur Xexéu com recursos multimídia.

The image shows a screenshot of a web article from the 'Gente do Globo' section. At the top, there is a header with the author's name 'Artur Xexéu' and a small portrait. The article title is 'Minerva se recusa a votar'. Below the title, there is a sub-header 'Júris de festivais de cinema costumam ter um número ímpar de integrantes. É comum os jurados se dividirem entre dois filmes. Teoricamente, o número ímpar garante o desempate. A não ser que aconteça o que aconteceu no Festival de Brasília de 2011.' followed by 'Filme número 79 — "Hoje"'. The main text discusses the voting process at the Brasília film festival in 2011, mentioning the film 'Hoje' and the author's role as a juror. On the left side of the article, there are several interactive elements: a small image of the film 'Hoje' with a 'TOQUE PARA AMPLIAR O CARTAZ DO FILME' icon, a circular 'TRAILER' icon, and a small text box that reads 'QUEM É Colunista do "Globo". Vai contar os seus filmes que mais marcaram sua vida'. At the bottom left, there is an email address: 'axexeo@globo.com.br'.

Fonte: captura de tela realizada 19 de novembro de 2013.

Figura 25 – estrutura linear com alternativa.



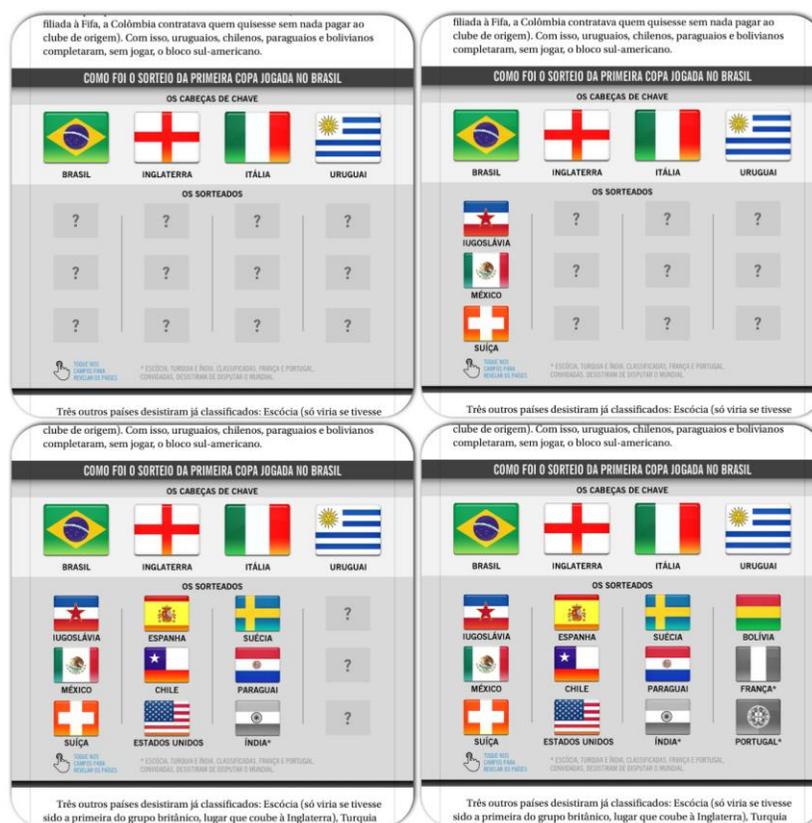
Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

5.2.2.10 Reportagem "O despojado sorteio de 1950"

A reportagem conta com uma grande imagem tomando aproximadamente metade da primeira página, ao seu lado, uma seta indicativa para baixo evidencia que há mais informação.

O texto possui um quadro dinâmico (figura 26) com quatro quadros com bandeiras, denominadas de "os cabeças chave" e outros 32 quadros, abaixo, com interrogações. Ao tocar em cada interrogação, visualiza-se a bandeira do país do qual cada seleção pertence. Na imagem abaixo, percebe-se que as imagens das bandeiras dos países desistentes da Copa ficam em preto e branco. Esse quadro transmite ao texto a ideia do lúdico, da sensação de experimentar, de interagir com o produto. Confirmando a taticidade; hipertextualidade, a partir da estrutura reticular (figura 27); e a multimídiaalidade no texto.

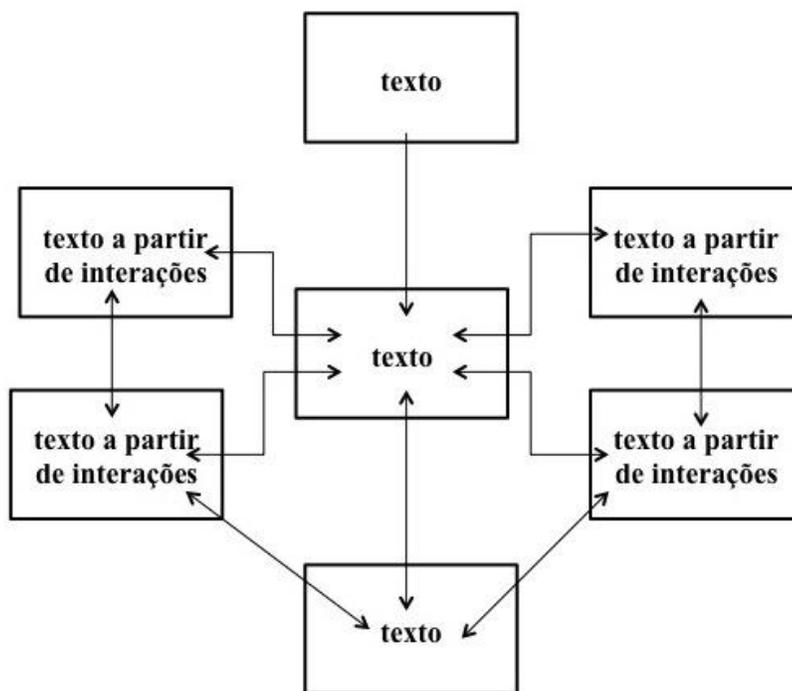
Figura 26: Quadro interativo dinâmico com bandeiras das seleções participantes da Copa de 1950.



Fonte: captura de tela realizada 05 de dezembro de 2013.

A reportagem apresenta as diferenças entre a escolha das seleções componentes dos grupos da Copa realizada no Brasil em 1950 e 2014. Ressalta pontos estratégicos das mesmas, a maneira como os grupos se formaram e o motivo pelo qual tanto as seleções classificadas quanto às convidadas desistiram, entre elas: Escócia, Turquia e Índia, além de França e Portugal. O texto tece comentários sobre todos os países participantes e ressalta o contexto do pós-guerra.

Figura 27 – estrutura reticular dentro de uma estrutura linear.



Fonte: modelo semelhante a estrutura reticular elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 20).

A narrativa aproveita o factual do sorteio da Copa de 2014 para lembrar do sorteio da Copa de 1950. Essa é uma reportagem de fatos (*fact-story*), pois apesar de se apresentar informações históricas, acontece por ordem de importância. O objetivo é informar sobre o sorteio das seleções, portanto, é uma reportagem do tipo "anúncio".

5.3 *Jornal do Commercio* de Pernambuco

O *Jornal do Commercio* criado pelo político e jornalista F. Pessoa de Queiroz é parte do Sistema *Jornal do Commercio* de Comunicação, dirigido desde 1987 pelo empresário João Carlos Paes Mendonça; faz parte desse grupo a Rádio Jornal AM, rádio JC News, a TV Jornal (afiliada ao SBT) e o portal NE10.

O Jornal é um dos mais importantes do Estado de Pernambuco e do Brasil. Considerado um dos maiores jornais em circulação paga pela Associação Nacional de Jornais, com uma média de circulação de 41.239.

Diógenes Luna (2010) ressalta a introdução do *Jornal do Commercio* no meio digital e lembra que, de um modo geral, algumas informações jornalísticas foram trocadas no ambiente digital, antes mesmo da explosão dos portais de notícias.

O *Jornal do Commercio*, em 1994, estréia no meio digital com um boletim eletrônico em gopher, ambiente sem recursos de imagem, com interface bastante simples, em tela escura, lembrando o ambiente do sistema operacional MS-DOS, antecessor do Windows. Em 1996, o JC Online chega à web, agora com mais recursos e um layout mais amigável, utilizando links e imagens. (LUNA, 2010, p. 18)

O aplicativo do *Jornal do Commercio* para *tablet*, o JC Digital, está disponível desde abril de 2011 e foi construído em parceria com a empresa especializada em desenvolvimento de soluções para o móvel, a *i2 Mobile Solutions*.

Ainda no âmbito da inovação no mercado móvel, em 26 de novembro de 2013, o Sistema *Jornal do Commercio* de Comunicação lançou o aplicativo ComuniQ⁶⁷, que é uma plataforma disponível nos sistemas operacionais Android e iOS, para integrar a produção móvel do usuário internautas e de repórteres. Por meio dele, é possível enviar foto, vídeo, áudio ou texto. Tais conteúdos podem ser usados por qualquer plataforma do sistema: rádio, TV, impresso ou web.

⁶⁷ O ComuniQ também foi desenvolvido em parceria com a *i2 Mobile Solutions*. Pode ser baixado nas lojas Google e App Store. Disponível em: < <https://itunes.apple.com/br/app/comuniq/id719638326?mt=8> > Acesso em 29 de dezembro de 2013.

5.3.1 Descrevendo as estruturas narrativas

Resolveu-se incluir na exposição dessa análise três reportagens da versão digital impressa e uma reportagem do aplicativo referente à transposição da web. Entende-se que como os conteúdos são os mesmos de outras plataformas, eles possuem igual estrutura, diferenciando-se apenas na inclusão de recursos multimídia, o que limita o estudo sobre as estruturas narrativas no aplicativo analisado. A atenção aqui está voltada aos elementos que os distinguem. Por conta da mudança de narrativa na plataforma pela inclusão de possibilidades e integração de recursos, lançou-se mão de dois textos da versão digital impressa: uma reportagem e uma notícia.

Conforme anteriormente colocado, o aplicativo do *Jornal do Commercio* é dividido entre o conteúdo do website do veículo e o da versão impressa no formato digital, em *html5*, com acesso a partir do toque em ícone no aplicativo. Após toque, o usuário é levado para a versão digital do jornal impresso que apresenta alguns recursos extras como galeria de foto, áudio e vídeo, além de espaço para comentário.

Seu modo de leitura se dá de duas maneiras: o texto tal como se apresenta no impresso ou em modo diferenciado de visualização. O acesso ao aplicativo é gratuito, mas a edição digital do impresso está restrita aos assinantes. Pode-se também experimentar por sete dias grátis.

Nesse ambiente da versão digital, é possível fazer o download, inclusive, das edições anteriores e colocá-las em bibliotecas pessoais, a exemplo do *iBook*⁶⁸. Portanto, a característica memória é observada nesse espaço, onde também não apenas é possível ler a versão do jornal em *pdf*, como ainda é dada a opção de ver os recursos multimídia como foto e vídeo. O aplicativo armazena em seu suporte as edições e apaga automaticamente a mais antiga, quando vai atingindo o número máximo de 30 edições.

Algumas características do jornalismo digital estão contempladas nesse aplicativo, apesar de se perceber que algumas ainda não são bem exploradas, a exemplo da hipertextualidade e da personalização. Enquanto que outras como a multimídia, interatividade reativa e memória recebem atenção particular.

⁶⁸ Aplicativo da Apple que proporciona leitura eletrônica e armazenamento em dispositivos como *tablets* e celulares.

O aplicativo da versão impressa vem progredindo ao longo dos meses, de forma que, durante a pesquisa, houve mudanças no modelo multimídia do jornal: acréscimo da possibilidade de comentários na reportagem que ficam visíveis no modo de exibição e também são indicados no índice; aumento da quantidade de vídeos relacionados às reportagens; inserção de áudio de entrevistas, reportagens e narração de futebol; além de se perceber que editoria Opinião JC contém várias reclamações de moradores por meio de e-mail ou do aplicativo ComuniQ. Os vídeos, áudio e galerias de foto se apresentam na notícia, agora, de forma integrada.

A exploração de recursos multimídia aumenta o uso da intensidade tanto da multimídia, quanto da hipertextualidade e da taticidade.

No espaço "últimas notícias" desse veículo, identificam-se recursos como vídeo e foto. É comum, inclusive, ter links que aprofundam o conteúdo da reportagem ao levar o leitor a sites de fontes oficiais utilizadas para construção da notícia. Essas notícias também podem ser enviadas por e-mail ou divulgadas em redes sociais ou arquivadas como favoritas e, assim, podem ser acessadas no próprio aplicativo quando o usuário desejar.

Na análise anterior, os conteúdos que se sobressaiam no que diz respeito à incorporação de recursos multimídia eram os da web em relação à edição digital impressa, atualmente acontece o contrário. Conforme se pode observar abaixo, as notícias da web, no aplicativo, possuem recursos extras que complementam a informação, seja galeria de foto ou vídeo. Essas informações são as mesmas do site, disponibilizadas de maneira idêntica, são estruturadas de forma linear com alternativas. Os conteúdos da versão impressa têm conseguido unir mais recursos promovendo a convergência.

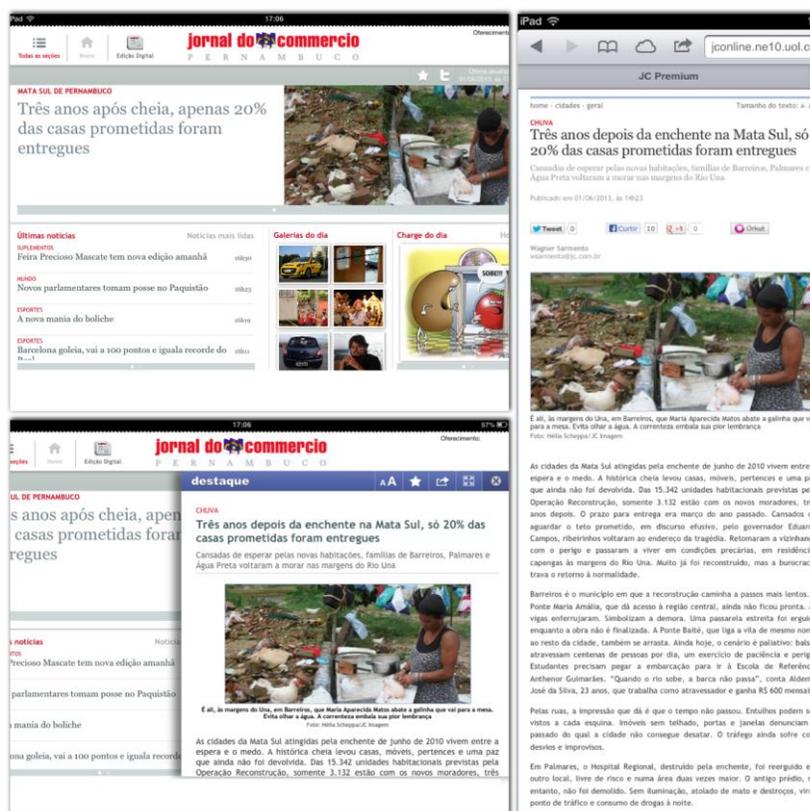
5.3.1.1 Reportagem "Três anos após cheia na Mata Sul, só 20% das casas prometidas foram entregues"

Aqui o modelo narrativo analisado é uma reportagem da web, no aplicativo, cujo título é: "Três anos após cheia na Mata Sul, só 20% das casas prometidas foram entregues". Ela é relativamente extensa, reunindo foto, vídeos com informações e falas de personagens, seu modelo hipertextual é linear com alternativa (figura 29).

O texto retrata a situação dos moradores da região da Mata Sul depois da enchente que atingiu essa região em 2010. Seu foco é o atual descaso do governo do Estado em relação à entrega de novas casas e a condição subhumana em que vivem as pessoas naquela região.

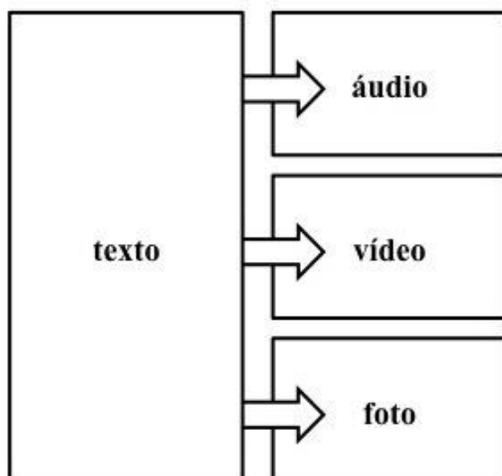
A reportagem é alternada com falas de personagens que conseguiram uma nova habitação e outras que estão se arriscando em antigas moradias. No texto se apresentam números, entrevistas e imagens do lugar; além de vídeos hospedados no Uol e YouTube (figura 28).

Figura 28 – telas do aplicativo do *Jornal do Commercio* com as últimas notícias, evidenciando a transposição do conteúdo da web para o aplicativo.



Fonte: captura de tela realizada em 01 de junho de 2013.

Figura 29 – Estrutura linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 16).

A reportagem é narrada de forma bem descritiva, que subentende o modelo ação é como se as ações acontecessem no momento em que se lê, mais parece uma reportagem televisiva. As expressões do texto do repórter Wagner Sarmiento mostram não apenas indignação, mas humanização. Podendo se destacar os seguintes trechos do texto:

- ✓ "A histórica cheia levou casas, móveis, pertences e uma paz que ainda não foi devolvida.
- ✓ Retomaram a vizinhança com o perigo e passaram a viver em condições precárias, em residências capengas às margens do Rio Una.
- ✓ Pelas ruas, a impressão que dá é que o tempo não passou. Entulhos podem ser vistos a cada esquina. Imóveis sem telhado, portas e janelas denunciam o passado do qual a cidade não consegue desatar.
- ✓ Em Barreiros, Palmares e Água Preta, a teimosia do povo é remédio contra a lentidão do poder público. Só 20,41% das habitações prometidas foram entregues. A solução foi fazer o caminho de volta para o que sobrou das antigas casas, às margens do Una, foz de seus dramas e pesadelos.
- ✓ Sandro Gonçalves da Silva, 38, morava na beira do rio com a

esposa e cinco filhos. Perdeu tudo na cheia de Barreiros. Roupas, móveis e eletrodomésticos. Bombeiro voluntário, se danou a ajudar outras pessoas.

✓ No quintal, quase beijando o rio, Maria Aparecida Matos, 26, sua mulher, prepara o frango do almoço.

✓ Perto dali, no Tibiri, a aposentada Cícera Amara Ferreira, 75, corre para o quintal no primeiro chuveiro. O trauma grita e ela se põe a estudar, com a sabedoria dos anos, se a água do Rio Una está subindo.

✓ A residência, bem em cima da barreira para dá para o Rio Una, corre o risco de ser engolida pelo barranco quando a chuva engrossa". (*JORNAL DO COMMERCIO*, 2013)

Apesar de parecer do tipo enunciação, a reportagem é do tipo pronúncia, porque o repórter demonstra preocupação em relação à temática abordada transmitindo um tom dramático.

5.3.1.2 Reportagem “Mais Polícia para o São João”

Na antiga versão digital do impresso, a reportagem "Mais Polícia para o São João", de 1 de junho de 2013, possui uma galeria de foto extra, de acordo com a figura 30. Na reportagem, do lado direito, há uma indicação de ícones referentes à existência de vídeo ou foto extra. Em relação ao modo de visualização da versão impressa, mesmo depois da mudança não houve alguma modificação, é o mesmo formato do modelo anterior.

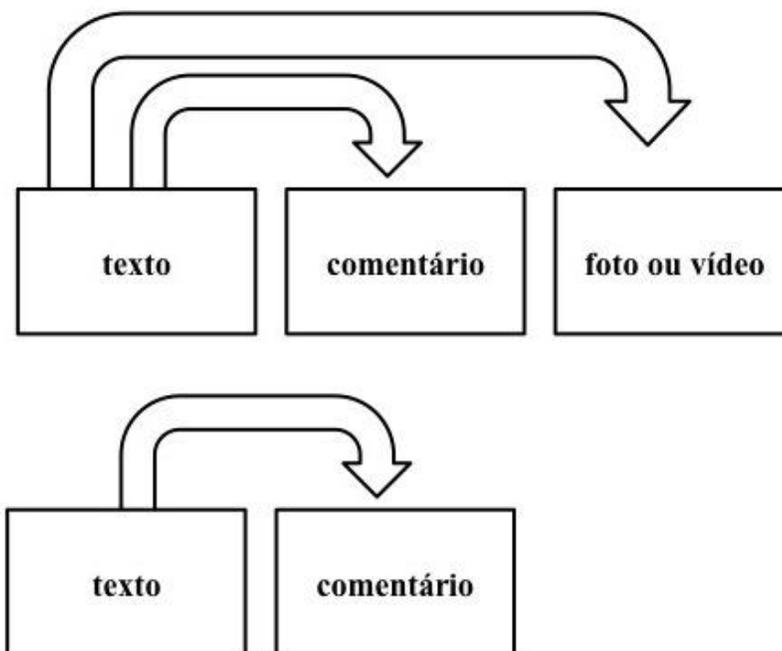
Figura 30 – ilustração da estrutura linear, que mostra ainda as duas possibilidades de leitura.



Fonte: captura de tela realizada 01 de junho de 2013.

Na edição digital aqui em análise, todo conteúdo pode ser acessado pelas opções "páginas" ou "índice". A primeira, em formato pdf, mostra todas as páginas em suas respectivas editorias, possibilitando que o usuário escolha para onde deseja ir; já a segunda, a partir da estrutura linear com alternativa, apresenta o título da reportagem e, ao seu lado, ícones de foto, vídeo e áudio (figura 30). Tais ícones e títulos trazem cor vermelha diferenciando-se dos demais.

Figura 31 – linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

A reportagem anuncia o factual é desenvolvida, portanto, no modelo reportagem de fatos (*fact-story*) e do tipo anúncio.

5.3.1.3 Reportagem: "Cisam pronto para 350 partos por mês"

A reportagem do dia 13 de dezembro conta com áudio, um áudio utilizado na plataforma rádio (Rádio Jornal). Nota-se que vários produtos de outras plataformas são incorporados no produto impresso: entrevistas que aconteceram no rádio, vídeos do telejornal ou narrações durante partidas de futebol. Percebe-se também a divulgação de conteúdos de outras plataformas.

A reportagem analisada aborda a reinauguração do Cisam (Centro de Saúde Amaury de Medeiros). Nela, o espaço de fotografias dá lugar para visualização do vídeo, após toque no referido ícone (figura 32). O vídeo reúne imagens do local e entrevista de personagens que falam sobre perspectivas, são elas: mulher grávida e diretora do Cisam Fátima Maria.

A reportagem é apresentada de forma simples, mas com a inserção de recursos multimídia e delimitação das características do texto jornalístico, a começar pelo lead e acréscimo de números que aprofundam a ideia central, a exemplo de: quantidade de pacientes que serão atendidos, leitos, déficit, entre outros; além de entrevistas com o governador e diretora da unidade.

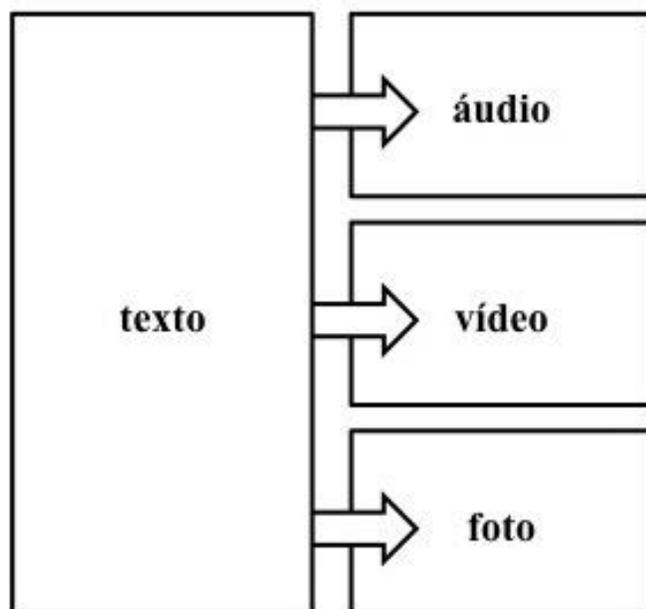
Figura 32 – Imagens dos ícones de áudio e vídeo, bem como, do vídeo no espaço das fotografias.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 16).

A estrutura hipertextual é linear com alternativa, conforme figura 33.

Figura 33 – estrutura linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 18).

Os recursos multimídia, nesse aplicativo, não estão restritos a reportagens especiais. Notícias, reportagens ou outros gêneros podem ser contemplados com vídeo, áudio ou galeria de foto.

O texto analisado pode ser enquadrado no modelo reportagem de fatos (*fact-story*). É uma reportagem objetiva que se desenvolve a partir do lead, cujo tipo pode ser interpretado como "anúncio". "Depois de um ano e dois meses fechado, o Centro Integrado de Saúde Amaury de Medeiros (Cisam), mais conhecido como Maternidade da Encruzilhada, localizado na Zona Norte do Recife, recomeça hoje a funcionar".

5.3.1.4 Notícia "Presidente ucraniano pede fim de protestos"

O texto "Presidente ucraniano pede fim de protestos", divulgado em 26 de novembro, é uma notícia pequena, dividida em quatro parágrafos sobre os protestos na Ucrânia, iniciados após pronunciamento de renúncia à União Europeia pelo presidente.

O repórter contextualiza o leitor em relação onda de protestos, inclui fala do presidente em defesa de sua decisão, bem como, fala de uma pessoa da oposição. De

forma integrada, possui uma galeria de foto com imagens do conflito e de expressões nos rostos de pessoas em meio aos protestos (figura 34).

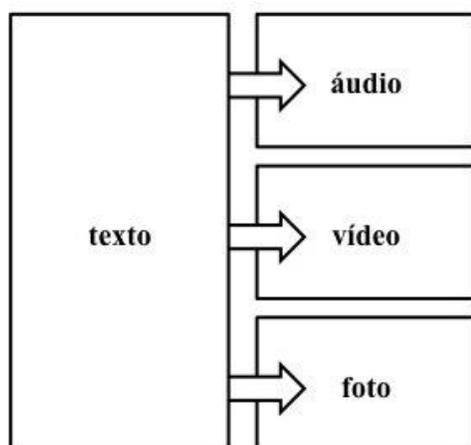
Figura 34 – imagem da galeria de foto.



Fonte: captura de tela realizada 26 de novembro de 2013.

Conforme se pode perceber na figura 36, a estrutura hipertextual é linear.

Figura 35: estrutura linear com alternativa.



Fonte: modelo semelhante a estrutura linear com alternativa elaborado por Díaz Noci e Salaverría (2004, p. 16).

Factual, o texto é do tipo "anúncio": "O presidente ucraniano, Viktor Yanukovich, lançou ontem um apelo à paz na Ucrânia, após o segundo dia de intensos protestos contra a rejeição a um acordo de associações com a União Europeia (EU)".

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quadro 1: dados resultantes da análise:

| Produtos | Dia | Gênero | Modelos e tipos | Estrutura hipertextual | Multimídia (recursos multimídia) | Tactilidade (expressões e ícones) |
|---------------------------|---------|-----------------|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|---|
| O Globo a Mais | 30/set. | reportagem | reportagem-crônica/pronuncia | linear com alternativa | foto | arraste |
| | 01/out. | fotorreportagem | - | linear | foto | |
| | 01/out. | reportagem | reportagem-crônica/enuncia | linear com alternativa | vídeo e cartaz interativo | arraste a capa para ver a capa dos discos/ ícone de vídeo |
| | 08/out. | reportagem | reportagem de fatos/ pronuncia | linear com alternativa | foto | ícone +1 e setas indicativas |
| | 10/out. | reportagem | reportagem documental/ denuncia | linear com alternativa | vídeo e fotos | ícones de vídeo |
| | 24/out. | reportagem | reportagem documental/ pronuncia | reticular dentro da estrutura linear | quadro interativo e vídeo | “toque nos países”, ícone +4 e “toque para ver” |
| | 05/nov. | reportagem | reportagem de fatos/ denuncia | reticular dentro da estrutura linear | fotos, quadro interativo | ícone +6 e toque nos botões |
| | 05/nov. | Notícia | Anuncia | linear com alternativa | cartaz interativo e foto | “toque para ampliar e toque para ver” |
| | 19/nov. | artigo | - | linear com alternativa | cartaz interativo e vídeo | “toque para alcançar o cartaz do filme e ícone do vídeo” |
| | 05/dez. | reportagem | reportagem de fatos/ anuncia | reticular dentro da estrutura linear | imagens dos países, quadro interativo | “toque nos campos para revelar os países” |
| Jornal do Comercio | 01/jun. | reportagem | reportagem ação/ pronuncia | linear com alternativa | vídeo | - |
| | 01/jun. | reportagem | reportagem de fatos/anuncia | linear com alternativa | foto | - |
| | 26/nov. | notícia | anuncia | linear com alternativa | foto | ícones de foto |
| | 13/dez. | reportagem | reportagem de fatos/ anuncia | linear com alternativa | áudio e vídeo | ícones de áudio e vídeo |

Fonte: elaborado pela autora.

6.1 *O Globo a Mais*

No que diz respeito à estrutura discursiva, pode-se identificar os seguintes modelos: duas reportagens-crônicas, duas reportagens documentais e duas reportagens de fatos, as outras três analisadas são fotorreportagem, crônica e notícia, não pertencendo, portanto, a nenhum dos modelos de reportagens. Entre as narrativas: três se pronunciam, uma enuncia, duas propõe denúncia, duas são anúncios e dois textos não se aplicam a nenhum deles por pertencerem a gêneros diferentes como crônica e fotorreportagem.

6.1.1 Hipertextualidade

A hipertextualidade no *O Globo a Mais* é construída sem explorar muito a navegação, sem articular muitos hiperlinks. A narrativa é formada no estilo de leitura que conforme modelo construído por Díaz Noci (2004) é, em sua maioria, linear com alternativas. Como se pode observar no quadro acima, das narrativas analisadas, constataram-se as seguintes estruturas: seis lineares com alternativas, três reticulares dentro do modelo linear e uma realmente linear.

Essas alternativas dentro do esquema linear são blocos de informações complementares dispostos na narrativa e são representadas por vídeo, fotos ou recursos interativos como quadros, cartazes, entre outros.

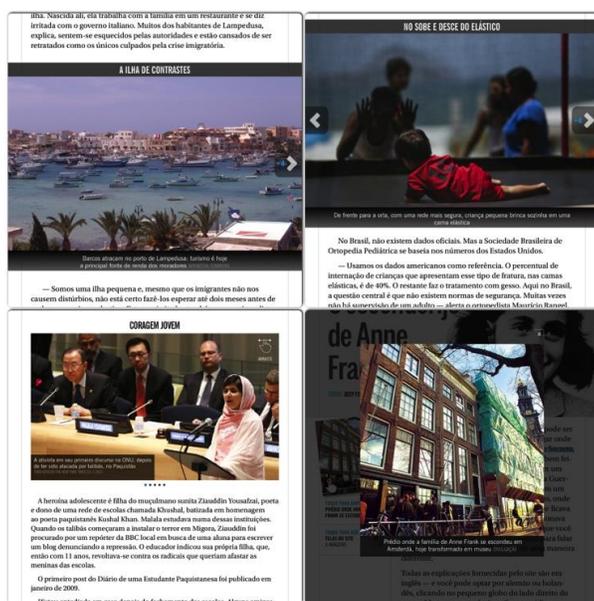
Há que se falar também dos links externos disponíveis em suas narrativas. Eles estão grifados de azul e indicam blocos de informação que, possivelmente, irão aprofundar ou ilustrar o conteúdo daquele texto. Tais links se apresentam de forma sutil. Quando o usuário toca na palavra, por ser a palavra um hiperlink, abre-se outra tela, com ícones com o nome "concluído", pois se o leitor se satisfizer com as informações nessa tela, ele pode imediatamente tocar na palavra e voltar ao texto. Em sua barra inferior aparece uma seta perguntando se o leitor deseja sair do aplicativo e abrir a mesma janela na web por meio de um link externo.

6.1.2 Multimídia

Como mostrado nas descrições acima, *O Globo a Mais* utiliza vários recursos que complementam suas informações de forma integrada, confirmando a multimídia, entre os quais se destacam vídeo, galeria de foto ou áudio.

Nas narrativas analisadas, recursos como galeria de fotos (figura 36) estão presentes em quatro delas, os vídeos (figura 36) podem ser observados também em quatro, os cartazes interativos em três e quadros interativos (figura 37) também em três. Verifica-se também que seis das narrativas analisadas possuem mais de um recurso como quadro ou cartaz interativo, uma delas possui apenas um vídeo e outra delas uma galeria de fotos.

Figura 36 – galerias de fotos



Fonte: montagem feita a partir da captura de tela durante o período de observação.

Figura 37 – vídeos inseridos nas reportagens.



Fonte: montagem feita a partir da captura de tela durante a observação.

Figura 38 – quadros interativos.



Fonte: montagem feita a partir da captura de tela durante a observação.

A multimídia acontece no produto de forma associada, a partir de características como a hipertextualidade e taticidade, funcionais de acordo com a visibilidade de suas *affordances*.

6.1.3 Tactilidade

A tactilidade se dá por meio de diferentes gestos associados a ícones e expressões: tocar, arrastar ícones (a exemplo da capa com seta indicativa para direita), virar o *iPad* na vertical ou passar as páginas para leitura. Nem sempre as instruções são tão fáceis, por isso a importância de um tutorial de uso ou palavras e frases instrutivas.

A tactilidade é responsável pela navegação do usuário na narrativa em si. No texto sobre riscos do pula-pula, há pontos informativos dinâmicos dentro da imagem que ao serem tocados vão exibindo informações sobre como utilizar ou fiscalizar, além de algumas recomendações. Também no texto sobre o sorteio das seleções "O despojado sorteio de 1950" há informações dinâmicas adicionais.

Por meio de uma tela sensível ao toque, a tela *touchscreen*, desenvolve-se a característica da tactilidade que, a partir do toque, permite a conexão com os devidos blocos de informação e o desenvolvimento da narrativa em si.

Conforme anteriormente ressaltado, outro fator que favorece a tactilidade são os signos com sua representação que permite o toque nos ícones em referência. Boa parte deles já são orientados no tutorial. Esse valor favorece a visibilidade das *affordances*.

6.1.4 Gêneros

Os gêneros em *O Globo a Mais* são os mesmos oriundos de outras plataformas. Visualiza-se textos com as características do impresso, a exemplo de crônica, reportagem e notícias; ou da TV ou ainda gêneros que já são consagrados na web, a exemplo da fotorreportagem ou *slideshow*. Os textos integram recursos, mas o formato em si não muda, o que como anteriormente comentado enfatiza a ideia do tipo enriquecimento (SALAVERRÍA e CORES, *ibidem*, p.148-149 *apud* LARRONDO; MIELNICZUK; BARBOSA, 2008, p. 9).

A leitura é aprofundada, é um contexto semelhante ao da revista, tanto que se autodenomina de revista digital. Nela, há uma predominância do gênero reportagem, sendo que cada edição contém artigos ou crônicas, além de algumas notícias,

geralmente nas editorias "dicas a mais" e "giro globo". Na análise, sete reportagens se somam a uma crônica, uma notícia e uma fotorreportagem.

6.2 *Jornal do Commercio*

Nas reportagens analisadas podem ser identificados os seguintes modelos: uma reportagem-ação, duas como reportagem de fatos e uma notícia-anúncio. Em relação ao seu tipo: são três anúncios e uma pronúncia.

6.2.1 Hipertextualidade

A maneira como se construiu a arquitetura da informação do aplicativo não permite uma narrativa multilinear. No entanto, destaca-se a linearidade com alternativas, todas as narrativas analisadas incorporam esse modelo, que a partir da hipertextualidade e hiperlinkagem possibilitam o acesso aos textos, aos recursos e aos links externos de vários modos.

As notícias reproduzidas da web são visualizadas no próprio aplicativo. Seus links externos são abertos ali mesmo, não permitindo que o leitor saia para navegar pela web.

6.2.2 Multimídia

Os recursos multimídia tornaram-se dinâmicos nos últimos meses, transformando a justaposição pela integração. Antes, se comprovava a multimídia por justaposição, por conta das evidências de vídeos, galerias de imagens e *slideshows* apresentados paralelamente. Atualmente, os recursos citados estão inseridos na narrativa, de forma complementar e integrada. Os recursos podem ser vistos ainda de maneira justaposta no momento em que o leitor pode optar pela leitura "modo de visualização". Das narrativas analisadas, duas utilizam foto, duas possuem vídeos e uma delas possui o áudio. Dessas, duas possuem mais de um recurso.

A linguagem audiovisual aparece de forma fragmentada nas narrativas do aplicativo analisado, com clipes de até cinco minutos, tanto nos conteúdos da versão digital, quanto no site em *html5*. Esses vídeos se relacionam com o texto para compor a narrativa. Eles são utilizados para contar parte da história, como explicação,

comprovação de fatos ou declaração de alguém. Geralmente são vídeos com falas de personagens. O áudio também funciona de forma semelhante ao vídeo, no sentido de complementar a informação.

6.2.3 Tactilidade

O aplicativo do *Jornal do Commercio* apresenta alguns problemas em relação a usabilidade, entre os quais destaca-se a dificuldade de sair da galeria de imagem ao acessá-la, pois a tela trava e somente é reestabelecida para continuação da leitura após reiniciar o *tablet*. Seu manuseio é feito por meio da tactilidade.

Apenas duas reportagens apontam ícones para interação, são ícones de áudio e foto, sendo, portanto, uma novidade, pois no modelo anterior, tinha ícones apenas no modo de visualização.

Apenas com o toque é possível visualizar todas as páginas da versão digital impressa, os conteúdos divididos por editoria, ver a galeria das fotos, dos vídeos e tornar favorita a reportagem desejada. Observa-se, então, que a intensificação da tactilidade está intimamente relacionada a hipertextualidade e a multimídia nos aplicativos jornalísticos.

6.2.4 Gêneros

Os gêneros permanecem os mesmos, apesar de haver integração de recursos nele. Identificam-se todos os gêneros, no entanto, os conteúdos aqui analisados são notícia e reportagem. Tal constatação pode ser ilustrada com a partir da análise das três reportagens e uma notícia.

As conceituações formuladas nesse tópico fundamentam a noção de que grande parte dos conteúdos do *Jornal do Commercio*, ilustrados na análise, são notícias ou reportagens com o nível de "enriquecimento" relacionados a recursos dentro das narrativas, conceito elabora por Salaverría e Cores (2005) (SALAVERRÍA e CORES, *ibidem*, p.148-149 *apud* LARRONDO; MIELNICZUK; BARBOSA, 2008, p. 9).

6.3 Aproximações entre *O Globo a Mais* e a revista *O Cruzeiro*

Como já dito no início, *O Globo a Mais* se considera uma revista digital e suas narrativas lançam mão de temas com expressos pontos de vista, que somados ao seu tamanho se assemelham a um tipo de reportagem construída por diversas revistas na metade do século passado, entre as quais está a revista *O Cruzeiro* nas décadas de 40, 50 e início de 60.

O Globo a Mais se apropria de uma linguagem com adjetivos, inclui crônicas sobre experiências pessoais no meio da reportagem e comentários opinativos de repórteres da própria redação. O que diferencia o produto de outras revistas⁶⁹ é a periodicidade diária, seu horário de disponibilização vespertino, além dos recursos inerentes à plataforma.

Desenvolve-se um paralelo entre as estruturas de reportagens que eram veiculadas na revista *O Cruzeiro* e *O Globo a Mais*. As semelhanças são visíveis não apenas no que diz respeito à estrutura da reportagem, linguagem mais rebuscada, em profundidade e ainda se apropriando do gênero reportagem para oferecer uma nova perspectiva à informação, mas em termos estéticos: as primeiras capas, com apenas uma imagem e o nome da revista na parte superior, bem como, o uso explorado da imagem nas reportagens (figura 39).

⁶⁹ Sabe-se que a primeira revista do Brasil nasceu em Salvador, era uma revista literária que tinha como foco a apresentação de textos literários “As Variedades ou Ensaios de Literatura” em 1812, com a proposta de abordar histórias cujo discurso estava relacionado à moral. Encontrava-se nesse espaço histórias antigas e contemporâneas à época, ainda trechos de autores portugueses clássicos representados pelo verso ou pela prosa (SCALZO, 2004, p. 27). Logo após, em 1813, veio a revista *O Patriota* que, como o próprio nome sugere, apropriava-se de assuntos relacionados ao patriotismo.

Essas “normas” formam um conjunto de leis próprias ou códigos convencionados e compartilhados por profissionais do jornalismo.

Eliza Casadei (2013) analisou as narrativas das revistas jornalísticas no século passado e identificou características socialmente compartilhadas nos modos de narrar, denominando-as de códigos padrões de narração, os quais também se referiam “aos significantes que deveriam ser acionados para que um material pudesse ser classificado como ‘reportagem’ e referendado enquanto tal” (CASADEI, 2013). Segundo essa autora (*ibidem*), os códigos mudam conforme a época histórica e são flexíveis em termos de sua apropriação em períodos posteriores.

6.3.1 A revista *O Cruzeiro*

A revista *O Cruzeiro* foi criada em 1928 pelo jornalista Assis Chateaubriand, sendo sucesso de vendas. Esse veículo chegou a ser o principal meio de comunicação na década de 50, chegando a vender nessa mesma época, aproximadamente 700 mil exemplares por semana. Conseguiu também exportar uma versão em espanhol para a América latina (SCALZO, 2004, p. 30). Abaixo, a citação do texto de Maria Celeste Mira (2001) sobre o que significou a revista *O Cruzeiro* no século passado:

Nos anos 30, 40 ou 50, quando se buscava numa revista informação, cultura ou entretenimento, lia-se, muito provavelmente, *O Cruzeiro*, publicação dos Diários Associados que reinou durante três décadas sobre suas fracas concorrentes no mercado. *O Cruzeiro* trazia um pouco de tudo e se dirigia a todos, homens e mulheres, jovens ou não, longe da preocupação hoje obrigatória de descobrir as preferências de cada um, seus gostos, expectativas ou estilos de vida. Era a revista da família brasileira. (...) Cada exemplar encontrava os mais diversos tipos de leitores dentro da mesma casa, percorrendo, como se vê, diferentes sexos, idades e classes sociais. (MIRA, 2001, p. 13)

Mira (2001) lembra que a revista *O Cruzeiro* foi criada para atuar de forma estratégica na campanha de Getúlio Vargas, referindo-se a Chateaubriand, ela comenta: “segundo o relato de Fernando Morais, os dois teriam arquitetado a publicação da revista para ser o veículo nacional da campanha da Aliança Liberal”. (...) Tornou-se uma das revistas de maior vendagem na história do país, quanto mais para sua época” (2001, p. 23). A autora acrescenta que 50 mil exemplares circularam inicialmente. Em 1945, de acordo com pesquisa encomendada pelos Diários dos

Associados, a revista *O Cruzeiro* era lida por 37,7% da população do Rio de Janeiro (DF, na época).

A revista *O Cruzeiro* se lança no movimento de modernização pelo qual o país passava naquele momento (MIRA, 2001, p. 13). “O *Cruzeiro* realizou a transição entre as revistas criadas num momento em que jornalismo e literatura se confundiam, no início do século XX, e aqueles que viriam a ser produzidos nos moldes da indústria cultural, a partir dos anos 60”, (MIRA, *op. cit.*, p. 13-14). Além de grandes reportagens diferenciada pelo uso da fotografia, havia textos como contos e crônicas. Essa revista também cuidava de seu aspecto visual a fim de tornar seu conteúdo mais atraente. Fizeram parte da revista *O Cruzeiro* pessoas como Raquel de Queiroz, Gilberto Freyre, Millôr Fernandes e grandes repórteres como David Nasser e fotógrafos como Jean Manzon. Seus repórteres e fotógrafos eram celebridades.

A fotografia foi utilizada de forma intensa nas reportagens dessa Revista, conforme figura 40. “Toda matéria era, antes de mais nada, imagem. Em geral, uma grande reportagem era aberta com uma fotografia de página inteira, o título e os nomes de seus dois realizadores” (MIRA, 2001, p. 24). Nesse momento, as reportagens também são feitas a partir da lógica “dobradinha” ou repórter-fotógrafo, em que um profissional escreve e outro fotografa. *O Cruzeiro* tinha a dupla famosa: David Nasser e Jean Manzon. A ilustração abaixo compara a imagem introdutória da reportagem da revista *O Cruzeiro* e da revista *O Globo a Mais*.

Figura 40 – imagens que introduzem à reportagem. À esquerda da revista *O Cruzeiro* e imagem à direita da revista *O Globo a Mais*.



Fonte: a imagem da *O Cruzeiro* obtida pelo site GGN-Jornal de Todos os Brasis.

De acordo com Maria Celeste Mira, *O Cruzeiro* veio a falir por conta de má administração nos anos 70.

6.3.1.1 Códigos padrões de narração

A revista *O Cruzeiro* passou por importantes transformações em seu modo de narrar no período de sua existência. Eliza Casadei (2013) ressalta que cada período histórico traz consigo diferentes formas de se produzir reportagens, de se convencionar o que se pode chamar por reportagem, ou seja, como esse tipo de gênero jornalístico deverá ser escrito. Para tanto, a autora (*ibidem*) elenca alguns códigos padrões de narração para diferentes revistas ao longo do século XX, entre as quais, encontra-se a revista *O Cruzeiro*, analisada nas décadas de 40⁷¹, 50 e 60.

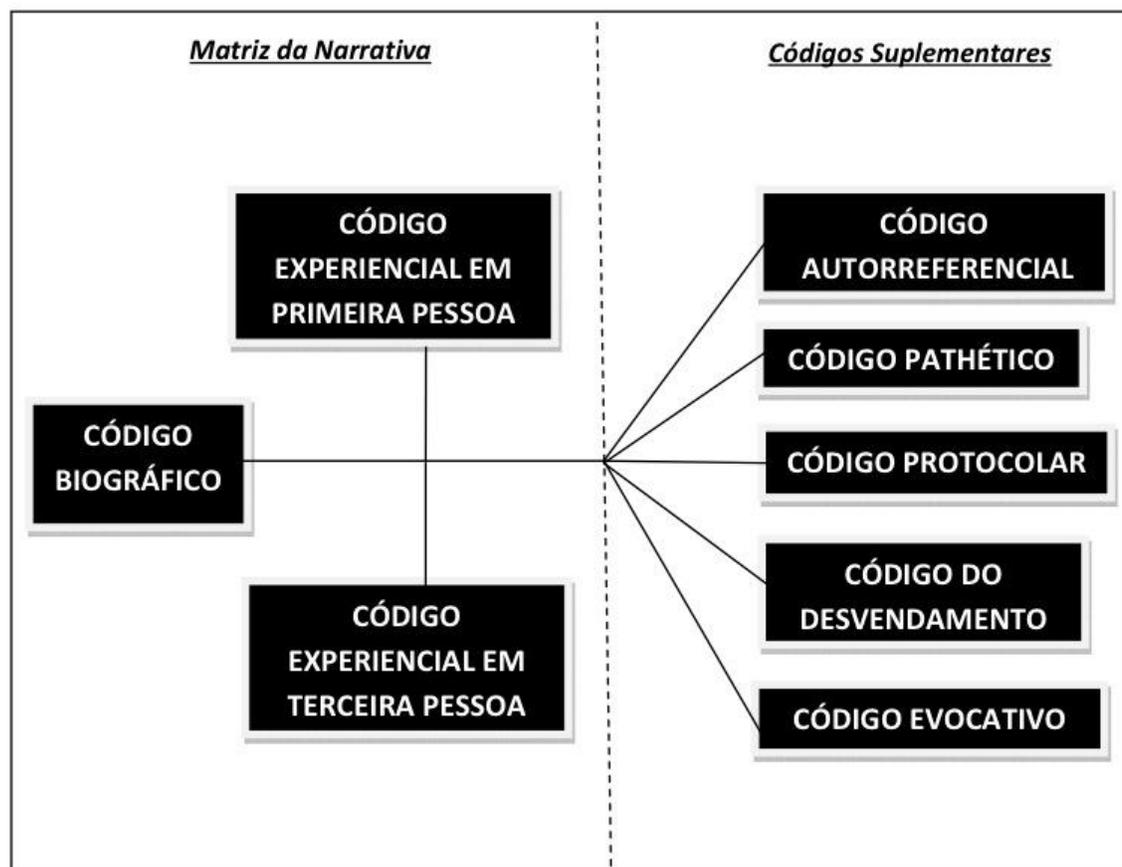
A revista *O Cruzeiro*, conforme cita Casadei (2013), exerceu grande influência nos modos de narrar a partir dos anos 40 do século passado, inclusive, sendo importante no desenvolvimento do jornalismo investigativo. Eliza Casadei (2013)

⁷¹ De acordo com Casadei (2013), é também nesse período que se cria os cursos de Jornalismo no país, a partir do decreto assinado por Getúlio Vargas em 13 de maio de 1946, tendo seu primeiro curso fundado pela Faculdade Cásper Líbero em 1947. A atividade se torna profissional, desenvolvendo seu teor técnico e padronizado desde então.

ressalta que para ampliar a compreensão sobre o tipo de reportagem que emergiu nesse período, é necessário perceber o seu contexto de produção. Entre os aspectos favoráveis, estão: profissionalização da atividade profissional e modernização das redações (CASADEI, 2013).

Os códigos citados “dizem respeito aos modelos estéticos socialmente compartilhados e referendados pelo grupo mais amplo dos jornalistas a respeito do modo como uma reportagem deveria ser escrita” (CASADEI, 2013, p. 239). Eles não são estáticos, e é possível perceber a utilização de códigos atuais em épocas anteriores. Nessa perspectiva, há códigos que constituem uma matriz narrativa, exercendo o papel de principal na estrutura narrativa e há outros que exercem o papel complementar. Abaixo, o quadro 2 ilustra melhor a relação entre os diferentes códigos.

Quadro 2: esquema dos códigos padrões de narração utilizados pela revista *O Cruzeiro* nas décadas analisadas de 40 a 60.



Fonte: (CASADEI, 2013, p. 288).

O código experiencial em terceira pessoa resume o enquadramento de fontes testemunhais que direta ou indiretamente tinham alguma relação com o fato narrado, “a dimensão da experiência, assim como no caso dos repórteres, era fundamental para que uma fonte figurasse nas páginas de *O Cruzeiro*”. Já o código experiencial em primeira pessoa se refere ao processo de subjetividade na narrativa. O repórter participa do acontecimento e relata sua experiência. Vê-se, como exemplo ilustrativo, um trecho da reportagem “O drama do açúcar” escrita em primeira pessoa por Edmar Morel com fotografias de Edgard Medina. A reportagem relata a experiência do repórter ao visitar a usina de cana de açúcar no interior fluminense. Ele demonstra indignação ao se deparar com a exploração da mão de obra dos trabalhadores.

Após quatro séculos da fundação do engenho de açúcar, em São Vicente, em São Paulo, passei um dia numa usina deste produto, no interior fluminense, justamente em Campos, que tem um solo privilegiado à cultura da cana". (O CRUZEIRO, 23/11/1946)⁷²

Para Elisa Casadei (2013, p. 266), outro código que pode ser identificado na revista *O Cruzeiro* é o biográfico, o qual se refere à forma como se aborda a apresentação da personagem na narrativa, ditando como o narrador quer que o personagem seja visto em tal trama. Portanto, “diz respeito a um tipo de tratamento do personagem a partir do qual o repórter (enquanto narrador) destaca aspectos da vida do retratado não necessariamente vinculados ao tema da reportagem, mas que compõe com ela uma imagem em torno do narrado” (CASADEI, 2013, p. 266). A citação abaixo foi extraída do texto “Justiça para Lampião”, do repórter João Martins, esse busca abordar a necessidade de expôr as cabeças dos cangaceiros Maria Bonita e Lampião, no Museu do Instituto Nina Rodrigues em Salvador. No trecho a seguir, o repórter descreve a filha de Lampião e Maria Bonita, Expedita, que lutava para conseguir sepultar os membros expostos.

Expedita é uma senhora calada, calma, que apresenta traços fisionômicos do seu famoso pai. Cria os seus filhos com carinho, vive feliz com o seu marido e naturalmente confia que as cabeças dos seus

⁷² Reportagem “O drama do açúcar” acessível no site Memória Viva. Disponível em: < <http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/> > Acesso em 20 de fevereiro de 2014.

genitores sejam restituídas à família e dadas à sepultura. (O CRUZEIRO, 06/06/1959)⁷³

O código autorreferencial faz alusão à reportagem ou ao processo de produção da mesma. “Trata-se, portanto, de uma reportagem que, em determinados momentos, reflete sobre a própria reportagem (seja em seu próprio trabalho de construção textual, seja em nível prático em termos de apuração)” (CASADEI, 2013, p. 182). O trecho da reportagem abaixo é um exemplo desse código:

Retomando o fio da reportagem, interrompida quando os cortadores deixam o produto no carro de boi, com capacidade para 4.000 quilos, vejo agora a cana ser trasladada para a “grade”, vagão em forma de uma gaiola, sem teto, serviço que é feito pelos próprios carreiros, com o auxílio dos negrinhos de pastoreio. (O CRUZEIRO, 23/11/1946)

Na lista, há ainda o código pathético que se relaciona à forma como o narrador, a partir de suas técnicas discursivas, procura atingir a emoção do leitor, levando-o a desenvolver determinado juízo de valor a respeito do tema tratado, “um excesso emotivo é mobilizado a partir de elementos discursivos tais como a adjetivação subjetiva – ou seja, que classifica o substantivo colocando-se explicitamente dependente de um julgamento pessoal e valorativo” (CASADEI, 2013, p. 198). Como exemplo ilustrativo, vê-se:

Ao contrário da lavoura do cacau, do milho, do arroz, da uva, a da cana é de profunda melancolia. Basta ouvir o gemido dos carros de bois, que em procissões cortam os canaviais, rumo às margens do caminho férreo. O seu cântico é uma toada pungente, levado ao sopro do vento. E ao longo da planície verdejante, escuto o poema da minha infância: -
Carro de boi do meu sertão
Sempre cantando, na mesma calma
Que até parece assim ter alma!
Que até parece ter coração”. (O CRUZEIRO, 23/11/1946)

É nítida a utilização do código protocolar que se relaciona à forma como convencionou-se utilizar falas testemunhais de fontes oficiais ou mesmo oficiosas em situações como cobertura de eventos. Tais falas são reproduzidas por citação direta, “na ocasião de um discurso proferido em um evento, reproduzindo, na narrativa, os

⁷³Reportagem “Justiça para Lampião” acessível no site Memória Viva. Disponível em: <
<http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/> > Acesso em 20 de fevereiro de 2014.

protocolos articulados como mero *registro* de um ato público ou de uma deliberação pública” (CASADEI, 2013, p. 207).

Outro código presente na revista *O Cruzeiro* é de desvendamento. Ele é utilizado quando se quer oferecer um olhar diferenciado para o tema tratado, quer trazer à tona novos aspectos descobertos: “a esses momentos da narrativa em que a trama principal é entrecortada por uma explicitação da imagem de si construída pela revista e marcada pela ótica da novidade e da descoberta, daremos o nome de código do desvendamento” (CASADEI, 2013, p. 274).

O código evocativo expressa o fato de o narrador trazer o leitor para o texto, de estabelecer um diálogo com este, o qual é denominado de leitor empírico. Para exemplificar, mais uma citação do texto “O drama do açúcar”:

Agora, o leitor tenha um pouco de boa vontade com as cifras. De cada 1.500 quilos de cana, (por cujo corte o trabalhador recebe Cr\$ 15,00) as usinas, de modo geral, produzem 90 quilos de açúcar e 12 de álcool. Pela tabela nova, a fim de regular a safra de 1946-1947, numa média do rendimento industrial de cada usina, que varia de 77,22 a 115,70, uma tonelada de cana custa 98 cruzeiros (...) O leitor, como todo cidadão civilizado, vive às voltas com as filas de leite, carne, pão, banha, fósforo, açúcar e deve ter um cupom de racionamento, pelo qual tem direito de comer um quilo de açúcar, em cada 15 dias. Saiba, então, que só em Campos, às portas da Capital Federal, por falta de transportes, estão armazenados mais de um milhão de sacas de açúcar, pois o único meio de condução viável é o ferroviário e a Leopoldina Railway, êste ano, principalmente, não tem podido atender as necessidades da exportação. (O CRUZEIRO, 23/11/1946)

6.3.2 Presença dos códigos padrões de narração no *O Globo a Mais*

Dos códigos apresentados pela revista *o cruzeiro*, no *O Globo a Mais*, é possível perceber o *código do desvendamento*, pelo o fato de *o Globo a Mais* procurar oferecer como já foi falado, um algo a mais para o fato, a exemplo do texto do sorteio das seleções para a Copa do Mundo, “o despojado sorteio de 1950”. A revista partiu do factual no momento em que anuncia o evento do sorteio das seleções participantes da Copa, para de modo comparativo, relacionar a Copa realiza no Brasil em 1950 com a que se realizará em 2014. É comum perceber que diante de um acontecimento, o *Globo a Mais* procura oferecer uma perspectiva diferente.

É possível ainda perceber o *código experiencial em terceira pessoa*. A reportagem “O perigo em saltos” denuncia a falta de fiscalização no pula-pula, e a

repórter procura pessoas que vivenciaram situações em que viram seus filhos se machucarem. A repórter evidencia tais experiências na reportagem.

O *código pathético* também é utilizado em várias situações. Na reportagem sobre a “Ilha do Governador e da melancolia”, o repórter utiliza diferentes expressões para deixar o leitor comovido em relação ao descaso no qual se encontra a Ilha do Governador e se apropria de expressões saudosistas para potencializar o efeito melancólico que deseja explicitar. O uso dessas expressões se estendem no momento de referenciar pessoas, de descrever as personagens, muitas vezes preenchendo de adjetivos que destacam a subjetividade do narrador, portanto, vê-se a utilização do *código biográfico*. Na reportagem “O ‘aniversário’ de Malala”, há várias expressões como “guerreira da educação” que ajudam a construir a imagem de heroína.

Em um novo tempo para a comunicação, é natural que novas formas de mediação ou remediação tomem forma. A profundidade e novas perspectivas para a reportagem podem emergir como estratégias comerciais capazes de oferecer ao consumidor um produto diferenciado, inclusive associando recursos e características de épocas anteriores com características próprias das plataformas móveis.

6.3.2.1 E o Jornal do Commercio?

No *Jornal do Commercio* se percebe que a proposta é diferente, não se tem a preocupação de construir narrativas rebuscadas, mas mesmo assim, identificou-se uma reportagem em que o repórter se coloca de forma a se pronunciar sobre o assunto. Na reportagem “Três anos após cheia na Mata Sul, só 20% das casas prometidas foram entregues”, verifica-se também a relação do *código pathético*. Observou-se também, durante o período da pesquisa, várias grandes reportagens como a intitulada “Ave Maria”⁷⁴, divulgada em maio de 2013, a qual fazia uma analogia ao mês conhecido pelo catolicismo como “mariano”, ou mês de Maria. Reuniu casos de mulheres com nomes de santas que foram assassinadas de forma violenta. Nela, há diferentes adjetivos e presença do forte juízo de valor da repórter.

⁷⁴ A reportagem é investigativa e relata casos envolvendo mulheres cujos nomes eram Maria Aparecida, Maria da Conceição, Maria do Socorro, Maria da Penha, Maria de Fátima, Maria do Carmo, Maria das Dores, Maria Madalena e Maria de Lourdes. O pdf está aberto e pode ser lido online. Disponível em: < <http://issuu.com/especiaisjc/docs/avemaria?e=8326887/2535800> > Acesso em 02 de abril de 2014.

Vê-se uma evolução em relação às estruturas narrativas no *Jornal do Commercio*. A união de vários recursos multimídia, mesmo sendo de outras plataformas, configura uma convergência de conteúdos que enriquece a narrativa. O desafio é desenvolver algo singular que seja desenvolvido para a própria plataforma. O *Jornal do Commercio* apesar de adaptar seu conteúdo, não pode ser visto como um produto original (autóctone), porque não é exclusivo para o *tablet*.

7 CONCLUSÃO

Em relação ao modo de ler notícia em plataformas como web ou impresso, o *tablet* é um meio que favorece a leitura. Seus usuários optam por horários vespertinos, em que se consegue fazer uma leitura mais atenta de seu conteúdo. Desta forma, veículos como *O Globo* começam a vislumbrar a possibilidade de se criar um conteúdo diferenciado ao público leitor desse meio.

Os textos nessa plataforma são extensos, mas têm a seu favor a taticidade, que integra diversos recursos dinâmicos. Há a evidência de uma interação reativa, pois as narrativas dependem da interação do leitor. Para melhorar a exploração dos recursos durante a leitura, os dois produtos analisados possuem tutoriais para orientar seus usuários durante a navegação. Nas narrativas de *O Globo a Mais* há várias sinalizações e expressões, enquanto que no *Jornal do Commercio* há apenas ícones. É importante ressaltar que a publicidade também se apropria das potencialidades tácteis desse meio para elaborar peças criativas. Entendemos que o *tablet*, por ser um dispositivo que favorece a leitura, por sua portabilidade, interface e taticidade/manuseio, pode beneficiar o uso intensivo dessas narrativas extensas. Pode-se combinar características dinâmicas tais como hipertextualidade e da multimidialidade.

Diante dos resultados da pesquisa, podemos considerar que as atuais produções para *tablet* são baseadas em modelos anteriores, tanto no *Jornal do Commercio*, por se aproximar da fase primária da web, ou seja, *shovelware*, quanto do autóctone, representado aqui pelo *O Globo a Mais*. Esse último, apesar de ser marcado por características próprias, como taticidade, apropria-se de um modelo de narrativa que é anterior à plataforma, o qual prima pela profundidade e por expressões adjetivas, que denotam subjetividade semelhante ao jornalismo de revista. Dessa forma, os códigos padrões de narração das atuais reportagens (CASADEI, 2013) também subentendem mudança, já que estamos falando de um tipo de texto que é aprofundado, ao ampliar a quantidade de dados envolvidos nas reportagens, e que abre dentro do texto a oportunidade de o repórter relatar sua própria experiência em forma de crônica.

Essas constatações nos levam a aproximar o jornalismo da literatura, sob o ponto de vista estético: frases com juízo de valor e aspectos descritivos, que

apresentam situações peculiares à crônica ou à reportagem-crônica. Confirmamos, portanto, o conceito de remediação desenvolvido por Bolter e Grusin (1999).

Dentro desses aplicativos encontramos maneiras diferentes de se trabalhar com a informação, de forma mais aprofundada e com maior abertura à subjetividade, como em *O Globo a Mais*; e, de forma factual, com algumas exceções, como no caso do *Jornal do Commercio*. Ressaltamos que tais aspectos não são fechados e que há tanto informações factuais em *O Globo a Mais* quanto reportagens aprofundadas no *Jornal do Commercio*.

No *Jornal do Commercio*, embora se verifique a transposição de conteúdo e que ainda haja pouca profundidade e quase nenhuma originalidade, vimos que houve evolução, durante a pesquisa, no que se refere à inovação, a partir do momento em que o veículo incluiu recursos de outras plataformas, de maneira integrada em suas narrativas, e que ampliou a abertura na forma de narrar, ao fazer uso de adjetivos pouco usados pelos jornais. Destacamos que, além de utilizar recursos de outras plataformas, é comum o *Jornal do Commercio* fazer propaganda de outros veículos pertencentes ao Sistema *Jornal do Commercio* de Comunicação. Durante a pesquisa, também foi possível perceber a dinamicidade em relação às mudanças no design, tanto em um veículo quanto em outro.

Enfatizamos que apesar de termos lançado mão do modelo de pesquisa estudo de caso, o problema de pesquisa foi devidamente atendido, pois conseguimos mapear e identificar com características as narrativas jornalísticas estão se constituindo na plataforma *tablet*. Verificamos duas formas de disponibilização de conteúdo: a primeira, por meio do aplicativo, e a segunda, em *html5*. Em nossa pesquisa, encontramos os dois tipos de situações: o primeiro, relacionado a *O Globo a Mais*; e, no segundo caso, representado pelo *Jornal do Commercio*, que também disponibiliza conteúdo em aplicativo. Identificamos ainda dois modelos de aplicativos; o primeiro, autóctone, que desenvolve um tipo de conteúdo original de acordo com aspectos da própria plataforma; e o conteúdo *shovelware*, caracterizado por reproduzir conteúdo de outras plataformas.

A pesquisa envolveu os casos do *Jornal do Commercio* e de *O Globo a Mais*, mas os modelos de narrativas presentes nos *shovelwares* podem ser visíveis em outros aplicativos, como o do jornal Diário de Pernambuco ou o da revista Carta Capital. Do

ponto de vista do autóctone, podemos citar como exemplo brasileiro o aplicativo do jornal O Estado de S. Paulo, com o produto *Estadão Noite*, além de casos internacionais, como o jornal Belga *Le Soir*, com o produto *Le Soir 17h* e o o jornal italiano *La Repubblica*, com o produto *La Repubblica Sera*. Todos eles foram anteriormente apontados por Suzana Barbosa (2013). Assim como *O Globo a Mais*, eles são disponibilizados ou no final da tarde ou à noite. Nesses produtos, os recursos multimídia, a taticidade e a hipertextualidade são utilizados a partir do mesmo princípio de estrutura de produção abordada pelos veículos aqui analisados.

Ressaltamos que as narrativas deveriam explorar de forma mais intensa as características da plataforma *tablet*, principalmente a hipertextualidade. Verificamos que, nos produtos analisados, estão presentes alguns recursos multimídia e interativos, principalmente no produto autóctone; observando, ainda, uma evolução em relação ao uso dado pelo *Jornal do Commercio*.

Conforme informações descritas no capítulo de análise, as narrativas no *tablet* se estruturam dando ênfase à lógica linear, distanciando-se do modelo da web, marcado pela multilinearidade, e se aproximando do texto linear. Vimos que não há muitas estruturas dinâmicas hipertextuais com diversos links para navegações, a exemplo de modelos rizomáticos. No *Jornal do Commercio*, tem-se o esquema de parágrafos lineares com alternativas (no site) e, no impresso, tem-se o modelo linear com alternativas (justapostas e integradas).

Há diferença entre a forma como os dois veículos lidam com os links externos. Os aplicativos são fechados e, muitas vezes, os veículos não têm interesse em que o leitor navegue na web, mas que navegue apenas dentro do seu próprio produto. Em *O Globo a Mais*, caso o leitor queria acessar um link externo, aparece uma janela dentro do aplicativo, com um ícone exibindo uma pergunta sobre se o leitor realmente deseja sair do site. No *Jornal do Commercio*, constantemente é feita propaganda de seu conteúdo em outras plataformas, a qual orienta o leitor a sair e visitar outros produtos em outras plataformas pertencentes a esse veículo.

Em relação aos assuntos em *O Globo a Mais*, há uma mistura de temáticas, que são divididas entre atuais e não atuais, e, apesar de o jornal *O Globo* estar direcionado às notícias do Rio de Janeiro, o produto *O Globo a Mais* aborda temas gerais: locais,

nacionais e internacionais. No *Jornal do Commercio*, as narrativas são factuais, com algumas exceções de reportagens especiais ou algumas reportagens com novas perspectivas. Embora ele abra espaço para assuntos de abrangência nacional e internacional, seu foco é de cunho regional.

Os resultados demonstram que conseguimos atender ao objetivo geral de compreender como as narrativas se constroem no *tablet* e a cada um dos objetivos específicos abordados. Por termos utilizado o método indutivo, ressaltamos que nossas considerações indicam formas gerais da produção e apresentação de narrativas para *tablets*.

A pesquisa nos permitiu perceber alguns aspectos do cenário de produção de notícias que atualmente emergem no *tablet*. Sabemos que, de forma alguma, os resultados aqui apresentados são estáticos ou apresentam algum tipo de “receita” sobre a melhor forma de se construir conteúdos. Temos consciência de que as mudanças são gradativas e que irão direcionar a forma de produzir, disponibilizar e consumir conteúdos em plataformas móveis. Para futuras pesquisas, indicamos a construção de uma gramática de narrativas em plataformas móveis, para ampliar a discussão na área acadêmica, para orientar estudantes de Jornalismo e, quem sabe, ajudar de forma mais pragmática na elaboração de conteúdos nas redações.

O contexto denominado por Suzana Barbosa (2013) de quinta geração da base de dados vai ao encontro da fase de convergência e tem, entre outras coisas, a preocupação de envolver o desenvolvimento dos produtos originais, personalizados e hipertextuais para plataformas móveis. Vê-se, dessa forma, que todas as transformações que ocorrem fazem parte de um todo maior, desencadeado pela reconfiguração em toda a cadeia produtiva da notícia, que almeja desencadear uma convergência jornalística. Nela, os processos convergem em prol da melhoria da qualidade dos conteúdos e todas as dimensões objetivam o aperfeiçoamento da convergência. Busca-se, então, que o profissional seja multimídia, as redações sejam integradas e os recursos e conteúdos sejam híbridos.

As pesquisas⁷⁵ de opinião já mostram o elevado índice de acesso à internet via dispositivos móveis e já orientam que os jovens preferem consumir conteúdos interativos nesses ambientes. O que se torna problemático é que, frente a essas informações, ainda se tenha uma política tímida de investimento em relação à produção de aplicativos originais e inovadores, por parte dos veículos. É possível que a falta de investimento seja também decorrente das crises que agora se instauram nos veículos, ocasionando demissões e descontinuidades de alguns conteúdos, em diversas plataformas. Apontamos que esse cenário necessita de uma pesquisa que analise as interdependências entre a falta de investimento e a dificuldade em se obter lucros nas plataformas móveis.

Novas ferramentas deverão surgir, acompanhando a relação dos atuais consumidores com a informação. O processo de mediação deverá ser cada vez mais aberto; inclusive, a partir do uso adequado da hipertextualidade, que leva em consideração ideais democráticos que estão cada vez mais presentes em nosso país e em diversas partes do mundo. Essa característica, quando bem utilizada, pode desenvolver a personalização do conteúdo.

Os resultados da pesquisa nos possibilitam concluir que as narrativas nas plataformas móveis estão se transformando e recebendo outra estrutura em relação à forma de contar histórias. Nesse momento de transição, não se tem um meio restrito à linguagem impressa, nem à linguagem digital, mas a ambas, de maneira híbrida. Portanto, apesar de se ter uma estrutura linear oriunda do impresso, tem-se recursos da web ou da própria plataforma móvel.

⁷⁵ O Balanço Huawei de Banda Larga, com participação da Teleco, em 2012, mostra que as conexões móveis chegaram a crescer 59% no Brasil, em 2012, resultando em 65,7 milhões de acessos. Disponível em: < http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed742_internet_movel_cresceu_59_em_2012 > Acesso em 17 de abril de 2013.

REFERÊNCIAS

AGNER, Luiz. Em busca de um olhar interdisciplinar sobre a arquitetura de informação, a usabilidade e a metacomunicação em dispositivos móveis com interfaces gestuais. In: Simpósio Nacional da ABCiber, Universidade Federal de Santa Catarina, 5, Florianópolis, 2011. **Anais...** 2011.

ANDRADE, M. M.; MEDEIROS, J. B. **Comunicação em língua portuguesa**. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAL, Mieke. **Teoría de la Narrativa: una introducción a la narratología**. Madrid: 1998.

BARBOSA, Suzana. Sistematizando conceitos e características sobre o Jornalismo digital em base de dados. In: BARBOSA, Suzana (org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. cap. 7, p. 127-153.

_____. Jornalismo Multimídia e Continuum Multimídia na Quinta Geração do Jornalismo nas Redes Digitais. CANAVILHAS, João (org). In: **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: UBI, LabCom, 2012. p. 33-54.

BARBOSA, Suzana; FIRMINO, Fernando; NOGUEIRA, Leila. Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 10º, 2012, Curitiba, 2012. Disponível em: < <http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1888/230> > Acesso em 01 de fevereiro de 2013.

BARBOSA, Suzana; SEIXAS, Lia. **Jornalismo e Dispositivos Móveis Percepções, usos e tendências**. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo na ECO- Universidade Federal do Rio de Janeiro, 9º, 2011, Rio de Janeiro, 2011.

BARSOTTI, Adriada; AGUIAR, Leonel. Produção de notícias para dispositivos móveis: a lógica das sensações e o infotimento. In: CANAVILHAS, João (org). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: UBI, LabCom, 2012. p. 295-318.

BARTHES, Roland. Introdução à Análise Estrutural da Narrativa. In: BARTHES, Roland; et al. **Análise Estrutural da Narrativa**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. cap. 1. p. 19-62.

BENJAMIN, Walter. O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7. ed. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994. – (Obras escolhidas, v. 1).

BERTOCCHI, Daniela. **Gêneros jornalísticos em espaços digitais**. In: Livro de Actas – 4º SOPCOM, 2005. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bertocchi-daniela-generos-jornalisticos-espacos-digitais.pdf> > Acesso em 13 de janeiro de 2013.

BOCH, J. C. **O conceito de *affordance* como estratégia generativa no design de produtos orientado para a versatilidade**. Porto Alegre, 2010. Dissertação (Mestrado em Design). Escola de Engenharia e Faculdade de Arquitetura. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 1999.

BRAIT, Beth. **Bakhtin: Conceitos Chaves**. In: BRAIT, Beth; MELO, Rosineide. Enunciado, Enunciado Concreto e Enunciação. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2008. p. 61-78.

BREMOND, Claud. A Lógica dos Possíveis Narrativos. In: BARTHES, Roland; et al.

BRESSANE, Taís. Navegação e construção de sentido. In: FERRARI, Pollyana (org.) **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. 2. ed. São Paulo: 2012. cap. 12. p. 149-163.

CANAVILHAS, João. Modelos informativos para aparatos móveis: información hipermultimediática y Personalizada. In: GONZÁLEZ MOLINA, Sonia; CANAVILHAS, João; et al. **Hacia el periodismo móvil**. Santiago de Chile: Revista Mediterránea de Comunicación, 2013. 73p.

_____.; SANTANA, Douglas C. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia a emancipação. **Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 53-66, 2011.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Leitores, Espectadores e Internautas**. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008. 96p.

CARDOSO, Marina Cascaes. **Ícones em interfaces gráficas: uma sistematização de abordagens de avaliação**. Florianópolis, 2013. 163 p. Dissertação (Mestrado em Design). Centro de Artes. Universidade do Estado de Santa Catarina, 2013.

CASADEI, E. B. **Os códigos padrões de narração e a reportagem: por uma história da narrativa do jornalismo de revista no século XX**. São Paulo, 2013, 467 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade Em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador: conversações com Jean Lebrun/ Roger Chartier**. Tradução Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: UNESP, 1998. 160p.

COSTA LIMA, Luiz. **Mimesis e modernidade: formas das sombras**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1980.

CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. **Revistas no cenário da mobilidade: a interface das edições digitais para Tablets**. Salvador, 2011. 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporânea). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2011.

DÍAZ NOCI, J. Narrativity. In: PALACIOS, Marcos; DÍAZ NOCI, Javier (coords.). **Online Journalism. Research Methods in Comparative Perspective**. Bilbao: University of the Basque Country, 2009, p. 63-83.

_____. **Online News: Narrative, Hypertext and Interactivity. An Analysis of Internacional Media**. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2011.

_____. Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos e su tipología. In: LÓPEZ, Xosé et al. Tendencias en el ciberperiodismo iberoamericano: Ponencias do Congreso Iberoamericano de Xornalismo Dixital, Santiago de Compostela, 29-30 de noviembre 2004. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf> > Acesso em 21 de março de 2014.

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social**. São Paulo: Factash Editora, 2010.

_____. A hipermídia entrelaça a sociedade. FERRARI, Pollyana (org). **Hipertexto, Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012. cap. 7. p. 79-90.

FERREIRA, Paulo. Com você, a imprensa móvel. FERRARI, Pollyana (org). **Hipertexto, Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012. cap. 5. p. 53-68.

FIDALGO, António. **A resolução semântica no jornalismo online**. In: BARBOSA, Suzana (org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. cap. 7, p. 101-110.

_____. CANAVILHAS, João. Todos os jornais no bolso. Pensando o jornalismo na era do celular. In: Carla Rodrigues (org.). **Jornalismo On-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Editora Sulina, 2009. pp. 99-117. Disponível em: < http://www.labcom.ubi.pt/sub/investigador/9de56fd4e539f18df48901dc26a23935#sthash_3RvzM6Af.dpuf > Acesso em 15 de agosto de 2013.

FRANCO, Guilherme. **Como Escrever para Web**. Austin: Editora do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, 2008.

GAGO, Manuel; PEREIRA, Xosé. Arquitetura de la Información: investigar los engranajes de los cibermeios. In: In: Díaz Noci, Javier; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Metodologia para o Estudo do Cibermeio**. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 87-96.

GARCÍA AVILÉS, José Alberto; SALAVERRÍA, Ramon; MASIP, Pere. Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. In: Congreso internacional fundacional AE-IC I+C *Investigar la Comunicación, 1, 2008*, Santiago de Compostela. **Anais...** Santiago de Compostela: Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela: 2008. Disponível em: < <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/134.pdf> > Acesso em 20 de setembro de 2013.

GORDON, Rich. **Convergence defined**. Online Journalism Review. Disponível em: < <http://www.ojr.org> > Acesso em 20 de julho de 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JERÔNIMO, Pedro. Jornalismo de proximidade em mobilidade. In: **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: UBI, LabCom, 2013. p. 363-385.

KNOX, John. S. **Punctuating the home page: image as language in an online newspaper. Discourse and Communication**. Macquarie: Macquarie University, 2009, p. 145-172.

LAGE, Nilson. **A Reportagem Teoria E Técnica De Entrevista e Pesquisa Jornalística**. 6ª Edição. Rio e Janeiro: Record, 2006.

LARRONDO, Ainarra; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana. Narrativa jornalística e base de dados: discussão preliminar sobre gêneros textuais no ciberjornalismo de quarta geração. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 6., 2008, São Bernardo do Campo: **Anais...** São Bernardo do Campo: Umesp, 2008. p. 1-13. Disponível em: < <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada8lucianamielniczuk.pdf> > Acesso em 28 de junho de 2012.

LONGHI, Raquel. Slideshow como formato noticioso no webjornalismo. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 782-800, setembro/dezembro 2011. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/10384/7282> > Acesso em 10 de agosto de 2012.

_____. Narrativas webjornalísticas em multimídia: breve estudo da cobertura do NYTimes.com na morte de Michael Jackson. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, Universidade de São Paulo, VII, São Paulo, 2009. **Anais... 2009.**

LOPES, Paula. **Gêneros literários e gêneros jornalísticos: uma revisão teórica de conceitos.** Revista Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, n. 1-11, 2010. Disponível em: <
<http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/196/1/Generos%20literarios%20e%20generos%20jornalisticos.pdf>
 > Acesso em 13 de janeiro de 2013.

LUNA, Diógenes D'Arce Cardoso de. **Hipertextualidade na construção do sentido das notícias na web: um estudo do portal de notícias JC Online.** Recife: 2010. 120 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Centro de Artes e Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco, 2010.

MACHADO, Irene. Por que se ocupar dos gêneros? **Revista Symposium**, Recife, ano 5, n. 1, p. 5-13, jan./jun. 2001.

MANOVICH, Lev. **The language of new media.** London: The Mit Press Cambridge, 2001.

MARQUES DE MELO, José. Panorama Diacrônico dos gêneros jornalísticos. In: MARQUES DE MELO, José; LAURINDO, Rosiméri; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros Jornalísticos: teoria e práxis.** Blumenau: Edifurb, 2012. 253 p. cap.1. p. 21-26.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual.** Salvador, 2003. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporânea). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2003.

_____. PALACIOS, Marcos. Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na web: o link como elemento paratextual. In: Encontro Nacional da Compós: Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 10., 2001, Brasília: **Anais...** 2001. Disponível em: <
http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1222.pdf > Acesso em 26 de setembro de 2011.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX.** São Paulo: Olho d'Água/FAPESP, 2001.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o future da narrative no ciberespaço.** Tradução: Elissa Hhoury Daher, Maercelo Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003. 282p.

NOJOSA, Urbano Nobre. Da rigidez do texto à fluidez do hipertexto. In: FERRARI, Pollyana (org.) **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. 2. ed. São Paulo: 2012. cap. 6. p. 69-77.

OLIVEIRA, Maria Marly. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 216p.

OLIVEIRA, V. R; PAULINO, R. C. R. Processos e potencialidades de comunicação: interação nas interfaces gestuais dos tablets. **Revista Cadernos de Comunicação**. Santa Maria: v.17, n.2, p. 91-114, 2013.

_____. Construção e estrutura da notícia nas interfaces dos Tablets. **Revista E-com**. Belo Horizonte: v.6, n 1, p. 01-15, 2013.

PALACIOS, Marcos. Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva. **Revista Lugar Comum**. Rio de Janeiro: 1999, n. 08, p. 111-121.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. In: Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação da Associação Latinoamericana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIIC), VII, 2004, Argentina, **Anais...** Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación da Universidad Nacional de La Plata, 2004. Disponível em: < http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm > Acesso em 06 de janeiro 2014.

_____. CUNHA, Rodrigo. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologia para uma característica agregada ao ciberjornalismo. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 10^o, 2012, Curitiba, **Anais...** Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2012.

PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Pollyana (org.) **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. 2. ed. São Paulo: 2012. cap. 10. p. 121-139.

PAULINO, R. C. R. Revistas Digitais: uma abordagem sóciotecnológica de um sistema hipermídia para tablets. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 10^o, 2012, Curitiba, **Anais...** Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2012.

_____. Conteúdo digital interativo para *tablets*-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital. **Revista Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 14, n. 33, p. 91-106, 2013.

POWERS, William. **O Black-berry do Hamlet: filosofia prática para viver bem na era digital**. São Paulo: Alaúde Editorial, 2012. cap. 3. p. 45-68.

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

SALAVERRÍA, R. Estructura de La Convergencia. In: GARCÍA, X.L.; FARIÑA, X. P. (orgs). **Convergencia Digital: reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010, p. 27-40.

_____. Convergencia de Medios. Chasqui 81, 2003. **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**, Quito, Ecuador, 2003, nº 81. p. 32-39, mar. 2003. Disponível em: < <http://www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0411-01.pdf> > Acesso em 08 de abril de 2013.

_____., GARCÍA AVILÉS, J. A; MASIP, P.M. Concepto de Convergencia Periodística. In: GARCÍA, X.L.; FARIÑA, X. P. (orgs). **Convergencia Digital: reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones - elementos para una teoria de la comunicacion digital interactiva**. Edisa, Barcelona: 2010.

SCHWINGEL, Carla. A pesquisa sobre arquitetura da informação. In: Díaz Noci, Javier; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Metodologia para o Estudo do Cibermeio**. Salvador: EDUFBA, 2008. 364p. p. 97-111.

SEVCENKO, Nicolau. No princípio era o ritmo: as raízes xamânicas da narrativa. In: PRADO JÚNIOR, Bento et al. (org). **Narrativa: ficção e história**. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1998, p. 120-136.

SILVA, Fernando. Tecnologias Móveis como Plataformas de Produção no Jornalismo. IN: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio. **Comunicação e Mobilidade: Aspectos Socioculturais das Tecnologias Móveis de Comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009. cap. 5. p. 69-88.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3 ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

SILVA JUNIOR, José Afonso. **Do hipertexto ao algo mais: usos e abusos so conceito de hipermídia pelo jornalismo on-line**. LEMOS, André (org.); PALACIOS, Marcos (org.). **As janelas do Ciberespaço**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2001. p.128-139.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Tradução: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 8. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Trad. Daniel Grassi - 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Aplicativo ComuniQ. Pode ser baixado nas lojas Google e App Store. Disponível em: < <https://itunes.apple.com/br/app/comuniq/id719638326?mt=8> > Acesso em 29 de dezembro de 2013.

Ave Maria. O pdf está aberto e pode ser lido online. Disponível em: < <http://issuu.com/especiaisjc/docs/avemaria?e=8326887/2535800> > Acesso em 02 de abril de 2014.

E-reader em 1935. Disponível em: < <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2262138/The-Kindle-The-amazing-electronic-book-1935-wouldnt-want-train.html> > Acesso em 20 de janeiro de 2013.

Imagens da reportagem CCC ou comando do terror. Disponível em: < <http://jornalggm.com.br/blog/tamara-baranov/reportagem-da-revista-'o-cruzeiro'-sobre-o-ccc> > Acesso em 19 de maio de 2014.

Jornais acabam com versões diárias impressas. Disponível em: < http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/jornais_acabam_com_verseos_diarias_impressas_e_apostam_numa_nova_estrategia > Acesso em setembro de 2012.

Lançamento do aplicativo ComuniQ. Disponível em: < <http://blogs.ne10.uol.com.br/mundobit/2013/11/26/sjcc-lanca-comuniq-aplicativo-para-envio-de-conteudo-multimidia-para-as-redacoes/> > Acesso em 03 de fevereiro de 2014.

O Anexo Secreto de Anne Frank. Disponível em: < <http://www.annefrank.org/en/Subsites/Home/Enter-the-3D-house/#/house/20/> > Acesso em 05 de novembro de 2013.

O Globo Memória. Disponível em: < <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-eacute-lanccedilado-9196292> > Acesso em 15 de dezembro de 2013.

O Globo na rede. Disponível em: < <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-na-rede-9200005> > Acesso em 15 de dezembro de 2013.

Pesquisa ampla do Instituto Reuters sobre comportamento do consumidor diante dos dispositivos móveis. Disponível em: < <http://www.digitalnewsreport.org/> > Acesso em 07 de outubro de 2013.

Pesquisa sobre acesso móvel no Brasil. Disponível em: < http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed742_internet_movel_cresceu_59_em_2012 > Acesso em 17 de abril de 2013.

Pesquisa sobre consumo na segunda tela. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/aplicativos-de-segunda-tela-nao-funcionam-diz-analista> > Acesso em 25 de fevereiro 2014.

Plataforma de rede colaborativa *Indie journalism*. Disponível em: < <http://indiejournalism.com/pt-br/> > acesso em 12 de março de 2014.

Primavera Árabe. Disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Primavera_Arabe > Acesso em 02 de julho de 2012.

Protótipo do *tablet* em 1994. Disponível em: < <http://vimeo.com/17295950> > Acesso em 02 de julho de 2012.

Quarta tela. Disponível em: < <http://4tapantalla.com/> > Acesso em 12 de abril de 2013.

Registro de idealização do tablet Dynabook em 1968. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/tecnologia/tablets-vovos-por-que-modelo-pensado-ha-mais-de-40-anos-so-pegou-com-chegada-do-ipad-2789674> > Acesso em 20 de setembro de 2012.

Reportagens da revista *O Cruzeiro* acessível no site Memória Viva. Disponível em: < <http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/> > Acesso em 20 de fevereiro de 2014.

Reportagem no JC Online sobre o aplicativo do JC no *tablet*. Disponível em: < <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2011/08/14/jornal-do-commercio-agora-nos-tablets-12771.php> > Acesso em 17 de novembro de 2013.

Reportagem no *Jornal do Commercio* sobre o aplicativo do JC no *tablet*. Disponível em: < <http://www.i2mobile.com.br/pt/wp-content/uploads/2011/08/jcdigitalhtml5byi2.png> > Acesso em 03 de fevereiro de 2014.

Reportagem: “Três anos após cheia na Mata Sul, só 20% das casas prometidas foram entregues”. Disponível em: < http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2013/06/01/tres-anos-depois-da-enchente-na-mata-sul-so-20_porcento-das-casas-prometidas-foram-entregues-85044.php > Acesso em 01 de junho de 2013.

Sistema *Jornal do Commercio* de Comunicação. Disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_Jornal_do_Commercio_de_Comunicação > Acesso em 15 de dezembro de 2013.

Texto: “Uma leitora pede para convencê-la a fazer jornalismo” de Leonardo Sakamoto. Disponível em: < <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2013/08/06/uma-leitora-pede-para-convence-la-a-fazer-jornalismo/> > Acesso em 17 de novembro de 2013.

The Future of the internet III. Disponível em: < <http://www.pewinternet.org/2008/12/14/the-future-of-the-internet-iii/> > Acesso em 20 de fevereiro de 2014.

Vídeo demonstrativo do *tablet* Knowledge Navigato. Disponível em: < http://www.youtube.com/watch?v=QRH8eimU_20 > Acesso em 20 de setembro de 2013.

Vídeo explicativo sobre a quarta tela. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=ue3xt1lkkIA&feature=youtu.be> > Acesso em 18 de fevereiro de 2013.

Vídeo explicativo sobre sobre as diferenças entre a transmedia e a crossmídia. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=v4J-GSlifDU> > Acesso em 20 de abril de 2013.

Vídeo do perfil do Palácio do Planalto: “Em Nova Iorque, Dilma concede entrevista coletiva”. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=ydHpfrGRr0c> > Acesso em 01 de outubro de 2013.