



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – JORNALISMO

**A narrativa multimídia no ciberjornalismo:  
uma análise de “Rota 66, A Confissão”**

**Gabriel Rizzo Hoewell**

Porto Alegre  
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

**A narrativa multimídia no ciberjornalismo:  
uma análise de “Rota 66, A Confissão”**

**Gabriel Rizzo Hoewell**

Monografia apresentada à Faculdade de  
Biblioteconomia e Comunicação da  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
como requisito parcial para obtenção do título  
de Bacharel em Comunicação Social,  
habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ana Cláudia Gruszynski  
Coorientador: Prof<sup>a</sup> Me. Ana Bandeira

Porto Alegre  
2015

## **AGRADECIMENTOS**

A minha mãe e meu pai, pelo apoio a todo o momento e por terem possibilitado minha formação. Aos amigos de sempre e para sempre, com quem compartilho muitos dos melhores momentos da minha vida há mais de quinze anos. Aos amigos de Fabico, que tornaram esse período inesquecível. Aos amigos de Bastião, que me fizeram entender o que é o jornalismo. Às orientadoras desta monografia, pelo trabalho cuidadoso e imprescindível. A todos que ajudaram direta e indiretamente, nas conversas motivacionais ou nas dicas que deram novos rumos para que estas páginas fossem escritas.

## RESUMO

A pesquisa tem como objetivo verificar de que modo elementos característicos do ciberjornalismo estão presentes na reportagem multimídia “Rota 66, a confissão” – publicada pelo site do jornal O Estado de S. Paulo em 25 de abril de 2015 –, analisando e discutindo como as potencialidades da Internet estão sendo incorporadas a um produto jornalístico especialmente desenvolvido para publicação na *Web*. Por meio da revisão bibliográfica, sistematizam-se os principais conceitos relativos ao jornalismo, com ênfase naquele produzido na Internet; e apresentam-se elementos e recursos relacionados ao *Webdesign* que permitem operacionalizar a análise do objeto proposto levando em consideração as características principais do ciberjornalismo – multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização, atualização contínua, memória e ubiquidade. A partir do quadro teórico e de uma avaliação flutuante da reportagem, elabora-se um instrumento para a coleta dos dados, que são analisados de modo quantitativo e qualitativo. Os resultados mostram que a multimídia está bem incorporada pela reportagem, a interatividade é restrita, ainda que não comprometa a recepção do conteúdo, e a hipertextualidade e a memória são subutilizadas. Os planos do design estão adequadamente articulados, proporcionando uma experiência inteligível e dinâmica ao usuário. Observou-se, ainda, que os dilemas do jornalismo identificados por meio do referencial teórico seguem existindo, ainda que reportagens como essa possam apontar novos caminhos.

**Palavras-chave:** ciberjornalismo; multimídia; reportagem; jornalismo; Rota 66.

## **ABSTRACT**

The research intends to verify how the cyberjournalism's characteristic elements are present in the multimedia story "Rota 66, a confissão" – published by the O Estado de S. Paulo newspaper's website on April 25<sup>th</sup>, 2015 –, analyzing and discussing how Internet potentialities are being incorporated into a journalistic product specially developed for Web. Through a bibliographical research, we systematize the main concepts related to journalism, with emphasis in that produced on Internet; and we present elements and features related to Webdesign that allow us to operationalize the analysis of the proposed object, taking into account the main characteristics of cyberjournalism - multimediality, interactivity, hypertextuality, customization, continuous updating, memory and ubiquity. Based on these theoretical notes and on a floating observation of the feature story, we draw up an instrument for data collection, which are analyzed quantitatively and qualitatively. The results show that multimediality is well embodied by the story, the interactivity is restricted, although it does not compromise the reception of the content, and hypertextuality and memory are underutilized. The design plans are properly articulated, providing an intelligible and dynamic experience to the user. We also observe that the journalism dilemmas identified through the theoretical notes still exist, although feature stories such as this can show new ways.

Keywords: cyberjournalism; multimedia; feature story; journalism; Rota 66.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: G1. Fotografia de ilustração integrada na zona de notícias e galeria de vídeos segregada em zona específica. ....	41
Figura 2: Folha de S.Paulo. Fotograma com <i>play</i> indicando vídeos. ....	42
Figura 3: Zero Hora. Rótulo indicando vídeo. ....	42
Figura 4: UOL. Ícones indicando foto e vídeo. ....	42
Figura 5: Os cinco planos que compõem o design de um site. ....	46
Figura 6: Folha de S.Paulo. (1) Navegação local; (2) Navegação de cortesia; (3) Navegação global; (4) Navegação suplementar; (5) Navegação contextual. ....	49
Figura 7: Site do jornal Tribuna Popular, da Bahia. ....	50
Figura 8: Site da Pública – Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo. ....	50
Figura 9: Barra da área inferior aparece em todas as páginas e leva a nove nós. ....	58
Figura 10: Os 5 nós da introdução. Título e subtítulo (1), bloco de texto (2), imagem (3) e os <i>links</i> externos (4 e 5). ....	59
Figura 11: Os 13 nós do capítulo 1. ....	60
Figura 12: Os 23 nós do capítulo 2. ....	61
Figura 13: Os 33 nós do capítulo 3. ....	62
Figura 14: Os 3 nós da seção de créditos. O site do Estadão (1), o texto (2) e o capítulo 3, acessado pelo <i>link</i> . ..	63
Figura 15: Estrutura sequencial do capítulo 1. ....	63
Figura 16: Estrutura hierárquica liga elementos da barra inferior (1 a 9) com outras páginas (10 a 18). ....	64
Figura 17: Simulação de <i>grid</i> para o capítulo 1 de “Rota 66, a confissão”. ....	66
Figura 18: Fotografias retangulares, infografia interativa e infografia estática estão centralizadas, mas seus espaços extrapolam as margens do texto. ....	67
Figura 19: Imagens integradas ao título inauguram cada capítulo. ....	67
Figura 20: Galerias de fotos são indicadas pelas fotografias cortadas. ....	69
Figura 21: <i>Links</i> em vermelho e imagem levam ao Acervo Estadão. ....	70
Figura 22: Mudança de cor na barra inferior indica a seção atual. ....	72
Figura 23: Paleta de cores utilizada no layout da reportagem. ....	72
Figura 24: Fontes com serifa utilizadas na reportagem. ....	73
Figura 25: Fontes sem serifa utilizadas na reportagem. ....	74
Figura 26: O uso da Fonte Flama - 500 em tamanho 14 e caixa-baixa dificulta a leitura, principalmente pelo “a” e “e” com ocos/miolos pequenos demais. ....	75
Figura 27: Sequência de <i>frames</i> mostra como a aplicação de efeitos modifica a perspectiva das fotografias. Percebe-se a mudança de posição dos jovens com relação ao fundo. ....	76
Figura 28: <i>Off</i> de Dias é acompanhado de ondas sonoras, legenda e destaques. ....	76
Figura 29: À esquerda, o mapa estático; à direita, o infográfico estático “Direção de entrada das balas”. ....	77
Figura 30: Infográfico interativo “As armas do caso”. ....	78

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Disposição no <i>grid</i> dos elementos de posição variável ou menos recorrentes. ....	65
Gráfico 2: Localização dos recursos multimídia. ....	68
Gráfico 3: Utilidade dos recursos multimídia. ....	69

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Análise quantitativa dos planos, a partir de Garrett (2011). .....	56
Quadro 2: Análise quantitativa dos elementos característicos do ciberjornalismo a partir de Palacios <i>et al</i> (2011). .....	57



## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	10
2 O JORNALISMO E O CENÁRIO DIGITAL .....	13
2.1 Elementos constituintes do jornalismo .....	14
2.2 Novo cenário e desafios para o campo profissional .....	19
2.3 <i>Web</i> , espaço para a práxis jornalística .....	22
3 O CIBERJORNALISMO E SUAS CARACTERÍSTICAS .....	28
3.1 As sete características do ciberjornalismo .....	29
3.2 Características do ciberjornalismo: modalidades de apreensão .....	40
3.3 Modalidades de apreensão a partir do <i>Webdesign</i> .....	45
4 “ROTA 66, A CONFISSÃO”: UMA CIBER-REPORTAGEM.....	52
4.1 “Rota 66, a confissão”: o objeto .....	53
4.2 Procedimentos metodológicos .....	55
4.3 Apresentação e análise dos dados.....	58
4.4 Discussão dos resultados .....	80
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	85
REFERÊNCIAS .....	88

# 1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico sempre implicou em mudanças no jornalismo. Não é diferente com a Internet, que alterou as relações sociais e mudou radicalmente o cenário jornalístico. Os papéis de produtor e usuário se modificaram significativamente e os dois por vezes se confundem. O distanciamento de áudio, vídeo, texto e imagem já não faz mais sentido. O acesso a bancos de dados amplia as possibilidades do ciberjornalismo. Com um cenário como esse é preciso compreender as alterações em curso, em um período em que o fazer jornalístico, de certo modo, reinventa-se; acionando tradição e inovação.

Os veículos convergem, o *multimídia* é uma realidade e quase uma obrigação para o jornalismo; a *interatividade* é a própria essência da Internet; o *hipertexto* é a linguagem do novo meio; a *customização* do conteúdo é em parte demanda do usuário, em parte consequência das necessidades do mercado, mas sem dúvida uma realidade para o ciberjornalismo; a *memória* ganha com a Internet, por meio dos bancos de dados, dimensões não vistas em outros veículos; a *atualização contínua* e a *ubiquidade* são o mais representativo reflexo da sociedade em rede e alteram inevitavelmente a produção jornalística.

É necessário analisar esses fenômenos que reconfiguram o jornalismo. A aplicação desses elementos na prática pode ser fundamental para a renovação de uma profissão que se vê perdida pela revolução tecnológica e pelas limitações do mercado. O que se entende como jornalismo, pautado pelo ideal de interesse público e pela objetividade, talvez jamais tenha existido em um nível massivo e significativo. A busca constante por um jornalismo que chegue mais perto do ideal quase utópico que se estabelece para a profissão pode passar por um jornalismo contextualizado (PAVLIK,

2001) que alimente o jornalismo de desenvolvimento (KUNCZIK, 1997), fundamental para a democracia.

Enquanto o mercado encontra problemas para se adaptar ao novo cenário, a academia, por sua vez, vem gradualmente ampliando a quantidade de trabalhos que analisam a conjunção desses elementos característicos do ciberjornalismo na prática jornalística. Além disso, a velocidade das inovações tecnológicas impõe a constante atualização da bibliografia.

Desta maneira, esta pesquisa pretende oferecer para a academia uma visão atual do contexto jornalístico e propor uma abordagem pouco frequente no meio. Mesmo que se observe uma crescente produção de trabalhos acadêmicos que enfoquem o ciberjornalismo, ainda são raros aqueles que se dedicam ao estudo da reportagem multimídia nesse contexto. Mais que isso, em levantamento no banco de teses da CAPES<sup>1</sup> e na biblioteca da UFRGS<sup>2</sup>, não foi encontrada nenhuma produção que se assemelhe à abrangente abordagem aqui proposta, que une o ciberjornalismo ao design.

O interesse pelo assunto dá-se pela vontade de identificar, dentro do jornalismo atual, possibilidades de inovação, cada vez mais urgentes em um mercado que lida constantemente com dilemas econômicos, ideológicos e profissionais. Tal inovação, entretanto, não implica na necessidade de abandono de tudo que parece ligado ao tradicional. A crença na reportagem – clássico gênero jornalístico que une a profundidade a um caráter literário – como um valioso recurso para o cumprimento da função social da profissão ainda é um norte. Acredita-se, sobretudo, que é possível aliar estes dois lados, sem esquecer os princípios éticos que regem a profissão, nem fechar os olhos para a realidade atual.

Este trabalho buscará entender como a Internet contribui para a constituição de um jornalismo que se configure de fato como um novo formato: o ciberjornalismo. Para isso, é necessário que ele explore as possibilidades que o meio oferece, o que só se dá com eficiência se estiver unido a um design que proporcione uma boa experiência para o usuário, aliando multimídia, interatividade e os demais elementos intrínsecos à Internet. Mas como isso vem se dando na produção brasileira dos veículos atualmente?

Dada a amplitude da questão, tomamos como objeto de estudo a reportagem especial multimídia “Rota 66, a confissão”, realizada para o site [estadao.com.br](http://estadao.com.br), do jornal O Estado de S. Paulo, publicado no dia 25 de abril de 2015. Nosso objetivo é

---

<sup>1</sup> Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

verificar de que modo os elementos característicos do ciberjornalismo estão presentes nesta reportagem multimídia, para assim analisar e discutir como as potencialidades da Internet estão sendo incorporadas a um produto jornalístico especialmente desenvolvido para publicação na *Web*.

Por meio da revisão bibliográfica, construímos o quadro teórico que ancora o trabalho. No Capítulo 1, realiza-se uma retomada dos principais conceitos do campo jornalístico, como notícia, objetividade e reportagem, a partir de autores como Rodrigues (1993), Kunczik (1997), Motta (2002), Franciscato (2005), Traquina (2008), Martínez Albertos (1983), Beltrão (1969) e Marques de Melo (2003). No mesmo capítulo, avança-se para o debate da cultura profissional e seus mitos, confrontando-os com a realidade jornalística, com base em Kunczik (1997) e Traquina (2008). Da mesma forma são confrontados os princípios ideológicos com as relações mercadológicas e políticas da área, a partir de Tuchman (1993), Kunczik (1997), Cornu (1999), Bucci (2000), Marshall (2003) e Melo (2006). Tendo apresentado os pontos fundamentais do jornalismo e levantado os obstáculos por ele enfrentados, passa-se para a análise do cenário atual, que impõe mais desafios, mas abre novas possibilidades. Na etapa final do primeiro capítulo, busca-se entender – embasado em Pavlik (2001) e Kunczik (1997) – como o jornalismo poderia encontrar alternativas por meio da Internet e recapitula-se a evolução histórica do ciberjornalismo de acordo com Pavlik (2001), Mielniczuk (2003a), Schwingel (2008), Ferrari (2010) e Barbosa (2013).

No Capítulo 2, revisam-se os elementos característicos do ciberjornalismo, aprofunda-se o debate sobre multimedialidade, hipertextualidade, interatividade, personalização, memória, instantaneidade e ubiquidade, conforme classificam Canavilhas *et al* (2014). Em um segundo momento, apresentam-se, a partir de Palacios *et al* (2011), maneiras de se avaliar a aplicação de alguns desses elementos na prática, com vistas a fornecer embasamento para a análise do capítulo seguinte. A seguir, o design e a experiência do usuário são discutidos a partir de cinco planos propostos por Garrett (2011): estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície.

Finalmente, no Capítulo 3, realiza-se a análise de “Rota 66, a confissão”. Apresentado o objeto, são feitas as análises quantitativa e qualitativa. Dessa forma, acredita-se ser possível entender que diferenciais a Internet possibilita para a criação de uma reportagem como essa, como estes são explorados e de que maneira eles são apresentados para o usuário.

## 2 O JORNALISMO E O CENÁRIO DIGITAL

A notícia não é uma invenção moderna. O ato de contar o que aconteceu recentemente é histórico e próprio da comunicação humana. O jornalismo é, em uma definição básica, a institucionalização disso: “uma prática social voltada para a produção de relatos sobre eventos do tempo presente” (FRANCISCATO, 2005, p.15). É verdade, entretanto, que as notícias faladas, como Stephens (1993) classifica, fazem parte da pré-história do jornalismo. A prática tal qual conhecemos hoje é muito mais recente, tendo suas origens no século XIX, quando “se verificou o desenvolvimento do primeiro ‘mass media’, a imprensa” (TRAQUINA, 2008, p.33).

É nesse contexto que surgirá o “polo ideológico” do jornalismo, com valores como notícias, verdade, independência dos jornalistas, exatidão e jornalismo como serviço público (TRAQUINA, 2008, p.34). Também nesse período, os jornais veem a possibilidade de transformar o jornal em um negócio. Visando ao lucro, passam a oferecer um novo produto: as notícias.

Quando o polo ideológico se confronta com a realidade, desafios surgem e barreiras se impõem à prática jornalística. As alterações proporcionadas pelo avanço da Internet vêm sendo peças importantes no tensionamento desse conflito.

No presente capítulo, apresentaremos os principais conceitos do jornalismo, discorreremos sobre a cultura profissional e aprofundaremos o debate das relações entre o polo ideológico do campo e sua práxis. Posteriormente adentraremos no novo cenário jornalístico, marcado pela internet, seus desafios e possibilidades. Por fim, caberá fazer a apresentação do ciberjornalismo, trazendo um breve histórico da prática e discutindo modelos de aplicação do jornalismo na internet.

## 2.1 Elementos constituintes do jornalismo

Como apontamos, a **notícia** – e o jornalismo – tem sua pré-história e, mesmo lá, já era possível notar uma peculiaridade fundamental para entendê-la: esta é, inevitavelmente, uma construção da realidade.

Em grande parte, aquilo que os homens creem ser a sólida realidade dos fatos sempre foi uma realidade construída que lhes foi repassada por alguma outra fonte de informação. Mas, nunca essas formas indiretas de conhecimento foram tão ostensivas e onipresentes como no mundo moderno (MOTTA, 2002, p.8).

Portanto, a notícia é a percepção da realidade por parte dos jornalistas e passa sempre por uma seleção a partir de critérios não só profissionais, mas também pessoais. Para Franciscato (2005, p.186), “a notícia é um recorte no espaço e no tempo em relação a processos sociais mais amplos, e os limites deste recorte são, em parte, estabelecidos por perspectivas diferenciadas de jornalismo operacionalizadas na forma de critérios de noticiabilidade”. Tais critérios são resultantes de um consenso de valores partilhados dentro da sociedade. São suposições, por parte dos jornalistas, daquilo que interessa a um determinado público (KUNCZIK, 1997, p.243). Além de construção social, a notícia é orientadora das práticas sociais: dos gostos, dos posicionamentos, das decisões (MOTTA, 2002).

A definição do que é notícia passa por uma série de valores que raramente são percebidos no dia-a-dia de uma redação. Traquina traz Tuchman (1972) para dizer que o jornalista invoca uma capacidade que sequer pode definir adequadamente, “devido à forma como a cultura profissional privilegia um saber instintivo e não reflexivo” (TRAQUINA, 2008, p.62). Ainda assim, é possível perceber certos padrões entre os conteúdos noticiosos, os quais são denominados **valores notícia** ou critérios de noticiabilidade.

Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia” (TRAQUINA, 2008, p.62).

Esses valores sofreram mudanças ao longo do tempo<sup>3</sup>. Todavia, é possível identificar uma essência comum entre eles: a ruptura com o esperado. “Notícia para nós é um significado, uma percepção, a partir de alguém, de que algo invertido ocorreu”

---

<sup>3</sup> Uma primeira aproximação das características dos valores-notícia é feita por Tobias Peucer (1690), como apresenta Kunczik (1997). Muito depois, em 1922, tem-se a classificação de Walter Lippmann, em que se elencam características como “clareza do fato, seu elemento de surpresa, sua proximidade geográfica, seu impacto e conflito pessoal” (KUNCZIK, 1997, p.242). Stieler, em 1965, enquadra como notícia aquilo que tem “a novidade, a proximidade geográfica, as implicações e a proeminência, como também o negativismo” (KUNCZIK, 1997, p.242).

(MOTTA, 2002, p.9), colidindo com “os sentidos hegemônicos” e gerando inquietações. “Quanto menos previsível for, mais probabilidades tem de se tornar notícia e de integrar assim o discurso jornalístico” (RODRIGUES, 1993, p.27). Ou seja, em meio à profusão de acontecimentos aleatórios, aquele mais improvável despertará a atenção. A notícia é o negativo da racionalidade (RODRIGUES, 1993).

Stephens<sup>4</sup> (1988), Traquina (2008), Galtung e Ruge<sup>5</sup> (1965) e Ericson, Baranek e Chan<sup>6</sup> (1987) são alguns dos estudiosos que se aprofundarão na discussão sobre valor-notícia. De maneira geral, percebe-se que o rompimento é um valor fundamental, mas mais que apresentar a desordem, a notícia deve reelaborar as significações desta. A sociedade precisa se reinserir na ordem, na estabilidade, no que lhe é familiar. Para isso, é preciso “reintegrar o todo ameaçado, consolidando o conjunto social e evitando a sua desestruturação pela angústia” (MOTTA, 2002, p.14).

Os valores-notícia, contudo, não são somente particularidades das notícias, mas podem também estar ligado às **reportagens**. É preciso fazer esta distinção de gêneros jornalísticos, a fim de compreender as peculiaridades que definirão uma reportagem. Para Martínez Albertos<sup>7</sup> (1962 *apud* MARTÍNEZ ALBERTOS, 1983, p.314) a reportagem é “o relato jornalístico – descritivo ou narrativo – de uma certa extensão e estilo literário muito pessoal em que se intenta explicar como se sucederam feitos atuais ou recentes, ainda que estes feitos não sejam rigorosamente notícia<sup>8</sup>” (tradução nossa<sup>9</sup>). Para o espanhol, a distinção entre o que ele denomina “informação” e reportagem é o caráter mais literário e artístico da segunda, ainda que a objetividade esteja aparente.

Beltrão (1969, p.195), por sua vez, define reportagem como “o relato de uma ocorrência de interesse coletivo testemunhada ou colhida na fonte por um jornalista e oferecida ao público, em forma especial e através dos veículos jornalísticos”. Isto é, para ele, a diferença principal entre reportagem e notícia é a dinâmica da fonte da

<sup>4</sup> STEPHENS, Mitchell. *A History of News*. New York: Penguin Books, 1988.

<sup>5</sup> Os autores listaram doze valores-notícia: 1) frequência (ou duração do acontecimento); 2) amplitude; 3) clareza (ou falta de ambiguidade); 4) significância; 5) consonância (possibilidade de inserir o novo numa velha ideia); 6) inesperado; 7) continuidade (possibilidade de continuar uma notícia); 8) composição (ou o equilíbrio de assuntos); 9) referência a nações de elite; 10) referência a pessoas de elite; 11) personalização (referência aos envolvidos); e 12) negatividade (as más notícias são boas).

GALTUNG, Johan; RUGE, Marie Holmboe. *The Structure of Foreign News*. Journal of International Peace Research, vol. 1, 1965.

<sup>6</sup> ERICSON, Richard; BARANEK, Patricia; CHAN, Janet. *Visualizing Deviance: A Study of News Organizations*. Toronto: University of Toronto Press, 1987.

<sup>7</sup> MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.. *Guiones de clase de Redacción Periodística*. Pamplona, 1962.

<sup>8</sup> “El relato periodístico – descriptivo o narrativo – de una cierta extensión y estilo literario muy personal en ele que se intenta explicar cómo han sucedido unos hechos actuales o recientes, aunque estos hechos no sean noticia en un sentido riguroso del concepto”

<sup>9</sup> Todas as traduções neste trabalho foram feitas pelo próprio autor.

informação: o jornalista vai até a reportagem, e não o contrário. Marques de Melo (2003) aponta como diferencial da reportagem com relação à notícia o aprofundamento dos fatos. Ela é “o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela instituição jornalística” (2003, p.66).

São características da reportagem, para Sodré e Ferrari (1986), a forma narrativa, com texto impressionista e relato humanizado, mas com a manutenção da objetividade dos fatos. Beltrão (1969) aponta quatro pontos comuns à reportagem: objetividade, interesse coletivo, oportunidade (refletir fatos atuais) e feição específica jornalística, já que as reportagens tem uma “fisionomia” própria, conceito que se assemelha ao caráter literário citado por Martínez Albertos (1962 *apud* MARTÍNEZ ALBERTOS, 1983).

Seja produzindo reportagem ou notícia, o jornalista muitas vezes é guiado pelo valor-notícia, parte fundamental da definição da sua **cultura profissional**. Eles exigem do profissional distintos saberes, que, por sua vez, moldam a sua visão de mundo e imputam na sociedade uma visão mitológica do jornalista, identificado com valores nobres como liberdade e democracia (TRAQUINA, 2008).

O “saber de reconhecimento”, capacidade do jornalista de perceber o que é notícia, o “saber de procedimento”, que orienta os passos a serem seguidos na apuração, e o “saber de narração”, capacidade de lapidar as informações, transformando-as em notícia, também são importantes para entender essa cultura profissional. Por isso, o jornalista é pragmático: “o jornalismo é uma atividade prática, continuamente confrontada com ‘horas de fechamento’ e o imperativo de responder à importância atribuída ao valor do imediatismo” (TRAQUINA, 2008, p.44). Ele também precisa saber se comunicar com todos, para além das fronteiras culturais, sociais e políticas.

Os critérios de noticiabilidade e a constante busca pela objetividade podem levar o jornalista a enxergar o mundo de maneira particular, em polos: o bem e o mal, o pró e o contra. Outro constante anseio do jornalista, o imediatismo, pode fazê-lo sentir o tempo de maneira “obsessiva e frenética” (TRAQUINA, 2008, p.50). Pensa-se nos acontecimentos, mas não nas problemáticas: há muito “*foreground*” e pouco “*background*”, a notícia é “oposição radical à história” (SCHLESINGER<sup>10</sup>, 1977 *apud* TRAQUINA, 2008, p.49).

Traquina (2008, p.51) afirma que a mitologia jornalística também projeta na

---

<sup>10</sup> SCHLESINGER, Philip. *Newsmen and Their Time machine*. The British Journal of Sociology, vol. 28, n;3, 1977.



profissão uma ideia de cão de guarda da sociedade, de defensor dos cidadãos, expressado no conhecido conceito de “quarto poder”, responsável por vigiar os outros três. Por outro lado, enquadrar-se em um modelo quase industrial de produção de conteúdos pode ser árduo para o jornalista, e aceitar a hierarquia pode ser o preço a se pagar para ser da profissão (KUNCZIK, 1997). Tamanha contradição leva muitos a negarem-se “a aceitar o seu trabalho pelo que ele realmente é: um trabalho assalariado” (KUNCZIK, 1997, p.154).

Complexas relações mercadológicas e ideológicas tornam o jornalismo um objeto de constante questionamento por toda a sociedade, algo que está no cerne de sua constituição como profissão moderna. Os polos ideológico e econômico assumem na atualidade novos contornos.

Há princípios, ligados à **ética** e à **verdade**, que desde muito tempo se consolidaram como orientadores do jornalismo, ao menos no campo ideológico. A missão da imprensa de informar o público, a liberdade de informação como condição, a verdade como dever fundamental e o respeito da pessoa humana como limite são pontos fundamentais da deontologia do jornalismo (CORNU, 1999, p.58).

O público tem o direito de conhecer os fatos e as opiniões e aí está o dever do jornalista. “A imprensa tem por função informá-lo, tanto sobre os factos como sobre as correntes de ideias, a fim de se criar uma opinião pública cuja expressão há de ser organizada pela democracia” (CORNU, 1999, p.58-59). A isto, está diretamente ligada a liberdade da imprensa, já que só graças a ela o público poderá ter acesso aos fatos e opiniões. Sem a liberdade de informação, não se pode esperar pela verdade.

Acima de tudo, o jornalista deve se comprometer com a verdade, independente das consequências disso (CORNU, 1999, p.75). Há aí, entretanto, um debate interessante: o jornalista deve “procurar” a verdade ou “respeitar” a verdade? Enquanto o primeiro termo pressupõe uma busca ativa pela verdade, a segunda assume a complexidade de se encontrar a verdade. Trata-se de um ponto delicado para o jornalismo, pois é constante a exigência de verdade, exatidão e **objetividade**, mas não há consenso sobre como abordar estes temas (CORNU, 1999, p.76). Afinal, como Cornu (1999, p. 328) afirma, a informação não é *a verdade*, mas reflexo de um único aspecto, um fragmento da realidade.

A discussão sobre a verdade no domínio jornalístico parece concentrar-se por inteiro na questão da objectividade, que lhe é subsidiária. A objectividade é muitas vezes tomada num sentido extensivo, qualificando a qualidade essencial exigida ao conjunto das práticas jornalísticas (CORNU, 1999,

p.326).

O drama do jornalismo, para Bucci (2000), é não haver distinção clara entre sujeito e objeto. Sujeito e objeto se enxergam como “sujeitos que se olham como outros” (BUCCI, 2000, p.92). Assim, a precisão do relato, vista “à luz da proximidade extrema entre sujeito e objeto, assume a face de uma mistificação, uma declaração de vontade, uma profissão de fé” (BUCCI, 2000, p.92). Melo (2006) afirma que considerar a objetividade um mito é algo recente. A objetividade nasceu com o jornalismo e “reproduzir o real, por intermédio da lente de aumento da imprensa, significa ser fiel aos acontecimentos” (MELO, 2006, p. 38), havendo espaços próprios para a expressão de pontos de vista. Acontece que a dimensão industrial assumida pelo jornalismo atual colocou esse conceito como sinônimo de verdade absoluta, que camufla tendenciosidades (MELO, 2006, p.39). Objetividade trata-se, portanto, de um processo jornalístico preciso, que age com correção desde a apuração até o relato, sendo mais complexo que a mera crença em sua impossibilidade pelo fato de que todos somos sujeitos.

Tuchman (1993) relata que os jornalistas compreendem a objetividade como um ritual estratégico, que os protegeria dos riscos da sua profissão, graças a recursos como dar voz a vários lados. “Os jornalistas têm de ser capazes de invocar algum conceito de objectividade a fim de trabalhar os factos relativos à realidade social” (TUCHMAN, 1993, p.75).

Objetividade está ligada à relação entre a realidade e as declarações jornalísticas. Para alguns autores, o conceito caminha junto da justiça e do equilíbrio. Kunczik (1997) afirma que para Schneider<sup>11</sup> (1984), a notícia objetiva é a que se distingue da opinião e fica com os fatos, sem mudá-los ou publicá-los de favor, mantendo um mínimo de equilíbrio. Por trás da ideia de que a reportagem pode ser objetiva está a de que os receptores devem formar sua própria opinião (KUNCZIK, 1997).

Para Marshall (2003), o jornalismo rendeu-se hoje à lógica do mercado em todos os campos. “Em consequência, a lógica do mercado parece estar provocando uma transformação generalizada dos padrões éticos, estéticos e culturais do universo da informação” (MARSHALL, 2003, p. 24), reduzindo seu papel antes social à sustentação de interesses comerciais. Nesse paradigma pós-moderno, o conceito de informação muda e passa a ser um híbrido de publicidade, entretenimento, persuasão e consumo, conforme entende o autor.

---

<sup>11</sup> SCHNEIDER, Wolf (ed.). *Unsere tägliche Desinformation*. Hamburgo, 1984.

## 2.2 Novo cenário e desafios para o campo profissional

O campo do Jornalismo enfrenta múltiplas turbulências nesta passagem de século. Mudanças tecnológicas, trabalhistas e geopolíticas atropelam os processos de produção noticiosa, impondo ajustes aos novos tempos. Profissionais, empresários e educadores procuram soluções consensuais para corresponder às novas demandas do mercado e da sociedade (MELO, 2006, p.9).

A revolução das tecnologias de transmissão de informação é um fator definitivo na alteração do cenário jornalístico. De fato, sempre que uma nova tecnologia surgiu, as possibilidades de transmissão foram alteradas e, por consequência, o modo de fazer e consumir o jornalismo.

A principal influência está sobre a noção de temporalidade. Um trabalho de Wilke em 1984, a partir de dois jornais alemães, apontou que de 1622 para 1906 os leitores receberam cem vezes mais informação e material de leitura. E, enquanto em 1622, cerca de 75% das notícias tinham mais de duas semanas, em 1906, mais de 90% haviam acontecido no dia anterior. O grande avanço se deu na segunda metade do século XIX, com os avanços tecnológicos no tráfego das notícias e na produção. Como resultado da aproximação entre “realidade do acontecimento” e “realidade editorial”, a consciência temporal foi alterada (KUNCZIK, 1997, p.220).

Franciscato (2005) traz a análise de Woolf<sup>12</sup> (2001) sobre a influência da tecnologia da impressão na percepção de tempo presente usando quatro categorias: velocidade, fluxo, vivência comum e densidade.

A impressão mecânica não aumentou a velocidade de circulação da notícia, mas regularizou o fluxo das transmissões e o intervalo entre elas, expandiu o número de pessoas simultaneamente lendo ou discutindo versões variadas da mesma notícia e, também, possibilitou a apresentação de versões múltiplas (e às vezes conflitantes) do mesmo evento (FRANCISCATO, 2005, p.40).

Da mesma maneira, o ciberjornalismo emerge e passa a se constituir com graduais mudanças tecnológicas. A natureza do conteúdo noticioso se transforma, o trabalho jornalístico é alterado, as estruturas das redações são modificadas e as relações entre organizações noticiosas, jornalistas e públicos se realinham (FRANCISCATO, 2005, p.216).

Um estudo de Prott *et al*<sup>13</sup> (1979) apontou há mais de três décadas uma alteração na rotina das redações já computadorizadas. Se, por um lado, os processadores de textos ajudavam a selecionar e escrever os artigos, a rapidez já se impunha e o trabalho ficava

<sup>12</sup> WOOLF, Daniel. News, history and the construction of the present in early modern England. In: DOOLEY, Brendan; BARON, Sabrina (eds.). *The Politics of Information in Early Modern Europe*. London and New York: Routledge, 2001, p. 80-118.

<sup>13</sup> PROTT, J.; SIMOLEIT, J. Die Elektronik im beruflichen Alltag von Nachrichtenredakteuren. In: *Publizistik*, 24, 1979.

mais pesado: “Não há intervalos de descanso, como os que tínhamos antes, trabalhando com papel. Então, podia-se levantar os olhos de vez em quando e conversar um pouco com o companheiro. Agora, com a tela, a gente está constantemente sob pressão” (PROTT *et al.*, 1979 *apud* KUNCZIK, 1997, p. 212).

O estudo apenas retratava as primeiras alterações provocadas pela revolução tecnológica que se agigantava. Com o passar do tempo, ainda proliferaram os jornalistas de redação, que Adghirni (2005, p.47) define como “burocrata da notícia, sentado diante de um computador que lhe serve de fonte de informação, sala de redação, tela de texto. É provável que nem ele nem a sociedade acreditem mais na função social do jornalismo”.

Como efeito positivo, a informática “trouxe agilidade e qualidade no processamento da informação, ao facilitar o trabalho de rever, corrigir, alterar e atualizar textos” (DEL BIANCO, 2008, p.1). A rede ainda possibilitou a investigação de documentos oficiais, a verificação de informações e uma diversidade de narrativas.

Mesmo assim, muitos pesquisadores “duvidam que as tecnologias digitais tenham provocado mudanças profundas na concepção de jornalismo a ponto de alterar valores consagrados” (DEL BIANCO, 2008, p.1). Seu uso parece estar aquém do seu potencial de trazer mais clareza e profundidade à informação.

As complexas relações econômicas, políticas e trabalhistas dificultaram desde sempre a realização do jornalismo fundamentado nos seus valores ideológicos centrais. Não bastasse isso, muito da cultura profissional construída contribuiu para a própria deturpação da área. A obsessão frenética pelo ineditismo e pelo “furo” atrapalha a procura (ou o respeito) pela verdade, atropelando o processo de apuração e incentivando o sensacionalismo. Os acontecimentos estão na pauta, pois são inéditos, mas a raiz dos problemas que o originaram não se discute (TRAQUINA, 2008).

A Internet é uma nova possibilidade para esse jornalismo em crise se reestruturar. Se a obsessão pelo tempo está mais forte do que nunca, outros valores da profissão também se acentuaram. É inegável a relevância da instantaneidade e da atualização contínua para a sociedade, já que o jornalismo deve cumprir sua função de produzir a “vivência social do momento presente” (FRANCISCATO, 2005, p.15). Mas a democracia não se sustenta só com “*foregrounds*”; precisa de “*backgrounds*” (TRAQUINA, 2008).

Assim sendo, esta é uma nova chance para que a profissão siga o rumo da construção da democracia e do desenvolvimento da sociedade. As potencialidades da

Internet abrem as portas para o que Pavlik (2001) denomina “jornalismo contextualizado<sup>14</sup>”. A democracia depende de cidadãos bem informados, mas cada vez menos o jornalismo parece contribuir para isso. O jornalismo contextualizado, por sua vez, pode ampliar a cidadania e a democracia, trazendo uma informação mais completa, que reflita as nuances de uma sociedade plural como a atual (PAVLIK, 2001, p.23). Na busca por esse jornalismo, as novas tecnologias podem ser decisivas, visto que transformaram a essência dos conteúdos e das possibilidades narrativas:

O que está começando a surgir é um novo tipo de narrativa que vai além da romântica, mas inatingível meta de pura objetividade no jornalismo. Este novo estilo vai oferecer ao público uma mistura complexa de perspectivas sobre notícias e eventos que terão muito mais texturas que qualquer ponto de vista único poderia jamais alcançar<sup>15</sup> (PAVLIK, 2001, p.24).

Tal visão de jornalismo assemelha-se ao que Kunczik (1997) chama de jornalismo de desenvolvimento. “O jornalismo de desenvolvimento assume o papel de mediador, porque os pontos de vista dos vários grupos de interesse devem ser proclamados publicamente [...]; ao fim da jornada isso produz a integração das partes heterogêneas num complexo sistema social” (KUNCZIK, 1997, p.345). Desta forma, o jornalismo assume sua função pública, proporcionando cidadania, por meio da informação concisa, capacitando a população a formular juízos e tomar decisões adequadas.

Para que seu objetivo se cumpra, entretanto, o jornalista de desenvolvimento não deve achar que sua função é meramente a divulgação de fatos. Para “capacitar a todos para tomar parte na vida da sociedade [...] deve orientar-se pelo ideal da maior capacidade de reconstrução possível” (KUNCZIK, 1997, p.346). Como deveres éticos, cabe a esta prática analisar criticamente as medidas de desenvolvimento e apoiar sua implementação; adotar posição de crítica positiva ao Estado, controlando sem ficar na oposição (a não ser que haja violação dos direitos humanos); e indicar que desenvolvimento significa tensão entre muitos membros da sociedade, devendo haver solidariedade e ajuda aos explorados.

Entretanto, isso exige o entendimento de um ponto fundamental, que se contrapõe ao que se vê hoje – e que se aproxima do jornalismo contextualizado de Pavlik: “A regra segundo a qual uma boa cobertura informativa é sinônima de uma cobertura de atualidade não pode ser aplicada ao jornalismo de desenvolvimento” (KUNCZIK, 1997, p.364), visto que a produção rápida e constante impossibilita uma investigação

---

<sup>14</sup> “contextualized journalism”.

<sup>15</sup> “What is beginning to emerge is a new type of storytelling that moves beyond the romantic but unachievable goal of pure objectivity in journalism. This new style will offer the audience a complex blend of perspectives on news stories and events that will be far more textured than any single point of view could ever achieve”.

cuidadosa, precisa e contextualizada. A compulsão pela atualidade torna tudo superficial, uma colcha de retalhos, como se nenhum evento se relacionasse ao outro.

O jornalismo tem hoje em suas mãos uma ferramenta com potencial para ajudá-lo a se reconstruir, contribuindo efetivamente para uma sociedade democrática e desenvolvida. A Internet apresenta uma conjunção de elementos que podem ser fundamentais nesse processo. Multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização, ubiquidade, memória e mesmo a instantaneidade, se usados para a elaboração de um relato mais efetivo e aprofundado, que se enquadre no jornalismo contextualizado de Pavlik (2001) e alimente o jornalismo de desenvolvimento de Kunczik (1997), podem transformar o cenário jornalístico e, por consequência, a sociedade. Fala-se aqui de potencialidades. Todavia, o jornalismo na prática, pode, ainda assim, ser solapado pelas mesmas relações e valores que sempre se fizeram presentes.

### **2.3 Web, espaço para a práxis jornalística**

Ainda que haja significativo debate acerca da correta denominação para a prática, o ciberjornalismo – como aqui será chamado – pode ser entendido como uma nova forma de fazer jornalismo, potencializada por uma narrativa multimídia, interativa, hipertextual e customizada. Esta deve ser percebida dentro do contexto de uma sociedade em rede (CASTELLS, 1999), que reconfigura a produção jornalística, que passa a envolver elementos como a atualização contínua e a ubiquidade e intensifica o uso da memória (SCHWINGEL, 2008). Como destaca Viada (2014, p.14), “o jornalismo é jornalismo, independentemente do suporte em que se trabalhe”, ainda assim há abordagens próprias de cada meio que devem ser compreendidas.

Nominar esta práxis na *Web* mobiliza o debate acadêmico: ciberjornalismo, webjornalismo, jornalismo online, jornalismo em rede, jornalismo digital, jornalismo eletrônico, jornalismo multimídia.

Mais recente e de uso mais recorrente atualmente, o trabalho de Schwingel (2005) aponta para o uso do termo ciberjornalismo, opção pela qual esse trabalho também fará. A autora baseia-se em Salaverría<sup>16</sup> para justificar a escolha por “ciber”:

é uma decisão que visa à adequação linguística e não a um diferencial em termos de processo de produção. Com o avanço da digitalização dos conteúdos televisivos e radiofônicos, o prefixo ciber, sob esta perspectiva, delimita e define mais precisamente o campo de produção que se propõe

<sup>16</sup> SALAVERRÍA, Ramón. *Redacción Periodística en Internet*. Navarra: EUNSA, 2005.

como sendo o do ciberjornalismo (SCHWINGEL, 2005, n.p.).

Em constante aprimoramento, tal qual a própria Internet, o ciberjornalismo passou por um visível processo evolutivo desde seu surgimento. As inovações tecnológicas trouxeram mais possibilidades ao jornalista e as novas dinâmicas sociais, consequências de uma sociedade em rede, trouxeram necessidades por parte do leitor com as quais os jornalistas não haviam se deparado até então. A mera transposição das notícias do jornal impresso para a plataforma online, como se fez na década de 1990, faz pouco sentido para os dias de hoje. Quando a Internet tem como base a hipertextualidade – impulsionadora da interatividade – e quando se pode convergir narrativas dos mais diversos formatos em uma só plataforma, tais potenciais devem ser aproveitados.

Pavlik (2001) propõe que

as evoluções nas novas mídias estão levando ao desenvolvimento de novas técnicas de contar histórias que envolvem o público em reportagens mais contextualizadas e navegáveis. Esta narrativa interativa abrange uma vasta gama de modalidades de comunicação (por exemplo, texto, imagens, vídeo, gráficos), incluindo a escrita não-linear – ou hipermídia (ou seja, *links*) – e oferece possibilidades para uma personalização extraordinária e um envolvimento intenso do público. Além disso, a notícia está se tornando muito mais fluida do que no passado. No velho mundo das mídias analógicas, a notícia era normalmente publicada por um jornal ou no telejornal da noite e, então, talvez, atualizada no dia seguinte. Em 2000, a notícia está em constante fluxo. As atualizações são contínuas<sup>17</sup> (PAVLIK 2001, p.1).

Diversos autores concentraram esforços em entender esse processo evolutivo, dividindo o ciberjornalismo em fases que, como explica Mielniczuk (2003a), não são estanques e podem conviver em um mesmo período temporal. A autora aponta uma primeira geração marcada por ser uma reprodução dos impressos; uma segunda geração em que os jornais online passam a explorar *links* e o hipertexto e com atualizações mais constantes; e uma terceira geração, quando as potencialidades da Internet passam a ser exploradas com recursos de multimídia e interatividade. Trabalhos mais recentes observam a existência de uma quarta e até quinta geração do ciberjornalismo (ou webjornalismo). É o caso de Schwingel (2008), Santi (2009) e Barbosa (2013).

Schwingel (2008) ressalta que é difícil delimitar as gerações temporalmente, visto que o desenvolvimento do ciberjornalismo no Brasil não coincide com o que ocorre nos Estados Unidos, mais avançados nesse sentido. A autora considera experiências de

---

<sup>17</sup> “developments in new media are leading to the development of new storytelling techniques that engage the audience in more contextualized and navigable news reporting. This interactive storytelling embraces a wide range of communication modalities (e.g., text, images, video, graphics), including nonlinear writing—or hypermedia (i.e., links)—and offers possibilities for extraordinary customization and heightened audience involvement. Moreover, news is becoming much more fluid than in the past. In the old world of analog media, a story was typically published by a newspaper or on the evening television news and then perhaps updated the next day. In 2000, news is in constant flux. Updates are continuous”.

quarta geração aquelas “com o uso de banco de dados integrados das empresas de comunicação, com o uso de sistemas de produção de conteúdos, com a incorporação do usuário no processo de produção, ou seja, com mecanismos do jornalismo colaborativo” (SCHWINGEL, 2008, p.64).

Uma quinta geração, marcada por um “*continuum* multimídia”, é descrita por Barbosa (2013). “O cenário atual é de atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos” (BARBOSA, 2013, p.33). Linguagens de programação, bases de dados, sistemas de gerenciamento de informações, técnicas de visualização passaram a ser parte integrante da rotina jornalística, além de termos significativa presença de publicações disponíveis em dispositivos *mobile*.

A profusão dos dispositivos móveis levou ao desafio de atender à oferta multiplataforma. O fenômeno é recente e ainda é difícil encontrar uma identidade característica para o jornalismo para *smartphones* e *tablets*. “Com a ubiquidade do *tablet* e tempo de atualização, alguns pesquisadores do Jornalismo digital defendem o nascimento de uma linguagem, convergente, própria do ‘jornalismo de *tablet*’” (SEIXAS; TOURINHO; GUEDES, 2014, p.95). Da mesma forma, a possibilidade de alcançar os telefones móveis gerou oportunidades de novos formatos jornalísticos apelativos e adaptados para tal plataforma (CANAVILHAS, 2012).

Ainda que os *tablets* proporcionem essa possibilidade de nova linguagem – intensificada pela disponibilidade de acesso à informação a qualquer momento –, há claramente uma indefinição sobre o modelo noticioso a adotar, não havendo uma disrupção. Na prática, o ciberjornalismo parece não seguir essa lógica que altera a relação espaço-tempo e, como consequência, o *tablet* tem como diferencial essencialmente o conforto da leitura (SEIXAS et. al., 2014). Desta forma, os veículos jornalísticos apostam numa identidade similar à da revista, usando o mesmo código do texto escrito. Firmino (2013) compara esse processo ao daquela primeira geração do ciberjornalismo, marcada pela transposição, mas que pode ser superada naturalmente criando-se uma gramática própria.

Canavilhas (2012) enumera três versões de ciberjornalismo no *tablet*. A primeira é complementar à imprensa escrita, em que há a distribuição vespertina dos jornais da manhã, acompanhados de desenvolvimento e opinião. A segunda, mais próxima do *smartphone*, tem divulgação instantânea de conteúdo, porém com pouca profundidade. Já a terceira, caracteriza-se pela distribuição de publicações em PDF ou similares.



Quando se fala de telefones móveis, o jornalismo se volta para conteúdos “hipermultimidiáticos imersivos” (CANAVILHAS, 2012, p.16) e para a velocidade da informação. A leitura fica prejudicada pela pequena tela do *smartphone*, mas o som e a imagem são mais explorados. “Em lugar do recurso à convergência de conteúdos, típica do jornalismo na *Web*, nos *smartphones* deve optar-se pela divergência, distribuindo conteúdos puramente textuais, sonoros ou videográficos” (CANAVILHAS, 2012, p.10).

No Brasil, o ciberjornalismo se desenvolveu de maneira diferente do que aconteceu nos Estados Unidos, onde os sites de busca evoluíram para reter os leitores (FERRARI, 2010). Aqui, foram as empresas jornalísticas que abriram caminho – e ainda hoje estão entre as principais publicações para a *Web* – para a criação de portais, ainda que fossem, num estágio inicial a mera reprodução do conteúdo impresso. Os maiores conglomerados de mídia, empresas familiares que já dominavam a imprensa e que Ferrari (2010) chama de barões da Internet brasileira, deram início ao ciberjornalismo no país.

Nos anos 2000, há um *boom* na Internet e nos portais brasileiros. Neste período, os sites de conteúdo dedicavam-se a produzir em abundância, relegando a um segundo plano as matérias aprofundadas. É em 2001 que eles passam a se preocupar com “a integração entre conteúdo de qualidade, design acessível e viabilidade financeira” (FERRARI, 2010, p.28).

Quando se trata de analisar o perfil das publicações, sejam elas brasileiras ou não, pode-se tomar como base a proposta de Deuze (2003). O autor propõe quatro categorias de jornalismo online, tendo como critério a relação entre conectividade com o público e o conteúdo editorial.

- 1) Sites de notícias *mainstream*: com pouca e controlada interatividade, estes são os sites de notícia com maior abrangência e se focam em conteúdo editorial. É o caso da maioria dos jornais online. Seus conteúdos podem ser produzidos originalmente para a *Web* ou agregados de outros sites.

Dentro desse modelo, é preciso diferenciar jornais online (como Folha de S. Paulo) de portais (como o G1), que contam com canais de notícia, esporte, entretenimento, etc. Para Ferrari, um portal precisa reunir características específicas. “Os portais tentam atrair e manter a atenção do internauta ao apresentar, na página inicial, chamadas para conteúdos díspares, de várias áreas e de várias origens” (FERRARI, 2010, p.29-30). Para isso, usam prioritariamente conteúdos jornalísticos. Há, entretanto,

várias seções comuns aos portais: ferramentas de busca, comunidades, comércio eletrônico, e-mail gratuito, entretenimento e esportes, notícias, previsão do tempo, discos virtuais, *home pages* pessoais, jogos on-line, mapas, cotações financeiras, canais.

- 2) Sites agregadores: muitas vezes ligado a ferramentas de busca (como Yahoo e Google), agências ou iniciativas individuais em blogs, esse jornalismo funciona com *links* que levam a outros sites, não prezando necessariamente para originalidade. É o caso do agregador de notícias Google News, por exemplo, “onde o noticiário é integralmente produzido de forma automatizada, sem a participação de qualquer sujeito” (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p.11).
- 3) Metasites: são sites de notícia e crítica sobre a mídia, como o Observatório da Imprensa. Servem como vigilantes da imprensa, praticando um metajornalismo. Esse jornalismo sobre o jornalismo floresce na Internet e contribui para a profissionalização deste, ao proporcionar uma reflexão e uma autocrítica sobre a profissão. Ramonet (2003) aponta que, enquanto a imprensa se entende como quarto poder, é necessário um quinto poder, para questionar a concentração e a homogeneização do pensamento.
- 4) Sites de compartilhamento e discussão: Com base em Rushkoff<sup>18</sup> (2000), Deuze (2003) afirma que a Internet não passa de uma infraestrutura de comunicação. Por isso, esse tipo de jornalismo aproveita-se da facilidade que ela proporciona para se trocar ideias e histórias. São exemplos o Overmundo e Ohmynews!.

Em relação a este quadro, são os modelos de terceira geração – de acordo com a classificação de Mielniczuk (2003a) – e de quarta e quinta geração – segundo Schwingel (2008) e Barbosa (2013) – que interessam a este trabalho, uma vez que se caracterizam pela exploração ao máximo das potencialidades da *Web*. É esse período, o que vivemos hoje – mas que constantemente passa por mudanças, vide seu caráter dinâmico ressaltado por Barbosa (2013) –, que consegue reunir o maior número de características próprias do ciberjornalismo e da própria Internet. Com relação às categorias propostas por Deuze (2003), merece especial atenção os sites de notícias *mainstream*, particularmente, os jornais online, visto que é nesse cenário que se encaixa

---

<sup>18</sup> RUSHKOFF, Douglas. *Ten Reasons to Be Happy After the Dot.com Crash*. Rushkoff, 2000.

o objeto de estudo deste trabalho.

O jornalismo que se construiu historicamente segue sendo jornalismo (VIADA, 2014), independentemente da mudança da plataforma. Ou seja, os princípios de ética e objetividade e a noção de notícia e reportagem seguem os mesmos. Contudo, o contexto é outro, novos desafios se impõem à práxis jornalística e um caminho se abre para ela. O ciberjornalismo, ainda que fenômeno recente, evoluiu consideravelmente desde os anos 1990. Ele apresenta, hoje, potenciais a serem explorados e a ideia de jornalismo contextualizado, apresenta por Pavlik (2001) se mostra cada vez mais possível. Aprofundaremos a seguir o debate sobre estes potenciais e sua apreensão por parte do usuário.

### **3 O CIBERJORNALISMO E SUAS CARACTERÍSTICAS**

Neste capítulo, nos dedicamos a explicitar as principais características do ciberjornalismo, buscando conceituar os elementos que procuraremos identificar e analisar na reportagem que definimos como objeto de estudo. Tratamos também de sistematizar os elementos do *Webdesign* que configuram um produto digital, de modo a operacionalizar a avaliação dos diferentes elementos multimídia que compõem a reportagem “Rota 66” que faremos no capítulo a seguir.

A *multimedialidade*, a *hipertextualidade* e a *interatividade* podem ser entendidas como as características mais marcantes do ciberjornalismo, sendo apontadas por diversos autores como elementos básicos do jornalismo na *Web* (PALACIOS, 2002; CASTELLS, 2001; PARRA VALCARCE; ÁLVAREZ MARCOS, 2004; DEUZE, 2004; LARRONDO URETA, 2004; AMARAL, 2005; CANAVILHAS, 2007; SALAVERRÍA, 2014; ROST, 2014). A estas características, somam-se, nesta pesquisa,

os conceitos de Palácios (2002) de *memória*, *personalização* e *atualização contínua*, além de *ubiquidade* (PAVLIK, 2014).

Tendo sido identificadas diversas características ao longo do levantamento de referências, toma-se, aqui, como base, a obra “Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença” (CANAVILHAS *et al*, 2014), mais recente bibliografia, e que abrange várias perspectivas, aprofundando o debate dos elementos característicos do ciberjornalismo.

### 3.1 As sete características do ciberjornalismo

A **multimedialidade** “refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico” (PALACIOS, 2002, p.3) no âmbito do jornalismo online. Tal processo é impulsionado pela possibilidade de digitalização das informações para que elas convirjam para uma mesma plataforma. A multimedialidade está inserida na cultura da convergência, caracterizada pelo “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, [...] cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e [...] comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 29).

Para Castells (1999), é o multimídia que marca a convergência da diversidade: o audiovisual e o impresso, o entretenimento e a informação, a educação e a persuasão estão juntos. “Com isso, [...] constroem um novo ambiente simbólico. Fazem da virtualidade nossa realidade” (CASTELLS, 1999, p. 458).

A ideia de não-linearidade (LÉVY, 1999), essência da narrativa na Internet é importante para entendermos o multimídia na rede. “Sua matéria-prima são imagens, som, texto, animação e vídeo, que podem ser reunidos em qualquer combinação. É um meio que oferece ‘acesso aleatório’; não tem começo, meio ou fim físicos<sup>19</sup>” (COTTEN; OLIVER<sup>20</sup>, 1993, *apud* BOLTER; GRUSIN, 2000, p.31).

É importante salientar que a chamada velha mídia não é substituída pela nova, mas sim, há uma remediação: “o próprio ato da remediação [...] garante que o meio mais velho não pode ser inteiramente apagado; o novo meio continua dependente do mais antigo em formas reconhecidas ou não reconhecidas<sup>21</sup>” (BOLTER, GRUSIN,

<sup>19</sup> “Its raw ingredients are images, sound, text, animation and video, which can be brought together in any combination. It is a medium that offers ‘random access’; it has no physical beginning, middle or end”.

<sup>20</sup> COTTEN, Bob; OLIVER, Richard. *Understanding Hypermedia*. London: Phaidon Press, 1993.

<sup>21</sup> “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”.

2000, p.47).

Parra Valcarce e Álvarez Marcos (2004) fazem a contraposição entre “monomídia” (rádio, televisão e impressos) e multimídia, que eles também denominam “hipermídia”. “A escrita se mistura com som e imagem em movimento e é potencializada com o hipertexto. Os bits também multiplicaram as possibilidades comunicativas do rádio e da televisão<sup>22</sup>” (PARRA VALCARCE; ÁLVAREZ MARCOS, 2004 p. 14).

O termo hipermídia ainda aparece em Larrondo Ureta (2004) para definir a relação entre diferentes tipos de informações (visual, textual e sonora). Para ela, esse formato dá liberdade para o leitor fazer “múltiplas leituras” pelos *hyperlinks*.

Salaverría (2010) traz um ponto importante: a multimídia não é exclusividade do meio online, visto que a televisão, por exemplo, se baseia na união entre texto e audiovisual. A grande diferença se dá no fato de que a Internet tem a possibilidade de alcançar um nível de multimídia muito maior que outros meios.

É condição necessária para que se possa falar de uma nova linguagem a integração, e não somente a complementaridade dos conteúdos multimídia, destaca Canavilhas (2007). “O vídeo, som ou infografia seriam elementos internos da notícia e não um simples apêndice. Esta é, talvez, a inovação mais importante no modelo proposto para a Web<sup>23</sup>” (CANAVILHAS, 2007, p. 98). Salaverría (2014) destaca a necessidade de coordenação sem competição: “O texto, o som, as imagens e o vídeo, assim como outros elementos que possam surgir no futuro, devem estar devidamente coordenados para que o resultado seja harmonioso” (SALAVERRÍA, 2014, p.40).

Deuze (2004), todavia, salienta que o jornalismo online não é feito com o propósito de ser multimídia, sendo este apenas uma potencialidade do meio: “jornalismo online não é sinônimo de jornalismo multimídia<sup>24</sup>” (DEUZE, 2004, p.141).

A **hipertextualidade** é a base da *Web*: “toda página da *Web* é criada a partir de código HTML, que é transmitido para o navegador (browser) do usuário. O navegador interpreta então os comandos de formatação e exibe na tela um documento contendo texto formatado e gráficos” (LÉVY, 1999, p.254). HTML é, portanto, uma das principais linguagens da *Web* e significa exatamente Hipertext Markup Language

---

<sup>22</sup> “La escritura se mezcla con sonido e imagen en movimiento y se potencia con el hipertexto. Los bits también han multiplicado las posibilidades comunicativas de la radio y la televisión”.

<sup>23</sup> “El vídeo, sonido o infografía serían elementos internos de la noticia y no un simple apêndice. Esta es, quizás, la innovación más importante en el modelo propuesto para la Web”.

<sup>24</sup> “online journalism is not synonymous with multimedia journalism”.

(linguagem de marcação hipertextual). Assim,

a hipertextualidade é a própria estrutura do protocolo da world wide web, a natureza do ciberjornalismo. A hipertextualidade são as conexões, os links, as vinculações entre os conteúdos. É a teia que se constrói e é percorrida ao deslocar-se por informações. Esta característica permite trabalhar conteúdos em termos de contexto e profundidade, ou seja, desdobrando informações em outras estruturas informativas para aprofundar assuntos, enfoques, pontos de vista. (SCHWINGEL, 2008, p.76)

“A interconexão de textos através de links” (PALACIOS, 2002, p.3) leva o leitor a notícias relacionadas publicadas no mesmo portal ou em outros sites, a vídeos e áudios: novos conteúdos e formatos. O hipertexto é a base da leitura não-linear, característica revolucionária da Internet. “Graças à linguagem hipertextual, os jornais cibernéticos e a mídia na Internet adquirem uma terceira dimensão, a profundidade<sup>25</sup>” (PARRA VALCARCE; ÁLVAREZ MARCOS, 2004, p.105). Dois elementos básicos compõem o hipertexto (CANAVILHAS, 2014, p.6): os blocos informativos (nós ou lexias) e as hiperligações (*links* ou conexões). São as relações entre eles que compõem um hipertexto.

Segundo Lévy (1993), o hipertexto possui seis características, denominadas princípios abstratos: 1) *Princípio de metamorfose*, que pressupõe que a rede hipertextual está constantemente sendo construída e renegociada, sem estabilidade; 2) *Princípio da heterogeneidade*, referente ao caráter multimídia do hipertexto, composto de áudio, imagem, texto, etc; 3) *Princípio de multiplicidade e de encaixe das escalas*, visto que cada nó tem em si uma rede de nós; 4) *Princípio de exterioridade*, pois a rede não tem unidade ou motor interno, dependendo de movimentos exteriores, como a adição de novas conexões; 5) *Princípio de topologia*, uma vez que a rede não *está* no espaço, mas *é* o próprio espaço, e “funciona por proximidade e vizinhança”; 6) *Princípio de mobilidade dos centros*, pois a rede possui vários centros “perpetuamente móveis”, com pequenas raízes ao seu redor.

Mielniczuk (2003) apresenta três conceitos importantes para a aplicação do hipertexto no ciberjornalismo: texto disperso, coautoria e não-linearidade. “O texto composto por lexias e interconectado através dos links faz com que o sentido da unicidade textual seja destituído” (MIELNICZUK, 2003, p, 103). Sendo assim, tal qual Lévy (1993) escreveu, o centro é móvel, os *links* se estabelecem pela proximidade e o *texto é disperso*. A possibilidade de diversos autores construírem um mesmo texto reflete as características de metamorfose e heterogeneidade apontadas por Lévy (1993)

---

<sup>25</sup> “Gracias al lenguaje hipertextual los diarios cibernéticos y los medios en Internet adquieren una tercera dimensión, la profundidad”.

e apontam para o processo de *coautoria*. Além disso, o texto só se constrói a partir da cooperação entre autor e leitor, que fará as escolhas por meio dos *links*. A *não-linearidade*, por sua vez, é reflexo da descentralidade, da intertextualidade e da intratextualidade, próprias de uma malha hipertextual.

Estes três conceitos de Mielniczuk (2003) são definidores na relação entre o usuário e a plataforma. O hipertexto passa a dar ao leitor o papel de “produtor de significação” (AMARAL, 2005, p. 137). Para García García<sup>26</sup> (1999 *apud* LARRONDO URETA, 2004, n.p.), “o discurso hipernarrativo digital é o resultado de dois tipos de discurso: o discurso do autor e o discurso do leitor enquanto leitor-autor<sup>27</sup>”, fazendo seu próprio percurso pelo texto.

As informações tornam-se quase infinitas, numa teia que “mimetiza o processo da memória humana, baseada na associação de elementos com características comuns. Os elementos de que falamos são blocos de informação (texto, fotos, sons ou infografias) e a associação entre eles faz-se com links” (CANAVILHAS, 2008, p.3). Desta forma, a construção da notícia pressupõe diversos níveis de leitura, que podem ser aprofundados de acordo com a curiosidade e o tempo do leitor. “Podemos dizer, efetivamente, que temos um hipertexto; mas não O hipertexto, e, sim, MEU hipertexto, seu hipertexto e o hipertexto específico de cada pessoa<sup>28</sup>” (CASTELLS, 2001, p.230), ou seja, o hipertexto se molda de acordo com a expressão cultural de cada um e com os significados que cada leitor constrói.

Ainda que a narrativa não-linear seja característica marcante da Internet, Lévy (1999, p. 62) ressalta que “os hiperdocumentos codificados digitalmente não foram os criadores da estrutura em rede”, uma vez que dicionários, enciclopédias e bibliotecas já utilizavam-se de estruturas remissivas e índices numa “estrutura reticulada”. É por isso que Primo e Recuero (2006, p. 84) afirmam que a hipertextualidade chegou à sua terceira geração com a *Web 2.0*. Nela, “a abertura dos hipertextos à participação é levada ao limite. A melhor ilustração disso continua sendo a enciclopédia colaborativa Wikipédia, na qual cada verbete e seus links podem ser criados por todo internauta, mesmo que de forma anônima”.

---

<sup>26</sup> GARCÍA GARCÍA, Francisco. Estructuras narrativas y nuevas tecnologías de la información. In: LÓPEZ, Xoxé; SOENGAS, Xoxé (eds). *A comunicación audiovisual na era dixital*. Santiago de Compostela: Imprenta Universitaria, 1999.

<sup>27</sup> “el discurso hipernarrativo digital es el resultado de dos tipos de discurso: el discurso del autor y el discurso del lector en cuanto que es lector-autor”.

<sup>28</sup> “Podemos decir en efecto que tenemos un hipertexto; pero no EL hipertexto sino MI hipertexto, su hipertexto y el hipertexto específico de cada persona”.



A **interatividade** é outra característica fundamental. Castells (2001, p. 222) afirma que “a Internet é o resultado da apropriação social da tecnologia por seus usuários/produtores<sup>29</sup>”. Foi desta forma que a Internet surgiu e se desenvolveu, e sua essência é essa apropriação. Sendo assim, não poderia ser maior a importância de se tornar o usuário um produtor de informação.

“A máxima ‘nós escrevemos, vocês leem’ pertence ao passado” (CANAVILHAS, 2001, p.2). Para Canavilhas, a possibilidade de interação direta “é um forte trunfo” a ser explorado pelo ciberjornalismo. Definir “interatividade” é complexo, tanto pelas muitas possibilidades de interatividade existentes, quanto pelo fato de o conceito se confundir, na Internet, com o de “hipertextualidade”.

Rost (2006, p. 195) entende interatividade como “a capacidade gradual e variável que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos usuários/leitores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa)<sup>30</sup>”. Borràs Castanyer (2004, p.285) a entende em dois níveis: primeiramente define “como a oferta de exploração, guiada pelo princípio do prazer, dos conteúdos projetados e transmitidos em um formato hipertextual por um emissor<sup>31</sup>” e, em um segundo nível, incorpora ao conceito “a capacidade do usuário [...] para controlar o material hipermedia, objeto de reflexão a partir de suas próprias regras internas, ou seja, a fragmentação e a não-linearidade, em um meio de comunicação assíncrono<sup>32</sup>”.

Para Amaral (2005), a interatividade é a principal característica do meio digital. “A definição exacta de interactividade é ‘tipo de relação com uma máquina que implica uma reciprocidade das trocas’” (AMARAL, 2005, p. 138). A base de sua aplicação no fazer jornalístico é a escrita não-linear e não-sequencial, o hipertexto.

Com o potencial de construir o discurso, o leitor pode responder ao autor e efetuar mudanças no texto sem sua prévia autorização. Ainda assim, é preciso ressaltar que “a navegação está previamente programada” (AMARAL, 2005, p.137) e a forma de leitura do discurso está estruturalmente prevista (LARRONDO URETA, 2004), sendo a interatividade, em certo ponto, limitada pelas possibilidades de encadeamento dos *links*.

<sup>29</sup> “Internet es el resultado de la apropiación social de su tecnología por parte de sus usuarios/productores”.

<sup>30</sup> “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)”

<sup>31</sup> “como la oferta de exploración, guiada por el principio de placer, de los contenidos diseñados y transmitidos en un formato hipertextual por un emisor”.

<sup>32</sup> “la capacidad del usuario [...] para controlar el material hipermedia objeto de reflexión desde sus propias reglas internas, a saber, la fragmentación y la no-linealidad, en un medio de comunicación asincrónico”.

O leitor escolhe em que *links* clicar, mas estes “foram pré-determinados por um programador, que decide ele mesmo quais caminhos alternativos seriam propostos na página” (PRIMO; RECUERO, 2006, p.84). “No entanto, ao leitor é dada a sensação de produção dos textos” (AMARAL, 2005, p.137).

A interatividade para Rausell (2005, p.152) está no próprio ato da leitura, uma vez que o discurso se define pelos caminhos escolhidos pelo leitor: “a) que pode escolher o momento da leitura; b) que pode alterar a ordem de leitura do discurso; c) que pode escolher entre distintos discursos ou distintas partes do discurso, e d), que pode escolher o ritmo da leitura [...]”<sup>33</sup>.

Com base em Durand, Laubin e Lulu-Merviel<sup>34</sup> (1997), Díaz Noci (2006) aponta a existência de cinco níveis: 0) *Difusão*, em que o leitor segue o itinerário linear; 1) *Leitura sequencial*; 2) *Consulta*, por meio de formulários, do que está na base de dados; 3) *Navegação*, por meio do hipertexto, para diversos itinerários; 4) *Exploração*, pelos hipertextos em rede; 5) *Entorno virtual*, em que há uma imersão e constante mutação a cada movimento do usuário, como nos videogames. Para Schwingel (2008, p.75), a interatividade do usuário com os conteúdos restrita à navegação, em que apenas escolhe-se os caminhos a serem percorridos, constitui o nível mais baixo de interatividade.

Canavilhas (2007) lembra que Jensen<sup>35</sup> (1998) entende a interatividade como o potencial que o meio tem de deixar o usuário influenciar no conteúdo e na forma. Sendo assim, subdivide a interatividade em quatro níveis:

1. Interatividade de transmissão: relacionada com processos de comunicação unidirecionais, em que o usuário não pode demandar, apenas receber. São exemplos, a televisão e o rádio;
2. Interatividade de consulta: relacionada com a possibilidade de o usuário requerer, a partir do que já está pré-produzido, informações. Estabelece-se um canal de duas mãos. É exemplo o vídeo sob demanda, os canais de televisão ou mesmo um site, acessado após digitarmos seu endereço;
3. Interatividade de conversação: o usuário produz sua própria informação e a

<sup>33</sup> “a) que puede elegir el momento de lectura; b) que pueda variar el orden de lectura del discurso; c) que pueda elegir entre distintos discursos o distintas porciones de discurso, y d) que pueda elegir el ritmo de lectura [...]”.

<sup>34</sup> DURAND, Alain; LAUBIN, Jean-Marc; LELU-MERVIEL, Sylvie. vers une classification des procédés d’interactivité par niveaux corrélés aux données. In: BALPE, Jean-Pierre (ed.), *Hypertextes et Hypermédiats: réalisations, outils et methods*, vol. 1, n° 2-3-4. Paris: Hermès, 1997, p. 367-382.

<sup>35</sup> JENSEN, J. Interactivity: tracking a new Concept in media and communication studies. In: *Nordicom Review*, 19, 185-204, 1998.

disponibiliza num canal de duas vias. É o caso de *mailing-lists* e vídeoconferências;

4. Interatividade de registro: quando a informação é produzida pelo usuário, registrada, adaptada e respondida pelo meio. Ocorre em sites com formulários para que os usuários personalizem sua informação.

Como visto nesta classificação, a interatividade não é exclusividade da Internet, ainda que característica definidora deste meio. Primo (2009) lembra que a ligação telefônica de um leitor para a redação sugerindo pauta ou a conversa de um ouvinte com o locutor de rádio são formas de interação. “O que precisamos é diferenciar os tipos de interação, seus contextos, intensidades e efeitos para respeitar a complexidade do fenômeno interacional e dar sentido às diferentes situações de comunicação” (PRIMO, 2009, p. 21). O autor divide, então, os processos interativos mediados por computador, em dois grupos: interação reativa – caracterizada por trocas automatizadas de ação e reação, como o uso de um software ou a troca entre bancos de dados – e interação mútua – em que as trocas não estão previstas e as reações não são pré-determinadas, como o bate-papo em um chat, via Whatsapp ou Skype.

Ligada à interatividade, está a **personalização** ou customização do conteúdo. Isto é, quando o conteúdo jornalístico se adapta às preferências do usuário, identificadas de maneira interativa (preenchimento de formulários ou pré-seleção de assuntos, por filtro ou hierarquização) ou não – via cookies<sup>36</sup> que se instalam nos navegadores, lendo as preferências de cada um (CANAVILHAS, 2007, p.52). “Customizar relaciona-se à escolha prévia, à opção de leitura e acesso, portanto, através desta característica, o usuário pode alterar os critérios editoriais do produto” (SCHWINGEL, 2008, p. 76).

Bardoel e Deuze (2001) destacam que o conteúdo customizado pode ser de três tipos: *pull content*, *push content* ou *custom content*. Sem tradução precisa para o português, o *pull content* é o conteúdo procurado pelo usuário, como quando este acessa um site. Já o *push content* é aquele que chega ao usuário sem que ele precise fazer esforço, vindo pelo *feed* de notícias do Facebook ou por e-mail cadastrado em uma lista de envios, por exemplo. O *custom content*, por sua vez, é um híbrido entre os dois anteriores, já que é encontrado em sites que permitem a criação de uma página inicial

---

<sup>36</sup> “Um arquivo que é remetido, automaticamente, pelo servidor de rede ao disco rígido do usuário quando este entra em certos *sites* da WWW (*World Wide Web*) alojados no servidor. Este arquivo, chamado de *cookie*, é usado pelos servidores para manter rastro dos padrões e preferências dos usuários. Deste modo, em uma visita posterior ao mesmo *site*, os servidores reconhecem o *cookie* e tornam-se aptos a usar a informação nele armazenada para personalizar o que será enviado ao usuário” (SAWAYA, 1999, p.101).

customizada de acordo com os tópicos preferidos.

Para entregar ao usuário a informação requerida, da maneira requerida e na hora requerida, os sites seguem os seguintes passos: “1) Coleta de dados; 2) Fase de pré-produção: modelagem categorização dos dados; 3) Análise dos dados; 4) Determinação das ações que podem ser executadas<sup>37</sup>” (DÍAZ NOCI, 2006, p.14).

Díaz Noci (2006) apresenta o estudo de Germanakos<sup>38</sup> e outros professores gregos e cipriotas (2005) sobre a personalização. Eles identificam sete paradigmas de customização:

1. Filtro baseado no conteúdo: constituído a partir das preferências indicadas pelo usuário ou identificadas a partir de sua navegação. Como consequência negativa do filtro está a limitação dos conteúdos e a superespecialização. Há a criação de uma “bolha”, visto que os conteúdos recomendados se baseiam naquilo que pessoas com perfis semelhantes têm interesse;
2. Filtro baseado em regras: estabelecido a partir de respostas do usuário em uma árvore de decisões, que levam à identificação dos interesses;
3. Filtro colaborativo: os usuários podem deixar públicas suas preferências;
4. Mineração do uso da *Web*: baseia-se nas estatísticas de uso a partir de logs<sup>39</sup>;
5. Filtros demográficos: baseado na idade, sexo e procedência geográfica;
6. Tecnologias agentes: programas que o usuário instala e que rastreiam informações enquadradas em parâmetros;
7. Modelos em cacho (*cluster models*): usado principalmente no comércio eletrônico, utiliza-se de algoritmos para dividir em segmentos a base de dados a que pertence o usuário.

São esses filtros que determinarão a personalização do conteúdo, fundamental para que se adquira relevância e refinanciamento, segundo Lorenz (2014). Personalizar é fugir da uniformização, é buscar atender a necessidades e preferências do usuário.

A **memória**, característica apontada primeiramente por Palacios (2002), não é elemento exclusivo do ciberjornalismo, visto que já havia em outras mídias, mas “ao ser

---

<sup>37</sup> “1) Recogida de datos; 2) Fase de pre-producción: modelado y categorización de los datos; 3) Análisis de los datos; 4) Determinación de las acciones que se podrán llevar a cabo”.

<sup>38</sup> GERMANAKOS, Panagiotis; MOURLAS, Constantinos; PANAYIOTOU, Christoforos; SAMARAS, George. Personalization systems and processes review on a predetermined user interface categorization. In: Masip, Pere; Josep Rom (eds.). La utopia digital en els mitjans de comunicació: dels discursos als fets. Un balanç. Barcelona: Universitat Ramon Llull, 2005, p. 431–444.

<sup>39</sup> “Um arquivo contendo todos os dados pertinentes a uma rodada na máquina (corrida de um programa na máquina). O log possui a identificação da rodada, arquivo de alterações por meio de classes, identificação de discos de entrada e de saída, identificação das paradas e decisões tomadas na ocorrência das mesmas” (SAWAYA, 1999, p. 270)

adaptada ao ambiente virtual, ganha novas nuances, gerando novos efeitos nos receptores da informação” (REGES, 2011, p. 49). É na *Web* que a memória se torna mais viável técnica e economicamente para ser aplicada.

Com relação à memória, há na *Web* “continuidade” e “ruptura” com os meios anteriores (PALACIOS, 2002, p.7). Os jornais impressos sempre mantiveram seus arquivos físicos das edições anteriores, o rádio e a televisão têm também seus arquivos em áudio e imagem. A pesquisa nesses arquivos e a reprodução de material de arquivo são recorrentes no jornalismo dos meios tradicionais. Nesse sentido, há “continuidade”.

Entretanto, a “ruptura” com os suportes anteriores se dá no momento em que a memória está conectada com a interatividade, a hipertextualidade, a multimídia, a personalização e a instantaneidade. Além disso, não há, no novo meio, limites para o armazenamento de informação, o que potencializa o poder da memória (PALACIOS, 2002). “A quantidade de informação prévia disponível para consulta e navegação é incomparavelmente maior, possibilitando vinculações e associações a bancos de dados, com o uso de metadados e afins” (SCHWINGEL, 2008, p.77). A ruptura é com as barreiras de espaço e tempo, como aponta Canavilhas (2004, p.6). Desde que haja condições técnicas e políticas, o mundo inteiro pode ter acesso à informação arquivada na *Web*. Já as bases de dados aliadas a informações bem indexadas permitem que a pesquisa seja rápida e precisa.

As possibilidades da memória agora são oferecidas não só para o jornalista, mas também para o usuário, que pode acessar o arquivo a qualquer momento, por meio de motores de busca baseados em palavras-chaves e datas (PALACIOS, 2002). Com a chegada dos bancos de dados, “a memória se tornou, em larga medida, uma questão de algoritmos e buscas automatizadas” (PALACIOS, 2014, p.93).

Lembrando Canavilhas (2004), Palacios (2014) destaca que a interatividade e a atual facilidade de produção de conteúdos possibilitam ainda que o usuário não seja apenas alguém que acessa um arquivo, mas também um potencial produtor de memória e testemunhos, multiplicando, assim, os espaços para a memória. O jornalismo é plurivocal, com “certo teor conversacional”, e os testemunhos de quem antes era mero usuário incorporam-se ao conteúdo. O usuário cada vez mais está empoderado para construir contextos (PALACIOS, 2014, p.95).

Da parte do jornalista, a contextualização de uma notícia também é facilitada: os hipertextos com as expressões *Leia mais*, *Saiba mais* e *Relacionadas* tornaram-se habituais (PALACIOS, 2014, p. 97). Tal artifício, afirma Canavilhas (2007, p. 53), é

também usado pelos jornais como maneira de atrair mais ingressos ao site.

A Internet traz a necessidade da **atualização contínua** e o mundo exige a **instantaneidade**. O ciberjornalismo deixou para trás as barreiras do tempo impostas pelo encerramento diário de um jornal ou pela notícia de hora em hora no rádio. “A atualidade, característica básica dos meios audiovisuais clássicos, se vê superada na Internet pela instantaneidade ou simultaneidade<sup>40</sup>” (PARRA VALCARCE; ÁLVARES MARCOS, 2004, p.105). Mais que isso: a atualidade agora é acumulativa e não substitutiva, sucessiva e sequencial.

A Internet trouxe ainda o abandono da ideia do jornalista como o responsável por dar a notícia em primeira mão. O repórter não sabe mais se o leitor já tomou ou não conhecimento da informação a ser passada, visto que essa se difunde de maneira muito rápida pela rede (BRADSHAW, 2014). “Quando algo que vale a pena ser noticiado acontece, o usuário pode procurar por mais informação; não mais dependemos dos ‘meios de comunicação’” (BRADSHAW, 2014, p.118).

O *breaking news*, ou as “últimas notícias”, se tornaram o grande diferencial do ciberjornalismo, permitindo o acompanhamento minuto a minuto dos desdobramentos dos fatos. A facilidade de produção e de disponibilização, próprias da Internet, possibilita a constante atualização de maneira ágil (PALACIOS, 2002), sem periodicidade definida (CANAVILHAS, 2007). Um fluxo contínuo redefine os conceitos de deadline e “edição do dia”, por exemplo. Quiroga (2014) aponta o surgimento do que denomina “notícia *in crescendo*”, ou seja, os leitores vão acessando versões da notícia que se atualiza a todo o momento.

O *blogging* ao vivo também merece destaque nesse sentido, visto que possibilita ao jornalismo se aproximar ainda mais da simultaneidade: “O *blogging* ao vivo pode, justificadamente, ser considerado uma forma nativa do ciberjornalismo, algo qualitativamente diferente da reportagem ao vivo da mídia televisiva ou de radiodifusão, ou os painéis de notícias 24 horas” (BRADSHAW, 2014, p.122).

Contraponto importante à necessidade de instantaneidade imposta às notícias é feito por Pavlik (2014, p. 166), que ressalta que, ao mesmo tempo em que é valoroso divulgar as notícias assim que elas aconteçam, isso acarreta um maior risco de erro nas reportagens. Laufer<sup>41</sup> (2013 *apud* PAVLIK, 2014), criador do movimento pelo *slow*

<sup>40</sup> “La actualidad, característica básica de los medios audiovisuales clásicos, se ve superada en Internet por la instantaneidad o simultaneidad”.

<sup>41</sup> LAUFER, Peter. *Join the 'slow news' movement: It's OK to read yesterday's news tomorrow*. Oregon Live, Portland, 14 jun. 2013.

*news*, defende que “quando a notícia é elemento importante no nosso currículo social, [...] nós deveríamos evitar fragmentos e esperar por informações detalhadas e análises profundas nas quais fatos cruciais são verificados”.

A sétima característica é a **ubiquidade**, que “significa ser encontrado em todo lugar” (PAVLIK, 2014, p. 160). Ou seja, quando falamos de mídia ubíqua, nos referimos à possibilidade de qualquer cidadão ter acesso em qualquer lugar à informação em tempo real, podendo, inclusive, interagir com ela. A ubiquidade é um fenômeno que chegou com força ao jornalismo recentemente, graças principalmente à explosão dos *smartphones*.

Pavlik (2014) aponta o surgimento de consequências importantes para o jornalismo causadas por esse fenômeno. A emergência do jornalismo cidadão, impulsionado pelos dispositivos móveis e pelas redes sociais, é uma delas.

Cidadãos equipados com smartphones se tornarão, no século XXI, repórteres continuamente engajados, capturando com seus telemóveis fotografias e vídeos de notícias que acabam de acontecer. Eles usam mídias sociais como YouTube, Facebook e Twitter para compartilhar amplamente suas notícias (PAVLIK, 2014, p.165).

Surge para o jornalista uma nova função, o *gatewatcher*, espécie de autenticador e curador dos jornalistas cidadãos, responsável por examinar a veracidade dos fatos (PAVLIK, 2014, p.168).

Outra das consequências da ubiquidade é a narrativa geolocalizada e imersiva (PAVLIK, 2014, p.173). Por meio do GPS<sup>42</sup>, identifica-se a localização do produtor do conteúdo, o que permite ferramentas narrativas como a criação de mapas e a recriação de ambientes em uma espécie de retalho de imagens, captadas de diversos ângulos.

A terceira consequência é o jornalismo baseado em dados (PAVLIK, 2014, p. 176). O crescimento do número de informações está ligado com a conectividade ubíqua, que possibilita a organizações como a National Security Agency (NSA, Agência de Segurança Nacional dos EUA) e o Google, captar um grande volume de dados através dos usuários. Esse conjunto de dados – e outros – é cada vez mais frequentemente usado pelos jornalistas. “As BDs [bases de dados] são definidoras da estrutura e da organização das informações, bem como da sua apresentação” (BARBOSA, 2013, p.1), sendo cada vez mais comuns narrativas multimídia e relatos imersivos.

A quarta consequência apresentada por Pavlik (2014, p.177) foge um pouco do campo do jornalismo, mas se apresenta como uma das grandes questões da sociedade

---

<sup>42</sup> *Global Positioning System*, ou Sistema de Posicionamento Global: “Modo de localizar um ponto específico do mapa de uma região num software GIS” (SAWAYA, 1999, p. 203).

atual: o declínio da privacidade e a ascensão da vigilância estatal e das próprias empresas.

Na era digital, o valor do jornalismo na sociedade está se expandindo. Os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas. Eles contribuem para o fluxo informacional. Assim, o valor do jornalismo deve ser alargado para abarcar a crescente natureza participativa das notícias em um mundo conectado (PAVLIK, 2014, p.181).

Vemos, assim, que “o jornalismo online pode ser funcionalmente diferenciado de outros tipos de jornalismo, utilizando o seu componente tecnológico como fator determinante em termos de uma definição (operacional)<sup>43</sup>” (DEUZE, 2003, p. 206).

Ou seja, o ciberjornalismo precisa saber utilizar aquilo que é próprio – ainda que não exclusivo – de seu meio para se propor como uma nova mídia jornalística. Fala-se aqui, entretanto, de um ideal, utilizado pelos profissionais e acadêmicos para definir o ciberjornalismo como um quarto tipo de jornalismo (depois do impresso, do rádio e da TV) como ressalta Deuze (2003). Não é necessário, porém, muitos minutos na Internet para perceber que não são todos os sites jornalísticos que fazem uso das ferramentas que a Internet possibilita como diferencial.

Aqui, interessa a capacidade de exploração das potencialidades da *Web* por parte dos meios jornalísticos. Por isso, é preciso entender como elementos característicos da Internet se aplicam no ciberjornalismo.

Tomando-se como base o estudo de Palacios *et al* (2011), serão apresentadas as possibilidades de identificação de *multimedialidade*, *hipertextualidade*, *interatividade* e *memória* nos cibermeios. Exclusivamente pelo motivo de *personalização*, *instantaneidade* e *ubiquidade* não serem elementos necessários para a posterior análise do objeto, esta pesquisa não se aprofundará nas possibilidades de aplicação destes três.

### 3.2 Características do ciberjornalismo: modalidades de apreensão

Masip, Micó e Teixeira (2011) indicam a existência de sete modalidades de recursos **multimídia**: fotografia (individual ou galeria); vídeo (individual ou galeria); áudio; infografia; gráficos e mapas estáticos; *mashup*<sup>44</sup>; e *newsgame*<sup>45</sup>. Os dois últimos não são aprofundados pelos autores, tampouco caberá discorrer sobre eles aqui, visto

<sup>43</sup> “Online journalism can be functionally differentiated from other kinds of journalism by using its technological component as a determining factor in terms of a (operational) definition”.

<sup>44</sup> *Mashup* é um termo emprestado da música, designando a mixagem de vozes e instrumentos de diversas fontes. “Como aplicativos na *Web*, *mashup* corresponde à mistura de dados provenientes de mais de uma fonte” (ZAGO, 2008, n.p.). Sejam eles colaborativos ou não, constituem uma costura de vídeos, fotos, mapas, notícias, *tweets*, etc.

<sup>45</sup> *Newsgame* poderia ser traduzido como “jogo jornalístico”. Trata-se de um recurso “hipermidiático genuinamente digital, atrelado, primariamente, às experiências interativas de leitores com notícias e informações jornalísticas, fazendo com que o leitor/jogador se sinta dentro da notícia” (MEDEIROS, 2014, p.225). Por meio de um jogo, tenta-se persuadir o usuário a acessar a informação jornalística.



que não serão de utilidade para a análise do objeto. Para a avaliação dos demais elementos, será tomado como base o trabalho dos três autores.

A fotografia pode ser usada como complemento, enriquecendo o texto, como ilustração, quando esta não é atual, é genérica e não traz mais informações sobre a notícia, ou ainda de forma independente, sem vínculos informativos, como em portais que apresentam “a foto do dia”. Quanto à localização, ela, assim como o vídeo, o áudio e a infografia, pode estar integrada na zona de notícias; integrada na zona de notícias, mas segregada; ou segregada em zona específica. (Fig. 1)



Figura 1: G1. Fotografia de ilustração integrada na zona de notícias e galeria de vídeos segregada em zona específica.  
Fonte: Próprio autor. (15 abr. 2015)

É interessante destacar também as tipologias de galerias propostas pelos autores, que podem ser monotemáticas ou não – levando a assuntos diferentes através de *links*. As galerias ainda se diferem pela forma de apresentação, se com avanço automático, manual ou ambos, devendo-se analisar também o tempo de exibição de cada foto e a quantidade de fotos.

Os autores identificam três graus de elaboração dos vídeos: com declaração de pessoas, com voz em *off* ou com *stand up* do jornalista informando. Os vídeos podem ainda estar inseridos dentro de arquivos de vídeos, caso da TVFolha, por exemplo.

A forma de identificação dos recursos multimídia também deve ser avaliada. Esta pode ser feita de três maneiras: fotograma com botão de *play* (para vídeos, áudios e infográficos), ícone ou rótulo indicando o recurso. (Figs. 2 a 4)



Figura 2: Folha de S.Paulo. Fotograma com play indicando vídeos.

Fonte: Captura em 15 abr. 2015



VÍDEO  
Homem ameaça rodoviários, fere uma pessoa e é agredido

Figura 3: Zero Hora. Rótulo indicando vídeo.

Fonte: Captura em 15 abr. 2015

Inspirada pelos rituais de Ano Novo

Isabela Capeto retorna às passarelas após quatro anos afastada 📹

Análise da SPFW

Tons de marrom e variações de renda são destaques do 2º dia 📺

Figura 4: UOL. Ícones indicando foto e vídeo.

Fonte: Captura em 15 abr. 2015

### Masip, Micó e Teixeira entendem infografia como

uma modalidade discursiva, ou subgênero do jornalismo informativo, na qual a presença indissociável de imagem e texto em uma construção narrativa permite a compreensão de um fenômeno específico como um acontecimento jornalístico ou o funcionamento de algo complexo ou difícil de ser descrito em uma narrativa textual convencional (MASIP; MICÓ; TEIXEIRA, 2011, p.96).

É um diferencial da Internet a possibilidade de acrescentar vídeos e áudios à infografia, comumente composta por fotos, gráficos, mapas ou ilustrações. Há ainda a possibilidade de customização de infográficos. Independente dos recursos utilizados, “a infografia de qualidade deve ser construída de modo que permita sua autonomia enunciativa, quer dizer, o público deve entender o que sua narrativa contém sem ter que recorrer obrigatoriamente a outros” (MASIP; MICÓ; TEIXEIRA, 2011, p.96). Os autores não consideram tabelas e mapas isolados como infografia.

São distinguidos dois tipos de infografia: enciclopédica e jornalística. A primeira tenta explicar assuntos genéricos, como por exemplo o sistema digestivo; a outra traz um gancho jornalístico, como as eleições. Além disso, elas podem ser classificadas em quatro gerações. A primeira, transpositiva, é produzida tal qual aquela para o meio impresso, sem o uso dos recursos da *Web*. A segunda é a metafórica, que se diferencia por usar animações para proporcionar uma sequência de leitura interativa. A terceira é multimídia, mais adaptada ao ciberjornalismo. Já na quarta, há o uso de base de dados.

Vídeos, áudios, fotos, galerias e infografias devem ainda ser analisados quanto a suas utilidades. Os autores afirmam que o recurso pode ser uma *justaposição* com o

texto (conteúdo redundante ou igual) ou um *complemento* (enriquece o texto), e estar *integrado* em discurso multimídia através de *links* ou ser *independente*.

O jornalismo construído na e para a Internet apresenta como peculiaridade a associação a outros textos publicados pelo veículo e para além dele próprio através de *links*. Barbosa e Mielniczuk (2011) propõem uma ferramenta de análise de qualidade da **hipertextualidade**. Estabelecem como critério a quantidade e o posicionamento de *links* narrativos – se no corpo do texto (embedado), ou fora do texto (ao fim, ao lado, no meio). É preciso ainda averiguar se estes *links* abrem na mesma janela ou em outra. A ligação estabelecida por um *link* também deve ser analisada de acordo com a fonte produtora da informação: se o texto é do próprio cibermeio em análise; se o texto é do cibermeio e de outros meios do mesmo grupo que ele; se o texto é do cibermeio e de outras empresas jornalísticas; se o texto é somente de agência de notícias; se o texto é do cibermeio e de agência de notícias; ou se o texto é de outra fonte. Entre outras possibilidades, os *links* podem remeter a textos relacionados produzidos pelo cibermeio, a sites pessoais ou institucionais de fontes da matéria, a documentos, a materiais multimídia ou ainda a outras matérias da editoria, ainda que não relacionadas. Eles podem ainda ser publicitários, de serviço ou promocionais.

*Links* como “Leia Mais”, “Saiba Mais”, “Veja Também”, “Notícias Relacionadas” também devem ser classificados quanto à denominação, localização e tipo de conteúdo a que remetem. Matérias que levam a conteúdos multimídia devem ser analisadas de acordo com o tipo de recurso. Caso os *links* remetam a opções de interatividade, o tipo de interação deve ser classificado (chat, enquete, envio de materiais, aumento de letra, etc.).

No que diz respeito à **interatividade**, vimos que esta pode ser classificada em diversos níveis (JENSEN, 1998; SCHWINGEL, 2008) e, entre outras definições, pode ser entendida como seletiva ou comunicativa (ROST, 2006). Meso, Natansohn, Palomo e Quadros (2011) analisam dezessete possibilidades de interatividade no ciberjornalismo. Estas estão mais relacionadas com a interatividade comunicativa, visto que a seletiva se refere mais a ordem e ritmo da leitura (RAUSELL, 2005), estando num nível baixo de interatividade para Schwingel (2008). As possibilidades a serem analisadas, segundo os autores, são:

- a) Participação do público: existe um espaço para o jornalismo participativo, em que o cidadão pode enviar conteúdo, assinando como autor?
- b) Enquetes: há espaço para enquetes? Elas servem para detectar a opinião do público leitor sobre determinados assuntos, mas não têm validade científica.

- c) Concurso/Promoções: é o caso de sorteios de ingressos para eventos ou concursos para conhecer a redação, por exemplo.
- d) Fóruns: comunidades para debates sobre determinados assuntos, mais comuns na segunda geração do ciberjornalismo (PAVLIK, 2001).
- e) Notícias do meio: é possível interagir comentando a notícia, por exemplo?
- f) Notícias: é possível avaliar as notícias, compartilhá-las, incluí-las em agregadores de conteúdos ou imprimi-las?
- g) Chats: há conversa entre jornalista e público?
- h) Videochats: entrevistas online e ao vivo com espaço para envio de perguntas.
- i) Blogs: inseridos no domínio dos portais jornalísticos, eles se tornaram ferramentas de divulgação de conteúdo cidadão.
- j) Consultórios: “são os espaços interativos dos jornais, onde, mediante formulário específico, é possível consultar especialistas, como médicos, advogados e psicólogos” (MESO *et al* 2011, p.61).
- k) Fotografias: há a possibilidade de envio de fotografias por parte dos leitores? As temáticas podem ir de denúncias a curiosidades e momentos pessoais.
- l) Vídeos: da mesma forma que se envia fotos, pode-se enviar vídeos.
- m) Comunidades: trata-se de redes sociais inseridas dentro de portais noticiosos.
- n) E-mail: é preciso avaliar dois pontos – a possibilidade de se entrar em contato por e-mail com o jornalista e a de se criar uma conta de e-mail.
- o) Feed: feeds possibilitam ao usuário acompanhar as últimas notícias sem acessar o site. É o caso do RSS (Really Simple Syndication).
- p) Usabilidade: é a relação entre a interface e o usuário. “A usabilidade avaliada neste instrumento refere-se à possibilidade de selecionar temas de interesse, personalizando a página do leitor, e à modificação dos recursos de visualização da página” (MESO *et al*, 2011, p.66). Deve-se verificar também a possibilidade de escolha de tamanho de letra, layout, etc., e de hierarquizar a notícia.
- q) Acessibilidade: a interação ocorre com todos os usuários, incluindo os portadores de necessidades visuais e auditivas (em matérias multimídia)?

Alguns destes elementos não se aplicam ao nosso objeto de estudo, mas os explicitamos para apresentar a totalidade das categorias apresentadas pelos autores.

Quanto à aplicação da **memória** no ciberjornalismo, esta é avaliada por Palacios e Ribas (2011) em dois aspectos. Aspectos estáticos da memória são aqueles que

possibilitam a recuperação de informações produzidas, e aspectos dinâmicos referem-se à recuperação histórica, à ampliação e à contextualização, efetivamente incorporadas ao jornalismo.

Entre os primeiros aspectos está o *sistema de busca*, que deve ser avaliado de acordo com sua complexidade e com o tipo de material que pode ser recuperado, além da existência ou não de facilitadores, como campos diretos para o Google, e de nuvens de *tags*, que dividem o material por assunto. Outro aspecto estático é a *história*, em que é preciso determinar se estão disponíveis coleções históricas datadas e como é possível recuperar isso. Estar *articulado com a edição impressa*, sendo permitida a busca daquilo que foi produzida para o outro meio, é um terceiro aspecto estático da memória. Embora estes também não sejam aplicados ao nosso objeto, fizemos a mesma opção anterior.

Aspectos dinâmicos estão ligados à *localização* e a *natureza dos links* e a *personalização e memória*. “A localização dos links em uma matéria sugere hierarquias e permite uma visualização do que é material de contexto produzido pelo cibermeio, o que é especial, o que vem de outras fontes, o que é utilizado com a finalidade de ampliação da informação” (PALACIOS; RIBAS, 2011, p.193). Quanto à natureza, os *links* são de contexto, de documentação, de ampliação ou de recuperação histórica. Estes podem ampliar a informação e incentivar a procura do usuário por mais conteúdo e ainda contextualizar através da reconstituição cronológica de acontecimentos. Quando falam de personalização e memória, Palacios e Ribas (2011) referem-se à articulação entre estas duas potencialidades, que podem facilitar a experiência do usuário.

### **3.3 Modalidades de apreensão a partir do *Webdesign***

Como qualquer produto, sites podem empoderar ou frustrar os usuários; simplificar ou complicar suas vidas; e afastar ou aproximar-se das pessoas (GARRETT, 2011, p.3). A definição sobre de que lado estará o site (se dos que facilitam ou dos que complicam a experiência) passa especialmente por um design adequado. Quando se trata de produtos que pensam a experiência do usuário, a forma será ditada “pela psicologia e pelo comportamento dos próprios usuários<sup>46</sup>” (GARRETT, 2011, p.8).

Segundo Stein (2003, p. 34), para a relação entre designer/emissor e usuário/receptor ser perfeita, “os códigos visuais e auditivos (quando há som/música) –

---

<sup>46</sup> “by the psychology and behavior of the users themselves”.

através dos elementos utilizados – devem falar a mesma linguagem (verbal e não-verbal), de forma que se somem e apoiem, criando um padrão estético coerente”.

Com o objetivo de traçar linhas orientadoras para um design eficiente, Garrett (2011) indica cinco planos a serem seguidos (Fig. 5): da *estratégia*, do *escopo*, da *estrutura*, do *esqueleto* e da *superfície*. Estes podem ser divididos em dois campos: o de elementos para a *Web* como plataforma de *funcionalidade* ou como meio de *informação*.“ Criar uma experiência de usuário rica em informações é capacitar as pessoas a encontrar, absorver e dar sentido às informações que fornecemos<sup>47</sup>” (GARRETT, 2011, p. 28).

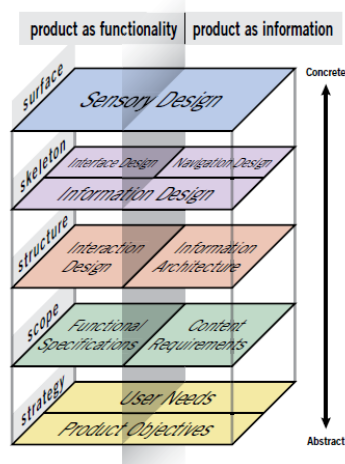


Figura 5: Os cinco planos que compõem o design de um site<sup>48</sup>.  
Fonte: GARRETT, 2011, p. 29.

No **plano da estratégia**, busca-se aliar o que o criador do site deseja atingir com o produto àquilo que o usuário quer quando acessa a página. Para isso, Garrett (2011) o divide entre as *necessidades dos usuários* e os *objetivos do produto*. A primeira parte é ditada pelo usuário: é preciso saber o que a audiência quer e para isso pode ser útil a segmentação por perfis demográficos e psicográficos, além de pesquisas de mercado para determinar o público-alvo. A segunda trata dos objetivos de quem criou o site: seja fazer dinheiro ou informar, por exemplo.

Com a estratégia definida, parte-se para o **plano do escopo**, que determinará os recursos e as funções do site. Do lado da funcionalidade, criam-se *especificações funcionais*, detalhando-se o produto. Do lado da informação, estabelecem-se *requisitos de conteúdo*, descrevendo-se o conteúdo – editorial ou de marketing – necessário.

<sup>47</sup> “Creating an information-rich user experience is about enabling people to find, absorb, and make sense of the information we provide”.

<sup>48</sup> De um lado, o produto como funcionalidade, de outro ele como informação. De baixo para cima, ou do mais abstrato para o mais concreto: no plano da estratégia, os objetivos do produto e as necessidades do usuário; no plano do escopo, especificações funcionais e requisitos de conteúdo; no plano da estrutura, o design de interação e a arquitetura da informação; no plano do esqueleto, o design da informação como elo entre design de interface e de navegação; no plano da superfície, o design sensorial.

Na determinação das especificações funcionais é preciso ser objetivo, claro e específico. Para determinar o conteúdo, é preciso pensar não só em texto, mas também em imagem, áudio e vídeo. Além disso, é necessário planejar o tamanho e o formato do conteúdo, a frequência de atualização e a quantidade de profissionais demandada.

A partir do **plano da estrutura**, entra-se num nível mais concreto. Aqui, do lado da funcionalidade, se tem o design da interação, que estrutura a experiência, definindo como o sistema responde ao usuário. Do lado da informação, está a arquitetura da informação, conjunto de conteúdos que facilitarão o entendimento humano. Juntos, eles definirão uma sequência de apresentação de opções aos usuários (GARRETT, 2011).

O *design da interação* deve pensar os comportamentos possíveis dos usuários e definir como o sistema vai responder a isso. Para isso, criam-se modelos conceituais que orientam a decisão, de modo que haja um comportamento sólido e consistente do site. Existem modelos aos quais os usuários já estão acostumados, e estes podem facilitar sua adaptação ao site. Além disso, é preciso aprender a prever os erros dos usuários e planejar como o sistema lidará com isso e como poderá prevenir esses erros.

A *arquitetura da informação*, por sua vez, está ligada a como as pessoas processam cognitivamente a informação e como o conteúdo será hierarquizado. Ela deve ser pensada de modo a estruturar esquemas de navegação e permitir uma experiência que eduque, informe e atraia os usuários. Ela pode ser pensada a partir de uma abordagem *top-down*, com base nos objetivos do produto e nas necessidades do usuário, ou de uma abordagem *bottom-up*, com base nas especificações funcionais e nos requisitos de conteúdo (GARRETT, 2011, p.89-90).

A estrutura do conteúdo pode se dar de diversas formas, de acordo com sua hierarquia, como classifica Garrett (2011). A unidade básica é o nó, que corresponde a qualquer peça ou grupo de informação, e é seu arranjo que definirá a estrutura. Em estruturas hierárquicas – as mais comuns –, os nós têm relações genealógicas, havendo um pai de todos, de onde os demais derivam. Em estruturas matrix, o usuário se movimenta de nó para nó passando por mais de uma dimensão. Nas estruturas orgânicas as conexões não seguem um padrão claro, podendo deixar o usuário um pouco perdido. Já as estruturas sequenciais lembram aquelas das mídias *offline*, com uma leitura fluida, em que uma informação segue a outra, como em livros, vídeos e áudios.

Garrett (2011) afirma que alguns princípios de organização devem ser seguidos. Normalmente em um nível superior, estarão aqueles princípios ligados aos objetivos do produto e às necessidades do usuário. Mais abaixo, estarão assuntos relacionados a

conteúdo e requisitos funcionais. Sites de notícia, por exemplo, terão a cronologia como princípio fundamental para a organização. Em um segundo nível, estaria a organização por categorias, como “Política”, “Internacional”, “Esportes”.

Por fim, o autor ressalta o papel da linguagem e dos metadados na arquitetura da informação. É importante que as terminologias utilizadas no site sejam compreensíveis por todos. Além disso, os metadados, ou “informação sobre a informação<sup>49</sup>” (GARRETT, 2011, p.99), que descrevem o que há no conteúdo, são fundamentais para que o site seja encontrado pelas ferramentas de busca e para que as informações procuradas pelos usuários sejam precisas e relevantes.

O **plano do esqueleto** coloca no papel aquilo que foi estruturado anteriormente, definindo a disposição dos elementos na página. O design da informação unirá o lado da funcionalidade ao da informação, buscando apresentar a informação de modo a facilitar o seu entendimento. Enquanto produtos voltados à funcionalidade preocupar-se-ão mais com o design de interface, responsável pelo arranjo dos elementos que possibilitam a interação do usuário, os produtos ligados à informação terão como base o design de navegação, que guiarão o usuário pela arquitetura da informação. É, entretanto, quase impossível dissociar os dois lados.

Se envolve oferecer aos usuários a possibilidade de fazer as coisas, é design de interface. A interface é o meio pelo qual os usuários realmente entram em contato com a funcionalidade definida nas especificações e estruturadas no design de interação.

Se envolve oferecer aos usuários a possibilidade de ir a lugares, é design de navegação. A arquitetura da informação aplicou uma estrutura para os requisitos de conteúdo que desenvolvemos; o design de navegação é a lente através da qual o usuário pode ver essa estrutura, e é o meio pelo qual o usuário pode se mover através dela.

Se envolve comunicar ideias para o usuário, é design de informação. Este é o mais amplo dos três elementos neste plano, potencialmente incorporando ou com base em aspectos de quase tudo o que vimos até agora tanto do lado da funcionalidade quanto do lado da informação (GARRETT, 2011, p.109)<sup>50</sup>.

Garrett (2011) destaca que uma interface deve possibilitar aos usuários notar imediatamente o que é importante. O design de navegação, por sua vez, deve prover ao usuário maneiras de sair de um ponto para outro, comunicar as relações entre os

---

<sup>49</sup> “information about information”.

<sup>50</sup> “If it involves providing users with the ability to do things, it’s interface design. The interface is the means by which users actually come into contact with the functionality defined in the specifications and structured in the interaction design.

If it involves providing users with the ability to go places, it’s navigation design. The information architecture applied a structure to the content requirements we developed; the navigation design is the lens through which the user can see that structure, and is the means by which the user can move through it.

If it involves communicating ideas to the user, it’s information design. This is the broadest of the three elements on this plane, potentially incorporating or drawing upon aspects of almost everything we’ve seen so far on both the functionality side and the information side”.



elementos e as relações entre os conteúdos e a página que o usuário enxerga no momento. É importante que o usuário saiba claramente onde está e para onde pode ir.

O autor estabelece seis modalidades de navegação (Fig. 6). A *navegação global*, como o próprio nome diz, dá uma noção ampla do site como um todo. A *navegação local* informa o que está próximo do quê quando pensamos a estrutura do site. A *navegação suplementar* provê atalhos a conteúdos relacionados que por vezes não estão acessíveis pela navegação global ou pela local. A *navegação contextual* baseia-se no *hiperlink*, embedando conteúdos na página. A *navegação de cortesia* dá acesso àquilo que não é essencial, mas que pode ser útil, como o contato com a página. Já a *navegação remota* é feita através de mapas do site ou de índices.



Figura 6: Folha de S.Paulo. (1) Navegação local; (2) Navegação de cortesia; (3) Navegação global; (4) Navegação suplementar; (5) Navegação contextual.

Fonte: Próprio autor. (Captura em 27 abr. 2015)

No **plano da superfície** o usuário tem a experiência sensorial com o produto finalizado, um conjunto de páginas com imagens, textos, vídeos e áudios. Aqui se determina como os sentidos se manifestarão ao abrir o site. Em especial a visão, mas também a audição, devem ser pensados. Quando se fala em agradar a visão, não se pode pensar somente em estética, mas também em funcionalidade: quanto o design ajuda a sustentar os objetivos traçados nos planos anteriores?

Garrett (2011) aponta alguns princípios importantes para se analisar a qualidade do design visual. Um dos pontos fundamentais é se perguntar para onde o olho vai primeiramente ao se deparar com a página. Era essa a estratégia ou isso irá distanciar o usuário de sua necessidade ou do objetivo do produto? No design bem sucedido, o olhar fluirá suavemente e indicará as possibilidades a se seguir sem sobrecarregar-se.

O contraste e a uniformidade também são destacados por Garrett (2011). É o contraste que trará a atenção do usuário; sem ele o site é apenas uma massa confusa que

não atrai o olhar para parte alguma. É importante, entretanto, que haja uma uniformidade para que a comunicação seja efetiva e não confunda pelo excesso de informação visual.



Figura 7: Site do jornal Tribuna Popular, da Bahia.

Fonte: Disponível em: <<http://www.tribunapopulargbi.com.br/>> (27 mai. 2015)

Na Figura 7 podemos ver um exemplo de homepage com problemas no plano da superfície. Diferentemente do que propõe Garrett (2011), o site se torna confuso e não atrai o olhar para parte alguma. Não há o devido contraste entre notícias e publicidade e as fontes escolhidas para os menus horizontal e vertical e para as chamadas são muito semelhantes. Já na Figura 8 temos um exemplo de homepage com plano da superfície adequado. A paleta de cores escolhida funciona e as tipografias selecionadas se diferenciam. O olhar flui bem e a leitura é facilitada.



Figura 8: Site da Pública – Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo.

Fonte: Disponível em: <<http://apublica.org/>> (01 jun. 2015)

Além disso, ter consistência interna (relação com outros elementos do site) e externa (relação com outros produtos da empresa) é importante para manter uma impressão uniforme da identidade da marca. Nesse sentido, uma paleta de cores e a

tipografia constituem-se como elementos fundamentais. Garrett (2011) destaca que o mais simples tende a ser o melhor para grandes blocos de texto, visto que facilita a leitura. Já para elementos maiores tipografias de personalidade podem ser interessantes.

Neste capítulo apresentamos as sete características definidoras do ciberjornalismo, segundo Canavilhas *et al* (2014): multimídia, hipertextualidade, interatividade, atualização contínua, personalização, memória e ubiquidade. Após discutir a partir de diversos autores a relevância desses elementos na construção de um novo fazer jornalístico, estabelecemos parâmetros para a avaliação da apreensão de quatro destes por parte do usuário – visto que os três restantes não seriam necessários para a análise do objeto. Foi necessário para isso, entender como o *Webdesign* contribuiria neste processo, empoderando o usuário para explorar estas características. Para isso, tomou-se como base o trabalho de Garrett (2011) a respeito dos planos do design. Uma vez tendo construído isso, passaremos à análise do objeto para entender de que maneira estas relações se dão na produção jornalística brasileira.

## 4 “ROTA 66, A CONFISSÃO”: UMA CIBER-REPORTAGEM

Buscando entender a aplicação dos recursos que a Internet oferece para o jornalismo e a maneira como estes são apresentados visualmente, avaliaremos neste capítulo a reportagem “Rota 66, a confissão”. Realizada pelo jornal O Estado de S. Paulo para a seção de infográficos do seu site ([estadao.com.br](http://estadao.com.br)), o especial foi publicado em 25 de abril de 2015, às 19h. No dia seguinte, a reportagem foi também publicada no jornal impresso.

Antes que se avance para o estudo da reportagem escolhida, contudo, é preciso dar um passo atrás e relatar o processo de busca pelo objeto, já que “Rota 66, a confissão” não era a escolha inicial. Foi procurada nos principais veículos – sejam eles sites de notícia de jornais ou portais – uma temática, cujas diferenças na abordagem para a Internet pudessem ser comparadas.

A opção foi pela Operação Lava Jato, que investiga desde março de 2014 um escândalo de corrupção envolvendo a Petrobras, empreiteiras e pessoas ligadas a partidos políticos. O assunto é um dos mais recorrentes nos veículos jornalísticos e, por sua relevância, era esperado um rico material para análise. Todavia, dois empecilhos se estabeleceram para essa pesquisa. Ironicamente, o primeiro, que impôs uma significativa dificuldade técnica, foi justamente uma característica fundamental da Internet: a atualização contínua. Esta pesquisa se desenvolvia concomitantemente ao desenrolar da Operação, e os veículos trataram de atualizar as reportagens mais antigas – que seriam analisadas – com as informações mais recentes, assim modificando com grande frequência os objetos estudados.

Somou-se a isso um segundo fator: uma observação flutuante inicial encontrou

pouco material que explorasse efetivamente os potenciais de multimídia proporcionados pela Internet. Mais voltada para a instantaneidade, a maior parte das reportagens observadas utilizou-se de escassos recursos multimídia, sendo recorrente o uso de galerias de fotos que se repetem nas diversas matérias sobre o mesmo assunto. Vídeos são raros e quase sempre reproduções de matérias veiculadas em telejornais. Eventualmente linhas do tempo e infografias – muitas vezes produzidas com o auxílio de ferramentas online – foram identificadas. A hipertextualidade e a memória são exploradas ligando a reportagem a outras, de arquivo, e há um baixo nível de interatividade. Nesse processo foram analisados Estadão, G1, Folha de S.Paulo, Zero Hora, O Globo, R7, iG, Terra e UOL.

#### **4.1 “Rota 66, a confissão”: o objeto**

“Rota 66, a confissão” foi desenvolvida para a Internet, criando uma narrativa possível exclusivamente no ciberjornalismo. Mesmo que a ausência de material multimídia identificada na primeira observação também tenha muito a dizer sobre o modo de produção do jornalismo na Internet, a opção desta pesquisa foi por analisar o que havia sido desenvolvido buscando explorar ao máximo o que o meio oferece como diferencial. Concluiu-se, desta forma, que a reportagem do Estadão seria o objeto mais adequado.

Quarenta anos antes de sua publicação, em 23 de abril de 1975, três jovens foram mortos com 23 tiros por policiais militares das Rondas Ostensivas Tobias de Aguiar (Rota), após uma perseguição no bairro dos Jardins, em São Paulo. A história ficou bastante conhecida depois do lançamento do premiado livro-reportagem “Rota 66: A história da polícia que mata”, de Caco Barcellos, em 1992.

Quando o caso seria julgado, foi anulado e enviado à Justiça Militar, terminando, em 1982, com a absolvição dos policiais envolvidos, que alegaram legítima-defesa, em resposta à acusação de execução. Um depoimento prestado em 2004 pelo Coronel Erasmo Dias, secretário de Segurança Pública do Estado de São Paulo na época do ocorrido, ficaria sob sigilo durante uma década. Revelada, a fala do coronel ajudaria a esclarecer muitas coisas. A reportagem do Estadão atualiza o caso, trazendo este depoimento em áudio.

A relevância da reportagem publicada pelo site fica evidente se lembrarmos os conceitos de Kunczik (1997) e Pavlik (2001) sobre jornalismo de desenvolvimento e jornalismo contextualizado. A retomada desta temática se faz necessária em tempos em que a violência policial volta a ser debatida, seja pela desastrada repressão de

manifestações, seja pelas recorrentes tragédias ocorridas nas periferias brasileiras, que trouxeram à tona a discussão sobre os autos de resistência.

Conforme Kunczik (1997) afirma, a dignidade humana deve estar no centro do jornalismo e a comunicação deve ser aplicada para a transformação de um país. Neste sentido, a produção de reportagens aprofundadas e precisas tem uma contribuição essencial. É o jornalismo contextualizado, mais rico em informação e pontos de vista, que poderá ampliar a cidadania e a democracia (PAVLIK, 2001).

“Rota 66, a confissão” contou com uma equipe de 29 pessoas em sua elaboração, tendo alguns profissionais exercido mais de uma função. Estes se dividiram em reportagem (2 pessoas), edição de texto (2), produção de imagens (4), edição de imagens (2), arte/vídeos (2), fotos/iconografia (15), pesquisa de imagens (4), acervo (1), direção de arte (1), edição de arte (1), infografia (1), *Webdesign* (4) e edição final (2). O trabalho conjunto possibilitou uma narrativa multimídia que se aproveitasse de vídeos, áudio, fotos, mapa e infográficos.

A reportagem divide-se em quatro partes, que são denominadas introdução e capítulos. Primeiramente, há uma abertura, em que uma espécie de resumo do que se desenrolará a seguir é relatado. A dimensão do acontecimento, descrito como “um marco da história da violência em São Paulo<sup>51</sup>” é ressaltada. Por fim, a introdução apresenta a revelação: o depoimento de Erasmo Dias reconstruiria a narrativa do caso, até então tida como encerrada.

O capítulo 1, “A Turma do Paulistano”, conta brevemente a biografia de Chiquinho, Pancho e Gugu (os jovens mortos), apresentando suas personalidades, especialmente com base nas entrevistas com Iara Jamra e José Nogueira Noronha Neto – namorada e irmão de Chiquinho – e também no livro de Caco Barcellos.

Em “A Noite do Crime”, a reportagem entrevista Roberval Conte Lopes, na época tenente da Rota, e Celso Vendramini, advogado dos policiais absolvidos. Neste capítulo, relata-se a perseguição seguida das mortes e são rapidamente descritos os dois entrevistados. A reportagem ainda apresenta a versão de Conte Lopes, a reação da família naquela noite, algumas informações levantadas na autópsia e o depoimento de Lygia Queiroz, primeira testemunha do ocorrido. Por fim descreve-se o desenrolar do julgamento e é entrevistado João Benedito de Azevedo Marques, promotor no caso.

O último capítulo, intitulado “Vontade de Matar”, traz a confissão de Erasmo Dias

---

<sup>51</sup> Disponível em: <<http://infograficos.estadao.com.br/especiais/rota-66-confissao/>>. Acesso em 07 jun. 2015.

e relembra a atuação do coronel durante o regime militar e sua personalidade.

Toda esta narrativa pode ser desenvolvida da maneira que se apresenta graças, especialmente, a quatro elementos característicos da Internet: hipertexto, multimídia, interatividade e memória. É a forma como o jornalismo se utilizará destes recursos e a apresentação visual que possibilitará – ou não – ao leitor uma interface amigável (MIELNICZUK, 2003) que serão analisados aqui.

## 4.2 Procedimentos metodológicos

O quadro teórico construído nos capítulos dois e três serviu como pilar para a construção de nossos instrumentos para análise de “Rota 66, a confissão”. Tomando como bases primordiais os trabalhos de Garrett (2011) e Palacios *et al* (2011), traçou-se um roteiro para o levantamento de dados junto ao objeto.

Foram considerados os planos de *estrutura*, *esqueleto* e *superfície*, bem como a *multimedialidade*, a *interatividade*, a *hipertextualidade* e a *memória* em “Rota 66, a confissão” para orientar a coleta de dados quantitativa. Deixamos de lado o plano de estratégia e de escopo, devido à impossibilidade de se ter acesso a informações que indiquem precisamente como estes foram traçados. Como o próprio Garrett (2011) admite, estes dois primeiros pontos possuem um alto grau de abstração – referem-se mais à mente de quem planeja o site – não sendo possível a partir do elemento concreto do qual aqui se dispõe (a própria reportagem) analisá-los com a clareza necessária.

Para o levantamento voltado à avaliação *quantitativa*, construiu-se um instrumento com base nos conceitos de Garrett (2011) sobre os planos do design e com base nos critérios de avaliação de Masip, Micó e Teixeira (2011) sobre multimedialidade, de Barbosa e Mielniczuk (2011) sobre hipertextualidade, de Meso, Natansohn, Palomo e Quadros (2011) sobre interatividade e de Palacios e Ribas (2011) sobre memória. Na avaliação da estrutura, o foco concentrou-se no número de blocos informativos apresentados e nas relações estabelecidas entre eles. No plano do esqueleto, foram analisados os tipos de navegação que cada *link* propõe, com base nos conceitos de Garrett (2011). No plano da superfície, por sua vez, a disposição dos elementos no *grid* (coluna do centro, da esquerda ou da direita) foi o centro da avaliação. A multimedialidade foi analisada com base na quantidade, localização, identificação e utilidade dos recursos, a partir das possibilidades previamente definidas e apresentadas. Foram avaliados: fotografia (individual e galeria), vídeo, áudio, infografia e mapas estáticos. *Newsgames* e *mashups* não estão presentes em “Rota 66, a

confissão”. A investigação sobre a hipertextualidade do objeto levou em conta a quantidade e o destino para qual o *link* conduz o leitor. No que se refere à interatividade, foi identificada a quantidade de recursos interativos apresentados. Já em memória, avaliamos a quantidade de *links* que levam a documentos e matérias antigas.

## ANÁLISE QUANTITATIVA DOS PLANOS

PLANO DA ESTRUTURA		PLANO DA SUPERFÍCIE																																																																	
<p style="text-align: center;">QUANTIDADE DE NÓS</p> <p>Introdução 05            Cap. 1 13            Cap. 2 23            Cap. 3 33            Créditos 03            Barra inferior 09</p>		<p style="text-align: center;">GRID</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>ELEMENTO</th> <th>POSIÇÃO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6"><i>Elementos recorrentes em posições fixas</i></td> <td>Títulos</td> <td>Centralizados</td> </tr> <tr> <td>Subtítulo e linhas de apoio</td> <td>Centralizados</td> </tr> <tr> <td>Blocos de texto</td> <td>Centralizados</td> </tr> <tr> <td>Capítulos de vídeos</td> <td>À direita</td> </tr> <tr> <td>Galerias</td> <td>Atravessa a página</td> </tr> <tr> <td>Destaques</td> <td>Centralizados</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Links "Próximo capítulo"</td> <td>Centralizados</td> </tr> <tr> <td rowspan="20"><i>Elementos em posições variáveis</i></td> <td>Imagem (recorte jornal)</td> <td>À esquerda, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Foto (Chiquinho)</td> <td>À esquerda</td> </tr> <tr> <td>Foto (Paulistano)</td> <td>À esquerda, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Foto (José Noronha Neto)</td> <td>À direita</td> </tr> <tr> <td>Foto (Iara Jamra)</td> <td>À direita</td> </tr> <tr> <td>Foto (José com cachorra)</td> <td>Centralizada</td> </tr> <tr> <td>Foto (Conte Lopes)</td> <td>À direita</td> </tr> <tr> <td>Foto (Celso Vendramini)</td> <td>À esquerda</td> </tr> <tr> <td>Mapa</td> <td>Centralizado</td> </tr> <tr> <td>Foto (fusca azul)</td> <td>À esquerda, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Infográfico (balística)</td> <td>Centralizado</td> </tr> <tr> <td>Foto (Lygia Queiroz)</td> <td>À direita</td> </tr> <tr> <td>Foto (Azevedo Marques)</td> <td>À direita</td> </tr> <tr> <td>Infográfico (armas)</td> <td>Centralizado</td> </tr> <tr> <td>Foto (Ernesto Geisel)</td> <td>À esquerda, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Foto (Erasmus Dias)</td> <td>Centralizada</td> </tr> <tr> <td>Box 1</td> <td>À direita, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Box 2</td> <td>À direita, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Foto (Salvador D'Aquino)</td> <td>À esquerda</td> </tr> <tr> <td>Foto (carro da Rota)</td> <td>À esquerda, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Foto (Dias com fuzil)</td> <td>À esquerda, invadindo</td> </tr> <tr> <td>Vídeo (íntegra)</td> <td>Centralizado</td> </tr> </tbody> </table>			ELEMENTO	POSIÇÃO	<i>Elementos recorrentes em posições fixas</i>	Títulos	Centralizados	Subtítulo e linhas de apoio	Centralizados	Blocos de texto	Centralizados	Capítulos de vídeos	À direita	Galerias	Atravessa a página	Destaques	Centralizados		Links "Próximo capítulo"	Centralizados	<i>Elementos em posições variáveis</i>	Imagem (recorte jornal)	À esquerda, invadindo	Foto (Chiquinho)	À esquerda	Foto (Paulistano)	À esquerda, invadindo	Foto (José Noronha Neto)	À direita	Foto (Iara Jamra)	À direita	Foto (José com cachorra)	Centralizada	Foto (Conte Lopes)	À direita	Foto (Celso Vendramini)	À esquerda	Mapa	Centralizado	Foto (fusca azul)	À esquerda, invadindo	Infográfico (balística)	Centralizado	Foto (Lygia Queiroz)	À direita	Foto (Azevedo Marques)	À direita	Infográfico (armas)	Centralizado	Foto (Ernesto Geisel)	À esquerda, invadindo	Foto (Erasmus Dias)	Centralizada	Box 1	À direita, invadindo	Box 2	À direita, invadindo	Foto (Salvador D'Aquino)	À esquerda	Foto (carro da Rota)	À esquerda, invadindo	Foto (Dias com fuzil)	À esquerda, invadindo	Vídeo (íntegra)	Centralizado
	ELEMENTO	POSIÇÃO																																																																	
<i>Elementos recorrentes em posições fixas</i>	Títulos	Centralizados																																																																	
	Subtítulo e linhas de apoio	Centralizados																																																																	
	Blocos de texto	Centralizados																																																																	
	Capítulos de vídeos	À direita																																																																	
	Galerias	Atravessa a página																																																																	
	Destaques	Centralizados																																																																	
	Links "Próximo capítulo"	Centralizados																																																																	
<i>Elementos em posições variáveis</i>	Imagem (recorte jornal)	À esquerda, invadindo																																																																	
	Foto (Chiquinho)	À esquerda																																																																	
	Foto (Paulistano)	À esquerda, invadindo																																																																	
	Foto (José Noronha Neto)	À direita																																																																	
	Foto (Iara Jamra)	À direita																																																																	
	Foto (José com cachorra)	Centralizada																																																																	
	Foto (Conte Lopes)	À direita																																																																	
	Foto (Celso Vendramini)	À esquerda																																																																	
	Mapa	Centralizado																																																																	
	Foto (fusca azul)	À esquerda, invadindo																																																																	
	Infográfico (balística)	Centralizado																																																																	
	Foto (Lygia Queiroz)	À direita																																																																	
	Foto (Azevedo Marques)	À direita																																																																	
	Infográfico (armas)	Centralizado																																																																	
	Foto (Ernesto Geisel)	À esquerda, invadindo																																																																	
	Foto (Erasmus Dias)	Centralizada																																																																	
	Box 1	À direita, invadindo																																																																	
	Box 2	À direita, invadindo																																																																	
	Foto (Salvador D'Aquino)	À esquerda																																																																	
	Foto (carro da Rota)	À esquerda, invadindo																																																																	
Foto (Dias com fuzil)	À esquerda, invadindo																																																																		
Vídeo (íntegra)	Centralizado																																																																		
PLANO DO ESQUELETO																																																																			
<p style="text-align: center;">TIPO DE NAVEGAÇÃO</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>LINKS</th> <th>NAVEGAÇÃO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Logo Estadão (barra inferior)</td> <td>Nav. Cortesia</td> </tr> <tr> <td>"Rota 66" (barra inferior)</td> <td>Nav. Global</td> </tr> <tr> <td>"A turma do paulistano"</td> <td>Nav. Global</td> </tr> <tr> <td>"A noite do crime"</td> <td>Nav. Global</td> </tr> <tr> <td>"Vontade de matar"</td> <td>Nav. Global</td> </tr> <tr> <td>"Créditos"</td> <td>Nav. Cortesia</td> </tr> <tr> <td>Links "Próximo capítulo"</td> <td>Nav. Local</td> </tr> <tr> <td>Links para Acervo (introdução)</td> <td>Nav. Contextual</td> </tr> <tr> <td>Links para reportagens antigas (cap. 3)</td> <td>Nav. Contextual</td> </tr> </tbody> </table>		LINKS	NAVEGAÇÃO	Logo Estadão (barra inferior)	Nav. Cortesia	"Rota 66" (barra inferior)	Nav. Global	"A turma do paulistano"	Nav. Global	"A noite do crime"	Nav. Global	"Vontade de matar"	Nav. Global	"Créditos"	Nav. Cortesia	Links "Próximo capítulo"	Nav. Local	Links para Acervo (introdução)	Nav. Contextual	Links para reportagens antigas (cap. 3)	Nav. Contextual																																														
LINKS	NAVEGAÇÃO																																																																		
Logo Estadão (barra inferior)	Nav. Cortesia																																																																		
"Rota 66" (barra inferior)	Nav. Global																																																																		
"A turma do paulistano"	Nav. Global																																																																		
"A noite do crime"	Nav. Global																																																																		
"Vontade de matar"	Nav. Global																																																																		
"Créditos"	Nav. Cortesia																																																																		
Links "Próximo capítulo"	Nav. Local																																																																		
Links para Acervo (introdução)	Nav. Contextual																																																																		
Links para reportagens antigas (cap. 3)	Nav. Contextual																																																																		

Quadro 1: Análise quantitativa dos planos, a partir de Garrett (2011).

Fonte: Próprio autor.

Com a intenção de organizar a análise quantitativa foram organizados dois quadros (Quadros 1 e 2), o primeiro para a análise dos planos e o segundo para a análise dos elementos característicos do ciberjornalismo.



## ANÁLISE QUANTITATIVA DOS ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS DO CIBERJORNALISMO

MULTIMIDIALIDADE	QUANTIDADE DE RECURSOS					
		INT	C1	C2	C3	TOTAL
	Foto (ind.)	02	05	06	05	18
	Foto (galeria)	-	12	28	25	65
	Vídeo	-	01	01	02	04
	Áudio	-	-	-	01	01
	Mapa	-	-	01	-	01
	Infográfico	-	-	02	-	02
	Imagem em movimento	-	01	01	-	02

MULTIMIDIALIDADE	LOCALIZAÇÃO DOS RECURSOS	
	RECURSO	LOCALIZAÇÃO
	Galerias de fotos	Integradas à zona de notícia
	Capítulos de vídeos	Integrados, em destaque
	Imagem (recorte jornal)	Integrada à zona de notícia
	Foto (Chiquinho)	Integrada, em destaque
	Foto (Paulistano)	Integrada à zona de notícia
	Foto (José Noronha Neto)	Integrada, em destaque
	Foto (Iara Jamra)	Integrada, em destaque
	Foto (José com cachorra)	Integrada à zona de notícia
	Foto (Conte Lopes)	Integrada, em destaque
	Foto (Celso Vendramini)	Integrada, em destaque
	Mapa	Integrado à zona de notícia
	Foto (fusca azul)	Integrada à zona de notícia
	Infográfico (balística)	Integrado à zona de notícia
	Foto (Lygia Queiroz)	Integrada, em destaque
	Foto (Azevedo Marques)	Integrada, em destaque
	Infográfico (armas)	Integrado à zona de notícia
	Foto (Ernesto Geisel)	Integrada à zona de notícia
	Foto (Erasmão Dias)	Integrada à zona de notícia
	Foto (Salvador D'Aquino)	Integrada, em destaque
	Foto (carro da Rota)	Integrada à zona de notícia
	Foto (Dias com fuzil)	Integrada à zona de notícia
	Vídeo (íntegra)	Integrado à zona de notícia
	Áudio	Segregado em zona específica
	Imagens de abertura	Outra: <i>Integradas ao texto</i>

MULTIMIDIALIDADE	IDENTIFICAÇÃO DOS RECURSOS	
	RECURSO	IDENTIFICAÇÃO
	Vídeos	Fotograma; ícone de play
	Infográfico interativo	Ícone de play
	Áudio	Onda sonora; ícone de play
	Galerias	Outra: <i>Fotos cortadas nos extremos da página</i>

MULTIMIDIALIDADE	UTILIDADE DOS RECURSOS	
	RECURSO	UTILIDADE
	Imagem (recorte jornal)	Complementar
	Foto (Chiquinho)	Complementar
	Foto (Paulistano)	Complementar
	Foto (José Noronha Neto)	Complementar
	Foto (Iara Jamra)	Complementar
	Foto (José com cachorra)	Complementar
	Foto (Conte Lopes)	Ilustrativa
	Foto (Celso Vendramini)	Ilustrativa
	Foto (fusca azul)	Complementar
	Foto (Lygia Queiroz)	Ilustrativa
	Foto (Azevedo Marques)	Ilustrativa
	Foto (Ernesto Geisel)	Ilustrativa
	Foto (Erasmão Dias)	Complementar
	Foto (Salvador D'Aquino)	Ilustrativa
	Foto (carro da Rota)	Ilustrativa
	Foto (Dias com fuzil)	Ilustrativa
	4 Imagens de abertura	Redundantes
	Galeria (praia)	Complementar
	Galeria (fusca e armas)	Complementar
	Galeria (país de Chiquinho)	Complementar
	Galeria (pixações)	Complementar
	Galeria (Rota)	Ilustrativa
	Galeria (Erasmão Dias)	Ilustrativa
	Galeria (invasão da PUC)	Complementar
	Mapa	Complementar
	Infográfico (balística)	Complementar
	Infográfico (armas)	Complementar
	3 capítulos de vídeos	Complementares
	Vídeo na íntegra	Redundante
	Áudio	Complementar

HIPERTEXTUALIDADE	QUANTIDADE DE LINKS		DESTINO DOS LINKS	
			LINK	DESTINO
	Intro.	04	Crédito da imagem (Int)	Jornal de 24/4/75
	Cap. 1	01	"páginas dos jornais" (Int)	Jornal de 24/4/75
	Cap. 2	01	Recorte do jornal (Int)	Jornal de 24/4/75
	Cap. 3	01	"Próximo Capítulo" (Int)	Capítulo 1
	Créditos	01	"Próximo Capítulo" (C1)	Capítulo 2
			"Próximo Capítulo" (C2)	Capítulo 3
			"Acesse o texto original" (C3)	Matéria invasão PUC
			"Voltar" (Créditos)	Capítulo 3

INTERATIVIDADE	RECURSOS INTERATIVOS APRESENTADOS	
	<input type="checkbox"/>	Possibilidade de comentários
	<input checked="" type="checkbox"/>	Possibilidade de compartilhamento
	<input type="checkbox"/>	Possibilidade de correção da matéria
	<input type="checkbox"/>	Possibilidade de construção da matéria
	<input type="checkbox"/>	Possibilidade de modificação de recursos visuais
	<input type="checkbox"/>	Acessibilidade para cegos
	<input type="checkbox"/>	Acessibilidade para surdos
	<input type="checkbox"/>	Responsividade a dispositivos móveis

MEMÓRIA	QUANTIDADE E DESTINO DOS LINKS	
	Links para documentos	-
	Links para matérias antigas	4

Quadro 2: Análise quantitativa dos elementos característicos do ciberjornalismo a partir de Palacios *et al* (2011).

Fonte: Próprio autor.

Somente a análise quantitativa não daria conta, entretanto, das peculiaridades de "Rota 66, a confissão". Considerando-se o fato de que determinadas avaliações não

poderiam ser realizadas de maneira quantitativa, foi necessária uma segunda etapa, esta de abordagem qualitativa. Nela, os mesmos sete itens (os três planos mais os quatro elementos característicos do ciberjornalismo) foram considerados. No plano da estrutura, avaliamos o que a estrutura proposta trará para a experiência do leitor. No do esqueleto, investigamos como funciona a navegação do usuário e que caminhos ele pode seguir. É possível ir para os variados pontos com facilidade? Está claro em que ponto do site o leitor está? Já no plano da superfície a preocupação é com um design visual agradável e funcional. Como o olho flui pela página? Contraste, uniformidade e consistência estão adequados? Como *grid*, tipografia e cores contribuem para isso? Quanto à multimídia foi preciso avaliar o grau de elaboração de cada recurso e, novamente, sua utilidade, agora com outro olhar. A hipertextualidade, por sua vez, foi avaliada a partir da função que o hipertexto desempenha. Acerca da interatividade foi necessário entender como ela ocorre. Por fim, examinamos como os *links* que levam a memória contribuem para a narrativa.

### 4.3 Apresentação e análise dos dados

Com base na **abordagem quantitativa**, os dados levantados permitem constatar que “Rota 66, a confissão” é um produto multimidiático pensado como tal.

No **plano da estrutura** é possível perceber que a reportagem se divide em quatro partes (introdução e mais os três capítulos), cada uma contendo uma quantidade de blocos informativos ou nós.

Inicialmente, é preciso ressaltar a presença de uma barra na área inferior do site, que está em todas as páginas analisadas. Ela leva a nove unidades informativas: a página de infográficos do [estadao.com.br](http://estadao.com.br) (onde se pode encontrar essa reportagem); o capítulo introdutório; os três demais capítulos; os créditos; uma janela para compartilhamento no Facebook, outra no Google+ e outra no Twitter. (Fig. 9)

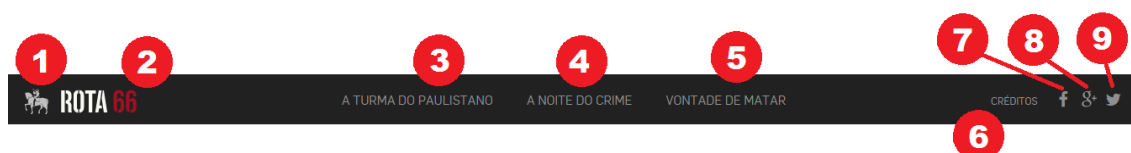


Figura 9: Barra da área inferior aparece em todas as páginas e leva a nove nós.  
Fonte: Próprio autor.

Além dessa barra fixa, é possível observar, na introdução, a existência de cinco

blocos informativos, conforme apresentado na Figura 10. Nota-se que os nós 4 e 5 estão, na verdade, fora da reportagem. O nó 4 é a página do Acervo Estadão, que traz uma réplica digitalizada da página 39 da edição de 24 de abril de 1975 do Estado de S. Paulo. Já o nó 5 é o capítulo seguinte, ligado através do botão de “Próximo capítulo”.



Figura 10: Os 5 nós da introdução. Título e subtítulo (1), bloco de texto (2), imagem (3) e os *links* externos (4 e 5).  
Fonte: Próprio autor.

No primeiro capítulo, 11 blocos informativos são identificados, como visto na Figura 13. São eles: Título e linha de apoio (1), blocos de texto (2, 8 e 11), fotografias (3, 5, 7, 9 e 12), vídeo (4), destaque (6), galeria de fotos (10) e o próximo capítulo (13).

Destaca-se que todos os vídeos abrem em pop-up e estão vinculados ao site Youtube.



Figura 11: Os 13 nós do capítulo 1. Fonte: Próprio autor.

O segundo capítulo conta com 23 nós, conforme pode ser visto na Figura 12. Temos: Título e linha de apoio (1), blocos de texto (2, 7, 9, 11, 14, 17 e 20), fotografias (5, 6, 12, 15, 18 e 21), vídeo (3), destaque (4), galeria de fotos (8, 16 e 22), mapa (10), infográficos (13 e 19) e o próximo capítulo (23).

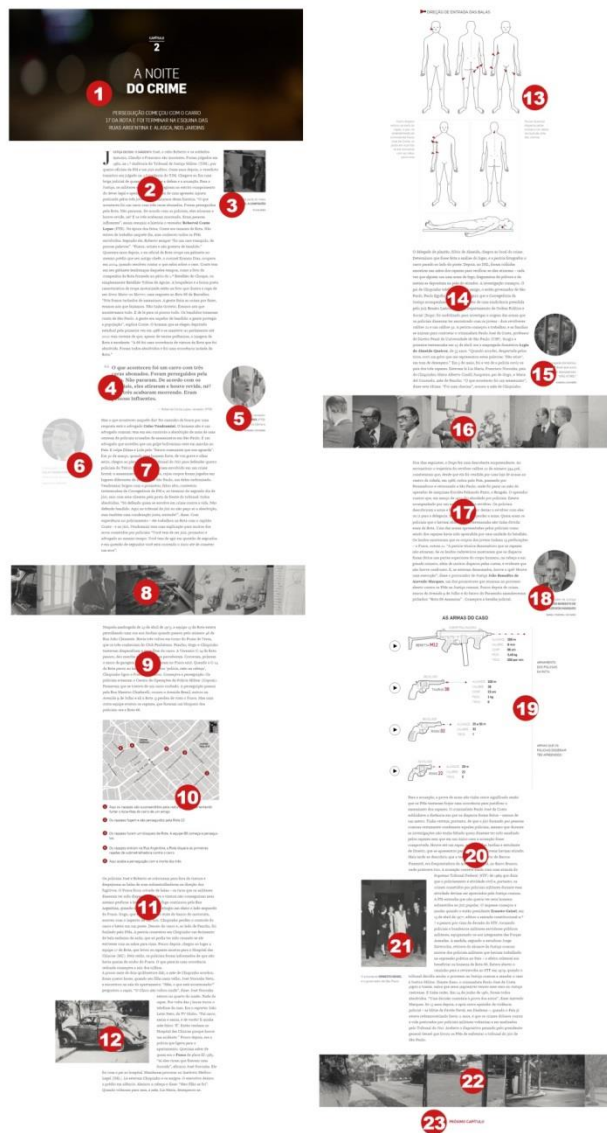


Figura 12: Os 23 nós do capítulo 2.  
Fonte: Próprio autor.

Compõem o terceiro capítulo 33 nós, conforme a Figura 13. Temos: título e linha de apoio (1), navegação no áudio (de 2 a 9), botão de *play* (10), blocos de texto (11, 14, 16, 20, 24, 27, 29 e 31), vídeos (12 e 33), fotografias (15, 23, 25 e 32), destaques (21, 28 e 30), galeria de fotos (13, 19 e 26), boxes (17 e 22) e *link* externo para arquivo do Estádio (18). Uma novidade na estrutura do site se apresenta: a fixação, logo acima da barra estática, de uma faixa de áudio, disparada com um botão de *play*. É possível

navegar pelo áudio através de pontos específicos. Cada ponto e mais o botão de *play* são considerados nós.

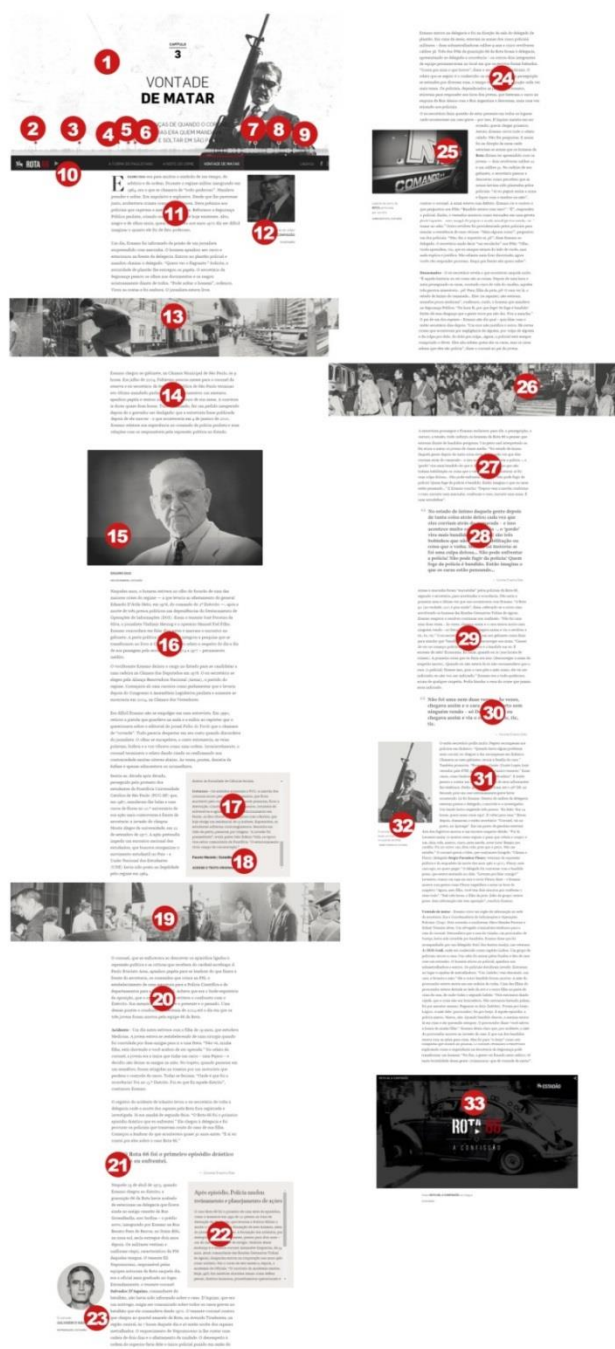


Figura 13: Os 33 nós do capítulo 3.  
Fonte: Próprio autor.

A seção de créditos traz três blocos informativos, sendo um dos nós o site [estadão.com.br](http://estadão.com.br), acessado pelo logo; e outro o capítulo 3, acessado pelo *link* de voltar, como demonstra a Figura 14.



Figura 14: Os 3 nós da seção de créditos. O site do Estadão (1), o texto (2) e o capítulo 3, acessado pelo *link*.

Fonte: Próprio autor.

A existência de tamanha quantidade de nós permite supor que há, na mesma proporção, fontes de informação. De fato, percebe-se que os capítulos 2 e 3 contam com um número bastante maior de blocos informativos que os demais. São nesses capítulos que se concentram uma variedade maior de conteúdos multimídia.

Podemos classificar a estruturação destes nós (ou seja, a maneira como eles se relacionam) como essencialmente sequencial (Fig. 15). Ainda que haja a possibilidade de se estabelecer uma estrutura hierárquica, tomando-se como base os nós localizados na barra fixa da área inferior da página (Fig. 16), a leitura induzida pelo site é sequencial, em que um elemento segue o outro quando descemos a barra de rolagem. Exceção a essa estrutura sequencial são os *links* para o Acervo Estadão e para as matérias anteriores, enquadrados em uma estrutura hierárquica.

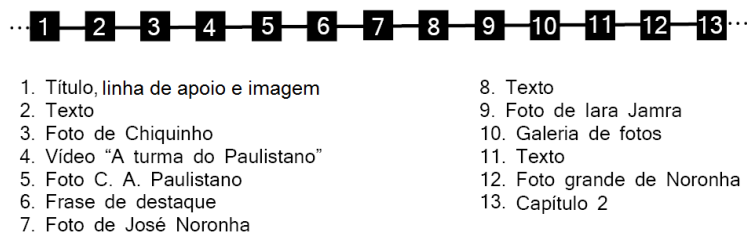


Figura 15: Estrutura sequencial do capítulo 1.

Fonte: Próprio autor.

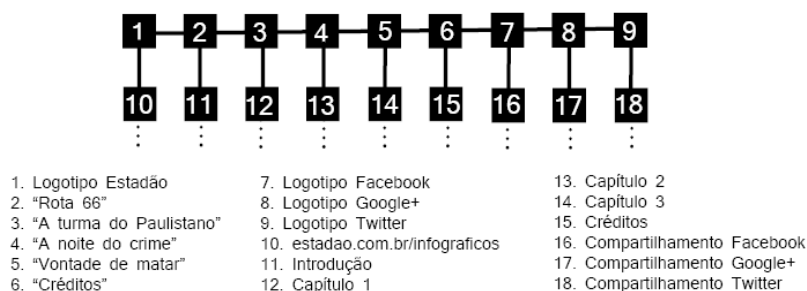


Figura 16: Estrutura hierárquica liga elementos da barra inferior (1 a 9) com outras páginas (10 a 18).

Fonte: Próprio autor.

Quanto ao **plano do esqueleto** percebem-se, a partir das possibilidades de navegação propostas por Garrett (2011), quatro alternativas. A barra inferior possibilita uma navegação global pelo site. Pelos *links* de “Próximo capítulo”, localizados no fim de cada capítulo, é possível uma navegação local. O *link* para os créditos, também na barra inferior, proporciona a navegação de cortesia. Já os *links* que levam para o Acervo Estadão (na introdução) e para reportagens antigas do site (no capítulo 3) constituem a navegação contextual. O site não apresenta mapa ou índices para navegação remota, ainda que a barra inferior possa ser entendida como índice, uma vez que rompe a sequencialidade e interliga diferentes textos (PRIMO; RECUERO, 2006), no caso, os capítulos. A existência da barra para navegação global está intimamente ligada com a possibilidade de estruturação hierárquica proposta pela reportagem e com a interatividade característica da internet. As opções de navegação contextual e de cortesia, por sua vez, são consequências diretas da hipertextualidade, que será discutida a seguir. A não existência de mapas para navegação remota, por sua vez, indicam que o site não apresenta uma complexidade elevada.

No **plano da superfície** analisamos quantitativamente a disposição dos elementos no *grid*. Este se aproxima do que Lupton (2013) define como de múltiplas colunas. São três colunas, sendo a central mais larga e destinada basicamente para o texto, e as laterais mais estreitas, onde estão dispostos vídeos e fotos. Entre os elementos recorrentes – presentes na maioria das páginas – que aparecem sempre em posição fixa, predomina quase com exclusividade a posição centralizada. No centro estão sempre o título e a linha de apoio dos capítulos (alinhados ao centro), o texto da reportagem (alinhado à esquerda, em uma só coluna), os destaques e os *links* de próximo capítulo. Também fixo, mas não centralizados, estão os capítulos dos vídeos (à direita) e as galerias, que cortam de lado a lado a página.

Nos elementos com posições variáveis ou menos recorrentes há alternância entre



as três colunas. Dos 22 elementos (fotos, vídeo, infográficos, boxes e mapa) assim classificados, 40,9% estão à esquerda (9), 31,8%, à direita (7) e 27,3%, ao centro (6) (Gráfico 1). Todos que se encontram à esquerda são fotografias<sup>52</sup>, seis delas invadem o texto enquanto as outras três mantêm-se exclusivamente à esquerda, recortadas em formato circular. À direita há cinco fotografias em formato circular e dois boxes, que invadem o texto. Centralizados estão o vídeo com a íntegra da matéria, o mapa, duas fotografias e as duas infografias. Estas fotos e os infográficos extrapolam a região central, invadindo tanto a lateral esquerda quanto a direita (Fig. 18).



Gráfico 1: Disposição no *grid* dos elementos de posição variável ou menos recorrentes.  
Fonte: Próprio autor.

Percebe-se, portanto que há equilíbrio no *grid*, com os elementos dispostos ora à esquerda ora à direita, buscando dar dinâmica à reportagem, sem que ela perca a consistência.

Na Figura 17, efetuamos uma simulação do *grid* utilizado. Título, linha de apoio, texto e destaque ficam centralizados. Fotos redondas e vídeos localizam-se ao lado (a foto aparece nos dois lados; o vídeo sempre à esquerda – exceto pelo último capítulo, quando aparece ao fim do texto, usando o espaço da foto retangular). Fotografias retangulares invadem o texto. Galerias cortam de lado a lado. Abaixo, a barra inferior fixa em todas as páginas.

<sup>52</sup> O recorte de jornal do capítulo introdutório é aqui entendido como fotografia.



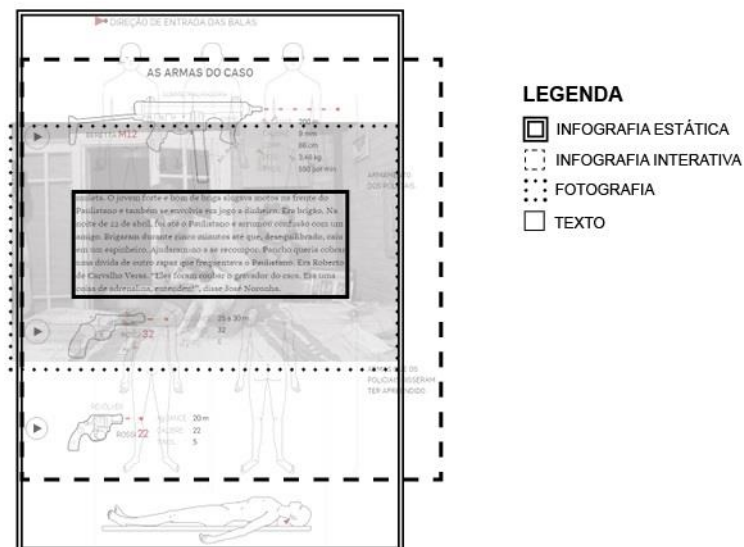


Figura 18: Fotografias retangulares, infografia interativa e infografia estática estão centralizadas, mas seus espaços extrapolam as margens do texto.

Fonte: Próprio autor.

A **multimedialidade** em “Rota 66, a confissão” foi analisada quantitativamente considerando frequência, localização e utilidade dos recursos multimídia utilizados.

A reportagem faz uso, além de texto, de fotografia (individual e em galeria), vídeo (individual), áudio, infografia e mapa estático. A introdução apresenta uma fotografia ao fundo do título e uma imagem, que aqui será enquadrada junta das fotografias. O capítulo 1 traz uma imagem em movimento ao fundo do título, um vídeo, cinco fotos individuais e uma galeria de doze fotos. O capítulo 2 conta com uma imagem em movimento ao fundo do título, seis fotos, um vídeo, um mapa estático, dois infográficos e três galerias, com doze, nove e sete fotos. No capítulo 3 há uma foto ao fundo do título, dois vídeos, um áudio, quatro fotos e três galerias, com nove, doze e quatro fotos. Isso resulta em um significativo total de 83 fotos (sendo 65 delas dispostas em 7 galerias), 4 vídeos, 2 infográficos, 1 mapa estático, 1 áudio e 2 imagens em movimento.

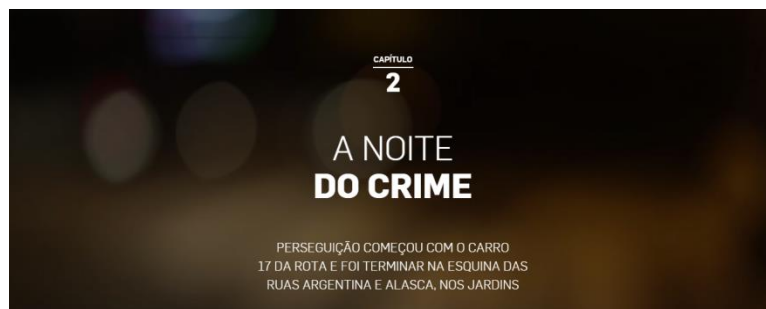


Figura 19: Imagens integradas ao título inauguram cada capítulo.

Fonte: Próprio autor.

A localização dos elementos varia bastante. De acordo com a classificação de

Masip et. al. (2011), pode-se identificar recursos integrados à zona de notícia, integrados à zona de notícia, mas em destaque e segregados em zona específica. Cabe ainda destacar a ocorrência de um quarto tipo, que foge dos identificados pelos três autores: fotografias e imagens em movimento ao fundo dos títulos estão integradas com a zona de texto, com esta sobreposta a elas.

Dos 24 elementos multimídia analisados, 54,1% está integrado à zona de notícias (13), 37,5%, integrados, mas em destaque (9), 4,2%, segregados (1) e 4,2%, correspondem ao outro caso (1), explicado acima (Gráfico 2).

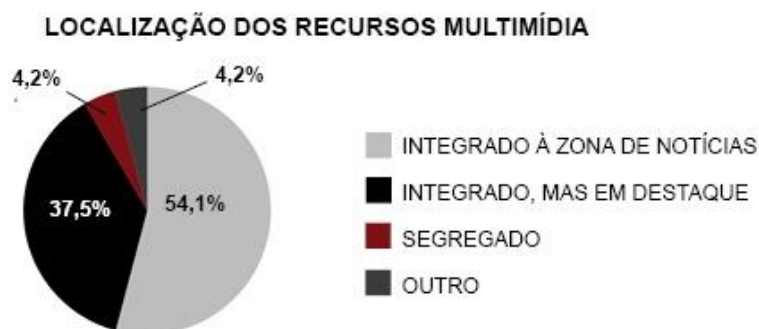


Gráfico 2: Localização dos recursos multimídia.  
Fonte: Próprio autor.

As fotografias individuais dos entrevistados, de Chiquinho e de D'Aquino estão integrados na zona da notícia, mas em destaque, estando segregadas por um círculo que recorta as fotos. As demais fotografias – em formato retangular – estão integradas na zona de notícia, chegando inclusive a moldar o texto ou interrompê-lo. Já as galerias de fotos ocupam um lugar de maior destaque, mesmo que ainda integradas à zona de notícia. Elas funcionam como divisores da leitura, cortando a página de lado a lado. As infografias e o mapa estático estão integrados. Os três vídeos que contam os capítulos da história aparecem integrados, mas em destaque, enquanto o vídeo que une a narrativa está somente integrado à zona de notícia. O áudio aparece segregado em uma zona específica, logo acima da barra inferior fixa.

A integração da maior parte dos recursos à zona de notícias é fundamental para que a reportagem seja entendida efetivamente como uma narrativa multimídia, devidamente amarrada, em que cada elemento complementa outro. A segregação do áudio e o destaque de alguns dos recursos na zona de notícias contribuem com a qualificação do plano da superfície, orientando a leitura do usuário para que ela flua adequadamente.

Os recursos multimídia são identificados de diversas maneiras, predominando o

uso do botão de *play*. Vídeos são sinalizados com o fotograma e um ícone de *play*. O áudio é identificado de duas maneiras: pela imagem da onda sonora e pelo ícone de *play*, logo abaixo. A interatividade do infográfico “As armas do caso” é indicada pelo ícone de *play*, que pulsa. A galeria de fotos, por sua vez, não faz uso nem de ícones nem de rótulos, mas pode ser percebida através das fotos cortadas nos dois extremos da página, dando a entender que há continuação (Fig. 20). Todas estas opções estão devidamente articuladas com o plano da superfície, proporcionando ao usuário o entendimento e o fácil acesso aos recursos.



Figura 20: Galerias de fotos são indicadas pelas fotografias cortadas.  
Fonte: Próprio autor.

Classificando-se os 35 recursos multimídia<sup>53</sup> como de utilidade complementar (realça ou enriquece o texto), de justaposição ao texto (redundância) ou de ilustração, tem-se a seguinte classificação: 57,1% são complementares (20), 28,6%, ilustrativos (10) e 14,3%, redundantes (5), temos o Gráfico 3.



Gráfico 3: Utilidade dos recursos multimídia.  
Fonte: Próprio autor.

A predominância de recursos com utilidade complementar indica que a reportagem é pensada como narrativa multimídia e que seu discurso está devidamente construído. Não se trata de uma série de elementos multimidiáticos dispostos de modo aleatório, mas de um conjunto íntegro em que cada peça cumpre sua função. Mesmo os

<sup>53</sup> Considera-se aqui cada galeria como um só elemento, já que as fotos versam sobre a mesma temática.

elementos ilustrativos atuam em um sentido artístico, essencial a uma reportagem.

A **hipertextualidade** aparece de maneira bastante reduzida em “Rota 66, a confissão”. Há apenas quatro *links* inseridos na reportagem e mais quatro, ao fim de cada capítulo, que ligarão os capítulos. No capítulo introdutório, percebe-se três *links*: “Acervo Estadão” (no crédito da imagem) e “páginas dos jornais” – destacados em vermelho – e a imagem do recorte de jornal. Todos levarão ao mesmo lugar, a página 39 da edição de 24 de abril de 1975 do Estadão (Fig. 21), publicada no dia seguinte à morte dos jovens. Já no capítulo 3, novo *link*, dessa vez ao final do box “Há 30 anos, os coturnos arrasaram a PUC”, ligando à matéria “Seqüelas da invasão da PUC continuam”, publicada no site do Estadão. Este *link* não é sinalizado visualmente, mas sim pela própria frase “Acesse o texto original”. Há, portanto, apenas um *link* no corpo do texto (aquele que liga “páginas dos jornais”). Todos estes quatro *links* citados são disjuntivos, abrindo na aba ao lado.

Os *links* de “Próximo Capítulo”, ao fim da introdução e dos capítulos 1 e 2, e o *link* de “Voltar”, na seção de créditos, precisam ser destacados por ligarem os capítulos.

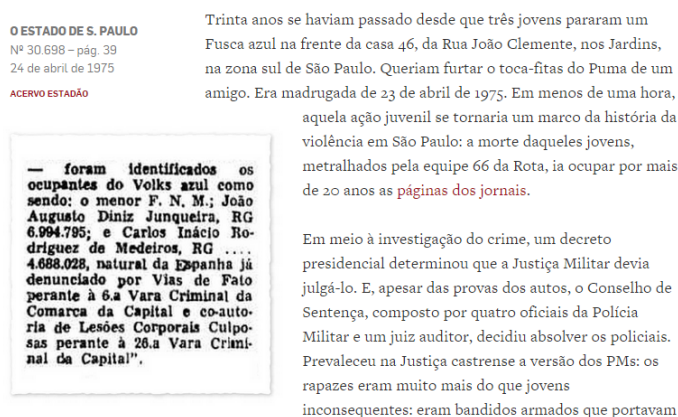


Figura 21: *Links* em vermelho e imagem levam ao Acervo Estadão.

Fonte: Próprio autor.

Também reduzida é a **interatividade**, havendo poucos recursos— apenas um dos oito listados com base em Meso, Natansohn, Palomo e Quadros (2011). Não há possibilidades de comentar, corrigir ou participar diretamente da construção da reportagem. Tampouco é possível modificar os seus recursos visuais, sejam o layout ou o tamanho das fontes. Não há também nem acessibilidade para cegos nem para surdos – no caso do áudio e dos quatro vídeos. Só é possível compartilhar (no Facebook, no Google+ e no Twitter). A responsividade aos dispositivos móveis é parcial, havendo no *tablet*, mas não no *smartphone*.

A **memória** é essencial para uma reportagem que se propõe a reconstruir e

atualizar um acontecimento do passado, como é o caso de “Rota 66, a confissão”, ainda assim são poucos os elementos que a acessam. O capítulo introdutório traz o recorte do jornal antigo e *links* para a edição do Estadão de 1975, dando acesso assim ao arquivo online do jornal, que poderá ser explorado na aba aberta. Além de trazer esse *link*, há também a ligação com uma matéria antiga do jornal, no box “Há 30 anos, os coturnos arrasaram a PUC”, do capítulo 3. Através do *link* “Acesse o texto original” chega-se a uma matéria publicada pelo próprio jornal O Estado de S. Paulo no aniversário de 30 anos da invasão da PUC, portanto em 2007 (ainda que o *link* indique a data de 31 de dezembro de 1969).

Analisando-se **qualitativamente o plano da estrutura**, que opta prioritariamente pela estrutura sequencial, cabe destacar a escolha por esta modalidade, inspirada na estrutura do impresso, mais especificamente do livro, havendo inclusive a divisão por capítulos. Tal opção facilita o entendimento do leitor, acostumado desde sempre à leitura sequencial, predominante em nossa cultura. Ainda assim, utiliza-se também da estrutura hierárquica, comum à Internet e, portanto, também de fácil absorção pelo usuário. No que diz respeito à sequencialidade, é preciso ressaltar a opção pelo modelo conhecido como “*snow fall*”<sup>54</sup>, que une texto a áudio, vídeo, fotos e animações, com a matéria se apresentando de acordo com a rolagem da página. Mescla-se assim tradição e inovação.

A navegação, no **plano do esqueleto**, possibilita o acesso à estrutura. Através da barra fixa da área inferior, é possível chegar a qualquer uma das quatro partes da matéria – a introdução e os três capítulos. Ainda assim, a indicação para a seção introdutória é pouco evidente, não sendo facilmente identificada pelos leitores e oferecendo um pequeno obstáculo à navegação. Os capítulos, por sua vez, são claramente destacados e é possível perceber a relação de sequência entre os três. Por fim, o design da navegação é claro quanto ao ponto em que o leitor se encontra com relação aos demais capítulos, destacado pela mudança de cor da seção na barra inferior (Fig. 22).

---

<sup>54</sup> “Snow fall” é um termo que remete à premiada reportagem “Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek”, publicada em dezembro de 2012 pelo The New York Times, que inovou, apostando em um formato que se tornou referência no jornalismo multimídia. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>>. Acesso em 18 mai. 2015.





Figura 22: Mudança de cor na barra inferior indica a seção atual.  
Fonte: Próprio autor.

Auxiliado pela estrutura sequencial, o **plano da superfície** possibilita que o olhar flua adequadamente, não havendo pontos que o dispersem. Avaliamos, neste ponto, três elementos: cor, tipografia e grid.

Com fotos, tipografia e layout utilizando-se predominantemente do preto e branco – com alguns detalhes em tons de vermelho – o contraste é evidente e facilita a leitura. As imagens só ganham cor quando o cursor passa sobre elas. Os vídeos misturam cenas em preto e branco com coloridas. A escolha das cores é interessante pela utilização das mesmas que caracterizam a Rota, em cujos uniformes e veículos predominam esses tons.

Percebe-se que a maior parte dos elementos está em tons de cinza, que aparecem no texto, na legenda, na barra inferior, no fundo da seção de créditos e do box, no logo do Estádio e no *link* “Voltar”. Os tons (Fig. 23) podem variar do mais escuro (R=41; G=41; B=41<sup>55</sup> ou R=58; G=58; B=58, por exemplo) ao mais claro (como R=119; G=119; B=119). Usa-se o branco (R=255; G=255; B=255) para o fundo da reportagem e para textos sobre fundo escuro. O preto (R=0; G=0; B=0) aparece em títulos de capítulos com fundo claro. Tons de vermelho aparecem em pequenos detalhes, como em *links*, no título da reportagem ou na barra inferior.

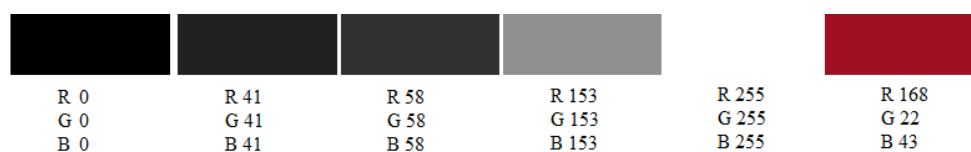


Figura 23: Paleta de cores utilizada no layout da reportagem.  
Fonte: Próprio autor

Quanto à tipografia, “Rota 66, a confissão” faz uso de três famílias tipográficas, sendo duas com mais frequência. Para os blocos de texto e frases de destaque, a opção foi por uma fonte com serifa<sup>56</sup>, a Freight Text Pro<sup>57</sup>. No corpo do texto, a opção foi pela

<sup>55</sup> Modelo de cores aditivo em que três cores – vermelho (*red*, R), verde (*green*, G) e azul (*blue*, B) – se misturam em diferentes intensidades para formar outras cores (PENDER, 1998).

<sup>56</sup> Traço pequeno e decorativo ao final dos traços que definem a letra (LAWLER, 2006).

<sup>57</sup> A Freight Text Pro foi desenvolvida pela fundidora estadunidense Phil’s Fonts, Inc.



Regular<sup>58</sup> em tamanho 18, enquanto para os destaques, optou-se pelo Bold<sup>59</sup> em tamanho 24. Exceção se dá quando no corpo do texto é usado o Bold como uma espécie de legenda, que destaca normalmente nomes de pessoas cujas fotos estão ao lado. (Fig. 24)

É preciso destacar a utilização, ainda que rara, de uma segunda fonte serifada, a Estado Headline<sup>60</sup>, nos títulos dos boxes, cujos blocos de texto estão em Freight Text Pro, tamanho 15, contrastando com o tamanho 24 do título.

O Rota 66 foi o primeiro	Freight Text Pro - Bold 24px
O Rota 66 foi o primeiro	Freight Text Pro - Regular 18px
Salvador D'Aquino	Freight Text Pro - Bold 18px
Após episódio, Polícia mudou	Estado Headline - 500 24px

Figura 24: Fontes com serifa utilizadas na reportagem.  
Fonte: Próprio autor.

Em títulos de capítulo (e suas linhas de apoio), legendas, créditos, seção de créditos e na barra inferior há uso da fonte sem serifa Flama<sup>61</sup> (Fig. 25). Nos títulos da reportagem, a fonte, sempre em caixa-alta, tem tamanho 58 e o texto é disposto em duas linhas, sendo uma em Flama - Bold e a outra em Flama - 300. Nas linhas de apoio, usa-se Flama - 300, de tamanho 22, em caixa alta. Os créditos das fotos aparecem em caixa-alta, tamanho 10 e em Flama - 600. A barra inferior usa fonte Flama - Regular, com tamanho 15 e caixa-alta. As legendas das fotografias alternam caixa-baixa Regular em tamanho 14 com trechos em caixa-alta e Bold, tamanho 13 (para as palavras mais importantes, como nomes). Já na seção de créditos, os nomes dos profissionais que produziram a matéria estão em caixa-baixa Regular e o trabalho realizado por eles em caixa-alta e Bold – tudo isso em tamanho 14.

Ainda cabe ressaltar o uso da fonte em quatro pontos específicos e secundários: para assinar os boxes, em Bold e tamanho 14; como linha de apoio do primeiro box, em Flama - 500, tamanho 14; no *link* para “Acesse o texto original”, no mesmo box, em tamanho 14, Flama - 500 e caixa-alta; e nas palavras que abrem cada capítulo, que estão em Flama - 500, tamanho 12 e caixa alta. Nos vídeos, usa-se quase exclusivamente a fonte Flama, alternando Bold, Regular e Itálico (para os destaques nas falas de Dias), sempre em caixa-alta, com variados tamanhos. Por fim, analisando-se o título da

<sup>58</sup> A forma regular ou romana de um tipo é sua versão “normal e ereta” (LUPTON, 2013, p.44).

<sup>59</sup> O bold é a forma mais escura e grossa das letras, desenhada para se destacar (LAWLER, 2006).

<sup>60</sup> A Estado Headline está presente no site do Estadão desde maio de 2014 e foi desenvolvida com exclusividade para a empresa pela fundidora portuguesa Feliciano Type Foundry (SILVA, 2014, p.185).

<sup>61</sup> A Flama foi desenvolvida em 2002 pela Feliciano Type Foundry.

matéria, na introdução, observa-se o uso de uma fonte de *display* (WHITBREAD, 2002, p.176).

VONTADE	Flama - 300 58px
DE MATAR	Flama - Bold 58px
Terceira parte do vídeo	Flama - Regular 14px
SALVADOR D'AQUINO	Flama - Bold 13px
REPRODUÇÃO / ESTADÃO	Flama - 600 10px
DECIDIU: O SARGENTO	Flama - 500 12px
VONTADE DE MATAR	Flama - Regular 15px
Fausto Macedo / Estadão	Flama - Bold 14px
ACESSE O TEXTO ORIGINAL	Flama - 500 14px

Figura 25: Fontes sem serifa utilizadas na reportagem.  
Fonte: Próprio autor.

As escolhas tipográficas são na maioria dos casos adequadas. A Freight Text Pro remete a fontes famosas como Times New Roman<sup>62</sup> – produzida para ter máxima legibilidade e considerada um tipo universal (SILVA, 2014, p.103) – e Georgia<sup>63</sup> – “amplamente usada na Internet” (LUPTON, 2013, p.68) e pensada para a tela (SILVA, 2014, p.109). A escolha por uma fonte que, ainda que nova, se aproxima do que já estamos acostumados é correta para um texto longo como este (WHITBREAD, 2002, p.186). Foi uma opção pelo simples e seguro, desde a fonte até o espaçamento entre as letras e as linhas. Conseguiu-se assim, obter legibilidade nos maiores blocos de texto, proporcionada em grande parte pelas serifas, que dão fluidez ao olhar por possibilitar que ele se mantenha na linha do texto, facilitam a diferenciação entre os caracteres e dão ritmo a leitura (FERREIRA, 2014, p.61). Efeito semelhante para a legibilidade ocorre com o uso da Estado Headline. Entretanto, desta vez seu uso é no título e tem como provável intenção identificar-se com o próprio site do Estadão (onde será possível ver o texto original), que usa tal fonte.

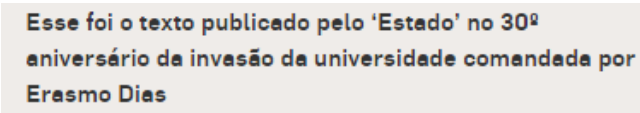
A fonte sem serifa Flama é, segundo a própria fundidora, geométrica e mistura aspectos das tradições europeia e americana<sup>64</sup>. A escolha pela fonte sem serifa é adequada. Se por um lado, esse tipo de fonte pode dificultar a leitura, por outro ele facilita o reconhecimento do formato das letras e chama a atenção. É por isso que seu

<sup>62</sup> Criada em 1929, por Stanley Morison, para o jornal The Times, ela se tornou uma das mais populares do século XX e está presente no Windows desde 1990 e no Macintosh desde 1985 (SILVA, 2014, p.103).

<sup>63</sup> Desenhada por Matthew Carter para a Microsoft na metade dos anos 1990 (SILVA, 2014, p.109).

<sup>64</sup> Disponível em: <<http://www.felicianotypefoundry.com/cms/fonts/flama>>. Acesso em 28 mai. 2015.

uso onde há pouco texto e em lugares de destaque, como títulos é recorrente (WHITBREAD, 2002, p.172). Além disso, a escolha pela sem serifa para tamanhos menores é correta, visto que elas funcionam melhores que serifadas nestes casos (WHITBREAD, 2002, p.172). Há, entretanto, uma opção questionável de tipografia para a linha de apoio do box, em Flama - 500, caixa-baixa e tamanho 14. A legibilidade nesse caso fica evidentemente comprometida pela distorção de algumas letras, especialmente “a” e “e”, cujos ocos pequenos são preenchidos (Fig. 26).



Esse foi o texto publicado pelo 'Estado' no 30º  
aniversário da invasão da universidade comandada por  
Erasmo Dias

Figura 26: O uso da Fonte Flama - 500 em tamanho 14 e caixa-baixa dificulta a leitura, principalmente pelo “a” e “e” com ocos/miolo pequenos demais.  
Fonte: Próprio autor.

Quanto ao uso da fonte *display* para o título da reportagem é necessário salientar que fontes como essa são adornadas e, portanto, recomendadas somente para títulos, como é o caso. Elas emprestam uma atmosfera ao texto (WHITBREAD, 2002, p.176) e nessa situação cumprem bem seu papel, por remeter a um imaginário bélico, militar.

Cabe destacar que quando testadas em suportes móveis, não há alteração em nenhuma das fontes, que seguem com a mesma legibilidade que na tela do computador.

Finalmente, analisando-se qualitativamente o *grid*, percebe-se que mesmo que ele seja pouco rígido, havendo objetos – como a galeria de fotos – que extrapolam seus limites, ele cumpre sua função de garantir uniformidade e consistência, através do controle e divisão do espaço. O *grid* tal como disposto, com imagens ao lado do texto, também lembra a diagramação de um livro. Quando analisado no *tablet*, o *grid* se mantém o mesmo. No *smartphone*, entretanto, ele irá se desfigurar completamente, sendo impossível detectar-se uma consistência, o que dificulta a leitura.

A **multimedialidade** em “Rota 66, a confissão” é explorada através de recursos bem elaborados. Os vídeos foram produzidos especialmente para a reportagem online e funcionam como um minidocumentário de 10min06s. Por isso, é possível perceber a aplicação de recursos artísticos e não simplesmente jornalísticos, seja nas imagens desfocadas ou nos enquadramentos menos convencionais. As reportagens contam com *offs*, *letterings*, depoimentos acompanhados de rótulos, imagens estáticas, imagens em movimento e créditos ao fim do vídeo. Possivelmente pelo caráter documental, o *stand up* foi deixado de lado. O logotipo do Estadão está sempre presente.

As imagens em movimento do vídeo são, basicamente, cenas de carros à noite e

faróis desfocados – exceção é uma filmagem na praia (no primeiro vídeo), que seria utilizada também na abertura do capítulo 1, ao fundo do título. É identificável, ainda, uma cena que se aproxima à simulação de uma perseguição (no segundo vídeo). As imagens estáticas são fotos antigas, de arquivo (as mesmas que aparecem nas galerias e nas fotografias individuais), que ganham movimento seja por deslizarem na tela ou pela aplicação de efeitos que geram a ideia de três dimensões (Fig. 27). As imagens de arquivo e do trânsito noturno são majoritariamente em preto e branco, com alguns tons de vermelho.



Figura 27: Sequência de *frames* mostra como a aplicação de efeitos modifica a perspectiva das fotografias. Percebe-se a mudança de posição dos jovens com relação ao fundo.

Fonte: Próprio autor.

Durante todo o terceiro vídeo – e brevemente no final do segundo –, o *off* com a declaração de Erasmo Dias aparece, acompanhado de legenda e com destaques para trechos de sua fala. O *off* também seria utilizado na declaração de outros entrevistados, mas é na participação de Dias que ele fica marcado, por ser o único recurso possível (Fig. 28). No último vídeo, aliás, a utilização do áudio é destacada com a utilização do efeito de ondas sonoras por cima das imagens estáticas. A trilha sonora do vídeo é essencialmente instrumental e a exceção é quando trechos de “Fortaleza” (Chico Buarque) e “Que fim levaram todas as flores?” (Secos e Molhados), símbolos dos anos 1970, são tocados.



Figura 28: *Off* de Dias é acompanhado de ondas sonoras, legenda e destaques.

Fonte: Próprio autor.

O áudio é de elaboração mais simples, sendo exclusivamente a declaração de Erasmo Dias, sem a utilização de efeitos sonoros, música ou qualquer outro recurso.

O infográfico “Direção de entrada das balas” conta com ilustrações digitais que reproduzem as do laudo e aponta por meio de setas a direção de entrada das balas. Duas legendas acompanham-no. Da mesma forma, o mapa estático conta apenas com indicações de cinco pontos, cujas legendas explicam momentos importantes da perseguição. São, portanto, de simples elaboração (Fig. 29)

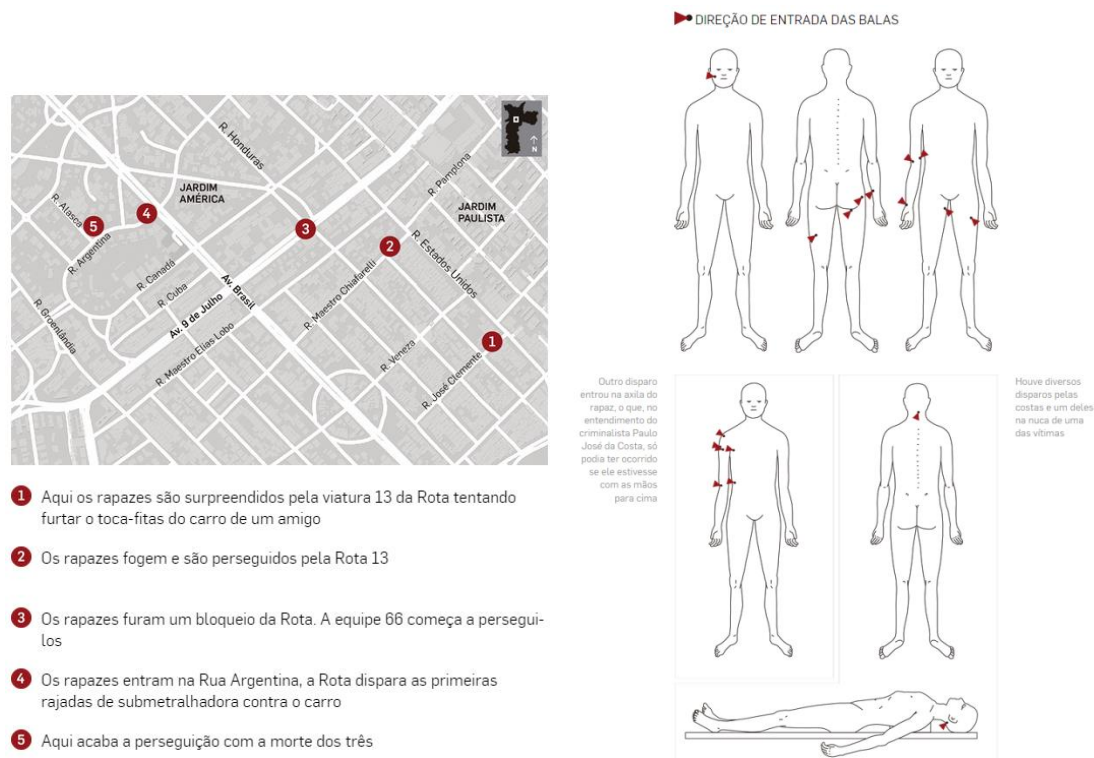


Figura 29: À esquerda, o mapa estático; à direita, o infográfico estático “Direção de entrada das balas”.

Fonte: Próprio autor.

Diferentemente, o infográfico “As armas do caso” tem um grau de elaboração um pouco mais alto. Ilustrações digitais mostram quatro diferentes armas. Um texto informa seus aspectos técnicos (alcance, calibre, comprimento, peso e tiros) e diferencia o armamento dos policiais da Rota daquele que teria sido apreendido. O diferencial está na interatividade. Ao clicar no botão de *play*, ouve-se o som do disparo de cada uma das armas e uma linha em movimento reproduz a velocidade e a frequência do tiro.

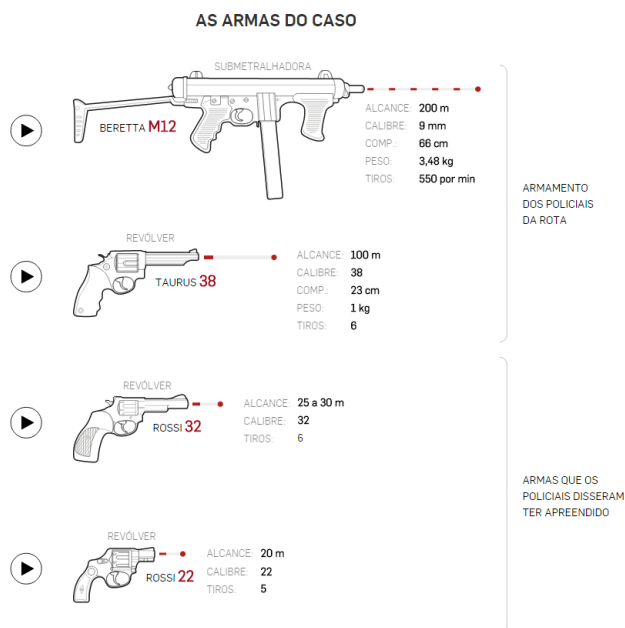


Figura 30: Infográfico interativo “As armas do caso”.  
Fonte: Próprio autor.

Ambos os infográficos são jornalísticos, por estarem focados em um assunto singular e não genérico. Eles dizem respeito exclusivamente ao caso em questão – ainda que “As armas do caso” contenha traços de uma infografia enciclopédica. Enquanto “Direção de entrada das balas” é um material pertencente à primeira geração de infografias, por ser concebida a partir das mesmas lógicas do jornalismo impresso, “Armas do caso” é de terceira geração, já que explora a multimídia e só seria possível na plataforma *Web*.

Destaca-se que o infográfico interativo não dá, por não haver sequencialidade, a possibilidade de avanço, mas apenas de clique em cada botão de *play*. Já as galerias de fotos oferecem duas possibilidades de avanço, ambas manuais. Clicando-se para que ela abra, o avanço se dará por meio de setas que apontam para as duas direções (não há uma ordem para as fotografias). Não clicando, pode-se ver as fotografias deslizando a galeria com o mouse. Quanto às fotografias – não só as de galerias, mas todas –, cabe destacar que a maior parte é do arquivo do Estadão ou de acervo pessoal, sendo exceção apenas as fotos dos entrevistados.

Uma análise qualitativa da utilidade dos recursos multimídia permite perceber uma variedade de possibilidades. Na introdução, o recorte de jornal insinua a relevância do acontecimento. No capítulo 1, as fotos individuais têm como função apresentar ao leitor os personagens da história e o Clube Paulistano, além de mostrar que o irmão de Chiquinho não esqueceu o passado (na última foto, veem-se dois retratos da sua

juventude). A galeria de imagens proporciona o entendimento, mesmo que superficial, do estilo de vida dos jovens. Portanto, tudo aí enriquece o texto e é complementar.

No capítulo 2, as fotos dos entrevistados têm um papel mais ilustrativo, ainda que não se possa ignorar que suas imagens induzirão, inevitavelmente, o leitor a formar um juízo de valor a respeito destas pessoas – da mesma forma que o fizera no capítulo anterior. A foto de Geisel com Paulo Martins ilustra os dois personagens citados no texto, já a do fusca tem função complementar importante por indicar onde foram disparados os títulos. A primeira galeria traz informações importantes com as fotos do local das mortes, da perícia e das armas. A segunda busca transparecer a emoção dos parentes dos jovens no dia do ocorrido, também enriquecendo a narrativa. Por sua vez, a última galeria do capítulo transporta o leitor ao local da perseguição. Todas elas são, portanto, complementares.

No último capítulo, a primeira foto de Erasmo Dias mostra quem é o homem que fez a confissão, sendo complementar ao texto. A foto de Dias com um fuzil e a do carro da Rota têm caráter ilustrativo. A galeria sobre a atuação da Rota é ilustrativa, ainda que enriqueça por mostrar a truculência de suas ações. As fotos da galeria sobre Erasmo Dias são ilustrativas, enquanto as da invasão da PUC são complementares ao texto.

Todas as fotos de abertura de capítulos, ao fundo dos títulos, são redundantes, visto que já aparecem nos vídeos ou nos capítulos, mas cumprem função decorativa.

Os vídeos são complementos ao texto, trazendo algumas informações que não estão no texto, mas mantendo a essência deste. Eles podem, no entanto, ser vistos de maneira independente, sem o acompanhamento do material escrito. Exceção se faz ao redundante vídeo da íntegra que compila os três anteriores.

Os infográficos “Direção de entrada das balas” e “As armas do caso” complementam a narrativa, reforçando a versão de que não poderia ter havido confronto. O mapa estático tem uma razão complementar de situar geograficamente o leitor no local do ocorrido. Por fim, o áudio tem grande importância, complementando o texto e trazendo uma novidade.

Analisando-se a **hipertextualidade**, percebe-se a redundância dos *links*, que levam ao mesmo lugar – no caso daqueles incorporados à própria reportagem. Ainda assim, há aqueles *links* que exercem função de dar sequência a narrativa, como “Próximo capítulo” e “Voltar”. Da mesma forma, “A turma do Paulistano”, “A noite do crime”, “Vontade de matar” e “Créditos”, localizados na barra inferior, levarão às respectivas páginas. No mesmo local, o logotipo da reportagem levará ao capítulo



introdutório e a marca do Estadão, à seção de infográficos do site.

Outro ponto interessante a se perceber é que os vídeos estão publicados no Youtube. Sendo assim, são eles próprios *links* embedados em um outro site.

Se a **interatividade** é limitada, de acordo com a avaliação quantitativa, é preciso entendê-la também com um olhar qualitativo. Ela se resume, basicamente, à reação do site a determinados movimentos. Isto é, ao clicarmos para trocar de página, expandir a galeria ou o vídeo, acessarmos *links*, disparar o *play* de áudios, vídeos e infográficos ou ao passarmos o mouse por cima das fotos para vê-las com cores. Uma reação interessante do site também se dá ao rolarmos a barra para ler o restante do texto. Nesse momento, fotos, vídeos, boxes, mapas e infográficos aparecem e somem de acordo com o ponto em que o leitor se encontra.

A resposta aos dispositivos móveis também precisa ser considerada aqui. Percebe-se que, ao se acessar pelo *tablet*, o layout de “Rota 66, a confissão” responde perfeitamente, adaptando-se às novas dimensões da tela. Se visualizado na vertical, a reportagem também adequa-se de maneira satisfatória, reestruturando sua diagramação, que fica mais estreita e comprida. Entretanto, a rotação gera algumas falhas, como a distorção no *grid*, que pouco atrapalha a leitura, com exceção dos infográficos, que exigem que a tela seja deslizada para o lado para que se leia todo o texto.

No *smartphone*, a situação é um pouco pior. Na leitura vertical, natural ao telefone móvel, o texto fica completamente cortado, sendo necessário deslizar a tela para lê-lo – ainda assim com dificuldades. A barra inferior, por sua vez, sequer aparece completa em alguns modelos. Com a rotação, a adaptação segue inexistente. Mesmo na horizontal, o texto não aparece por completo na tela e o menu da barra inferior segue incompleto. Já as imagens em movimento dos inícios dos capítulos ficam estáticas.

O uso da **memória** em “Rota 66, a confissão” cumpre essencialmente a função de contextualização ou mesmo de comprovação do que é afirmado no texto. No capítulo introdutório recorre-se ao jornal impresso buscando contextualizar o que ocorreu e recuperar a história, associando-se o material da edição impressa à edição online, qualidade importante segundo Palacios e Ribas (2011). Da mesma forma, no terceiro capítulo, a reportagem “Sequelas da invasão da PUC continuam” recupera a história.

#### 4.4 Discussão dos resultados

“Rota 66, a confissão” é uma reportagem pensada para a Internet. Sem o advento do ciberjornalismo, projetos como esse não poderiam ser executados. Afirma-se isso,



porque é só com a possibilidade de exploração da multimídia, da hipertextualidade e da interatividade proporcionada pela *Web* que a reportagem se fez viável nesse formato. Entretanto, dizer isso não significa, é claro, assumir que tais potenciais foram utilizados à exaustão, ou mesmo com a devida profundidade. É preciso analisar até que ponto o uso do multimídia, da interatividade, do hipertexto e da memória auxiliou para que essa narrativa se configurasse como uma representante de um formato inovador e que contribuiu para um novo cenário no jornalismo.

Analisando-se os planos de estrutura, esqueleto e superfície, a partir de Garrett (2011), percebe-se harmonia, clareza e eficiência nas opções feitas na produção da reportagem. Os requisitos de conteúdo são pensados a partir da multimídia proporcionada pela *Web*. O plano de estrutura trouxe dos livros a referência e insinuou assim a sequência de leitura do usuário, que veio a se tornar o principal recurso interativo. O “*snow fall*” é a aposta naquilo que mais tem impressionado visualmente os jornalistas e é apontado como uma saída revolucionária para o ciberjornalismo<sup>65</sup>, por ser multimídia e interativa.

Para implementar esta estrutura, aplicou-se um plano do esqueleto que, de maneira geral, proporciona uma boa experiência de navegação, deixando o usuário localizado. No plano da superfície, há uniformidade, legibilidade e clareza, pela escolha adequada de fontes, cores e grid (exceção se faz no acesso pelo *smartphone*). Visualmente, o projeto é moderno, atraente e coerente com a proposta da reportagem.

Avançando-se para a análise dos elementos característicos da Internet, tomando-se como base Palacios *et al*, é preciso esmiuçar cada aspecto e refletir com a ajuda de apontamentos de outros autores.

Mesmo estando entre as características mais definidoras da Internet e sendo a própria natureza do ciberjornalismo (SCHWINGEL, 2008), a hipertextualidade é pouco utilizada em “Rota 66, a confissão”. Os *links* externos levam somente a duas páginas de arquivo enquanto os *links* dentro da reportagem conduzem a navegação. Deve-se destacar que a opção pelo hipertexto remetendo ao arquivo do Estadão é adequada, por ser enriquecedora, ainda que complementar e não essencial, mas é questionável o fato de três *links* levarem para o mesmo lugar. Mais que isso, o recurso do hipertexto poderia ser melhor explorado no restante da matéria. Citando-se apenas alguns exemplos,

---

<sup>65</sup> Artigo do Observatório da Imprensa, de maio de 2013, analisa o projeto “Snow Fall” e o futuro do jornalismo. Disponível em: <[http://observatoriodaimpresa.com.br/monitor-da-imprensa/\\_ed746\\_o\\_projeto\\_snow\\_fall\\_e\\_a\\_o\\_futuro\\_do\\_jornalismo/](http://observatoriodaimpresa.com.br/monitor-da-imprensa/_ed746_o_projeto_snow_fall_e_a_o_futuro_do_jornalismo/)>. Acesso em 18 mai. 2015.

quando se fala de figuras públicas com notabilidade, como Erasmo Dias, Roberval Conte Lopes, Celso Vendramini e Vladimir Herzog, ou mesmo do partido Arena ou da obra de Caco Barcellos, existe farto material disponível na Internet que poderia contribuir com a construção dos personagens, o enriquecimento da narrativa e a contextualização da reportagem. Há de se ressaltar, é verdade, que a utilização de *links* que remetam a páginas que não as de órgãos oficiais ou do próprio veículo, é pouco comum na mídia, e por isso não é surpreendente a ausência destes. A prática, que se orienta pelo princípio de reter o leitor no site do veículo e não dar audiência a concorrentes, é compreensível se analisada pela lógica do mercado, que, como Marshall (2003) afirma, costuma reger a prática do jornalismo – e não é diferente no ciberjornalismo. Mas não se pode negar que essa opção gera perda para o leitor, que se limita às fontes que o veículo aceita, por política editorial, vincular seu material.

O uso da memória, que na reportagem é acessada pelo hipertexto, merece análise semelhante. Sua utilização para mostrar a cobertura do Estadão das mortes dos jovens no dia seguinte a que elas ocorreram e para lembrar a invasão da PUC é adequada e tem importante caráter complementar. Ainda assim, ela é subutilizada em outros momentos. Em especial no terceiro capítulo, que relembra acontecimentos de notoriedade pública, o recurso cairia bem para compor a narrativa e resgatar alguns fatos citados, como a morte de três presos políticos (incluindo Herzog) e a colocação da União Nacional dos Estudantes na ilegalidade. Ressalta-se que são usos meramente complementares da memória, não havendo, de maneira alguma, a total necessidade de sua utilização para a compreensão da narrativa, mas somente para seu enriquecimento e contextualização. Porém, é também nesse sentido que se pode usar o hipertexto para resgate da memória.

A multimídia é provavelmente o grande diferencial de “Rota 66, a confissão”, que reúne áudio, foto, infografia e vídeo, sendo os dois últimos pensados exclusivamente para esta reportagem. É preciso destacar a produção de conteúdo exclusivo, já que isso é raro mesmo em algumas matérias multimídia. Portais de veículos que possuem canais de TV muitas vezes disponibilizam na matéria o vídeo exibido em um telejornal, por exemplo. A reportagem em questão, por sua vez, conta com um cuidadoso trabalho audiovisual, reunido em um documentário de 10 minutos.

Mesmo toda a dedicação na produção de material multimídia, contudo, poderia não significar grande acréscimo ao produto final. Como Canavilhas (2007) ressalta, é necessário integração e não somente complementaridade dos conteúdos para que se possa falar de uma nova linguagem. Salaverría (2014) acrescenta a necessidade de

coordenação sem competição. O material multimídia apresentado em “Rota 66, a confissão” aparece de maneira integrada e coordenada. Texto, fotos, infografias, áudio, vídeos e mapa complementam a narrativa harmoniosamente, não são meros apêndices. É importante nesse sentido, a contribuição do layout, com os três planos funcionando de maneira adequada, como previamente analisado. Mesmo quando, na avaliação quantitativa, foi identificado um considerável grau de recursos meramente ilustrativos ou redundantes não se pode descartar a contribuição destes para a narrativa. A íntegra do vídeo é importante, mesmo que redundante, já que se configura como um minidocumentário que poderia ser assistido independentemente do texto. Já as imagens de fundo dos capítulos são redundantes, mas cumprem papel artístico dentro do plano da superfície. Os recursos ilustrativos, por sua vez, mesmo que não enriqueçam a reportagem, inevitavelmente gerarão novas sensações ao leitor, tendo assim o seu valor.

A interatividade nesta reportagem está muito mais na forma como o leitor faz a sua narrativa a partir do que está previamente desenvolvido do que propriamente na responsividade do meio e na construção de conteúdo colaborativo. Como classificaria Rost (2006), ela é mais seletiva do que comunicativa. De acordo com a definição de Primo (2009), a interação de “Rota 66, a confissão” é reativa, isto é, com trocas previstas, fundamentadas por processos automatizados de ação e reação. A interatividade é ainda, segundo a distinção de Jensen (1998 *apud* CANAVILHAS, 2007), de consulta, em que o usuário requer algo já pré-produzido. Caberá ao usuário apenas construir sua ordem de leitura, navegando e escolhendo os caminhos a ser percorridos, o que, para Schwingel (2008), constitui o nível mais baixo de interação.

Desta forma, percebe-se que, enquanto a multimídia é devidamente utilizada pela reportagem, a interatividade, a hipertextualidade e a memória não são exploradas a fundo. Vários fatores podem ter levado a isso – desde questões mais objetivas, como falta de tempo ou de recursos, até as mais subjetivas, como escolhas jornalísticas ou mesmo o fato de os repórteres não terem visualizado essas possibilidades. Ainda assim, a rasa exploração de alguns aspectos não significa menor qualidade do produto ciberjornalístico. Apenas apontou-se como os recursos foram e poderiam ser utilizados.

Ainda é importante salientar a constatação de que há uma forte relação entre os elementos analisados neste trabalho. Percebe-se que os quatro aspectos apresentados e os planos apontados por Garrett (2011) são indissociáveis. Pensar hipertextualidade, interatividade, multimídia e memória exige pensar os planos de estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície e vice-versa. É fundamental traçar estratégias e

objetivos, estabelecer requisitos e demandas, definir como cada elemento se ligará, como cada nó se relacionará, como a reportagem irá se estruturar. Da mesma forma, é imprescindível que o esqueleto funcione de maneira adequada para que a navegação seja clara e que a superfície seja atrativa e funcional, buscando uma experiência agradável. Caso contrário interatividade, multimídia, hipertexto e acesso à memória não serão possíveis pela falha nos planos de estrutura, esqueleto e superfície.

Outro ponto interessante não deve ser esquecido. A reportagem estudada está inserida na seção de infográficos do site do Estadão – sendo acessada através do endereço <[infograficos.estadao.com.br/especiais/rota-66-confissao/](http://infograficos.estadao.com.br/especiais/rota-66-confissao/)>. Tal classificação transparece como esse tipo de material é entendido na dinâmica de produção jornalística. Não há dúvidas de que não se trata de um infográfico, mas de uma reportagem. Porém, seu lugar é diferente do ocupado pelas reportagens tradicionais.

“Rota 66, a confissão” enquadra-se como produto próprio do ciberjornalismo. Mas, como diz Viada (2014), o jornalismo é jornalismo não importando a plataforma. Por isso, o objeto em questão aliou a inovação à tradição. Isto é, se localiza no contexto da Internet, mas traz da tradicional reportagem a sua essência. Como afirma Martínez Albertos (1962 *apud* MARTÍNEZ ALBERTOS, 1983), a reportagem tem caráter literário, artístico e se propõe a uma narrativa mais extensa. Tais aspectos são percebidos nos vídeos, nos textos e mesmo na divisão em capítulos e na estrutura sequencial da reportagem. A humanização (SODRÉ; FERRARI, 1986) dos personagens e a descrição dos ambientes também são essenciais à reportagem e aparecem em “Rota 66, a confissão”. Tudo isso, contudo, é feito sem que se perda a objetividade, já que a matéria atém-se aos fatos, trazendo depoimentos de envolvidos no caso (inclusive em áudio) e laudos médicos que sustentam a apuração. A reportagem trabalha também dentro dos princípios da ética, informando o público, com a verdade como dever fundamental e o respeito da pessoa humana como limite (CORNU, 1999). Para além da pura objetividade, que Pavlik (2001) considera como “inatingível meta”, “Rota 66, a confissão” é rica em texturas, proporcionadas exatamente pela narrativa multimídia, que contribui para um “jornalismo contextualizado” (PAVLIK, 2001).

A partir dessa análise é possível perceber como a Internet pode contribuir para um novo formato de jornalismo. O ciberjornalismo, do qual “Rota 66, a confissão” é exemplo, explora as possibilidades oferecidas pela *Web* e as soma aos princípios definidores do campo para reconfigurar o cenário.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou identificar e avaliar como elementos característicos do ciberjornalismo se apresentam (ou não) em uma reportagem desenvolvida especialmente para a *Web*. Por meio desse objeto singular, procurou-se refletir sobre os elementos que vêm reconfigurando o jornalismo direcionado às plataformas digitais.

Através da revisão bibliográfica, no capítulo “O jornalismo e o cenário digital” foi possível apreender os conceitos básicos do jornalismo, como notícia e critérios de noticiabilidade, cultura profissional, ética e objetividade, que buscamos problematizar a partir dos polos ideológico e econômico do jornalismo. Consideramos como o ciberjornalismo poderia proporcionar o jornalismo contextualizado (PAVLIK, 2001) aliado ao jornalismo de desenvolvimento (KUNCZIK, 1997).

Avançando-se para o capítulo seguinte, percebeu-se por que o ciberjornalismo pode se tornar uma alternativa importante ao cenário desafiador da profissão. Os elementos característicos da Internet são o diferencial nesse sentido: multimídia, hipertextualidade, interatividade, personalização, memória, instantaneidade e ubiquidade, conforme classificam Canavilhas *et al* (2014) foram aprofundados nesse capítulo. Com base em Palacios *et al* (2011), estabeleceu-se critérios de avaliação de alguns destes elementos, que foram resgatados no capítulo 4 com o objetivo de analisar o objeto. Encerrando o terceiro capítulo, buscou-se, a partir de Garrett (2011), apresentar planos que definem a experiência do usuário com um site – no caso, com a reportagem multimídia.

Chegando-se ao Capítulo 4, fez-se uma análise quantitativa e qualitativa dos dados levantados em “Rota 66, a confissão”. O objeto escolhido demonstrou-se rico em

conteúdo multimídia, que aparece de maneira integrada, como classifica Canavilhas (2007), e coordenada, conforme Salaverría (2014). Hipertextualidade, interatividade e memória, entretanto, são pouco utilizadas. A interatividade se apresenta basicamente na forma como o leitor cria a sua própria sequencialidade na narrativa. Mesmo a leitura, entretanto, é guiada por capítulos, de modo a induzir que ela seja sequencial, aproximando-se de um livro. Ainda assim, não se pode dizer que a reportagem tenha sido prejudicada pela ausência de recursos interativos.

Hipertextualidade e memória estão bastante próximas na reportagem, visto que aqueles *links* que não têm função de orientar a leitura sequencial têm como objetivo resgatar a memória, através de reportagens antigas. Mesmo assim, os dois elementos são subutilizados e poderiam ter contribuído mais para a reportagem – o que não significa que sua presença fosse fundamental, mas sim complementar.

Todos esses elementos característicos do ciberjornalismo são bem amarrados graças à boa aplicação dos planos apontados por Garrett (2011). Hipertextualidade, interatividade, multimídia e memória só funcionam se pensados conjuntamente com os planos de estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Em “Rota 66, a confissão”, tudo isso funciona, aliando vídeo, áudio, infografia, mapa, texto e fotografia, sem que o usuário fique desorientado por falhas no design.

A reflexão sobre de que maneira o ciberjornalismo se apropria das potencialidades da Internet, não pode, porém, resumir-se a isso. Como relatado, “Rota 66, a confissão” não era o objeto de análise inicial, mas sim a Operação Lava Jato. É significativo que essa alteração tenha ocorrido. Um dos temas mais debatidos pelos veículos jornalísticos nos últimos meses parece não ter tido a abordagem completa – que envolva as características da *Web* apontadas – e visualmente atrativa que merecia. Pode-se perceber que se impôs a realidade da rotina jornalística: nem sempre é possível aprofundar-se nas potencialidades da Internet e produzir um material completo quando se está dentro desse contexto.

Voltando ao debate de Kunczik (1997) e Pavlik (2001), o jornalismo contextualizado e de desenvolvimento propostos por eles não é alcançado apenas pela mera apropriação dos aspectos do ciberjornalismo aliado a uma interface amigável decorrente de um design bem estruturado. Em especial o conceito trazido pelo primeiro envolve algo mais profundo, que exige a superação de barreiras econômicas, políticas e profissionais que restringem a produção do jornalismo por ele proposto. Mesmo quando se traz a inovação para o jornalismo, com a utilização de novas ferramentas é preciso

manter-se dentro dos princípios que regem, ao menos em teoria, desde sempre a profissão. Os ideais de verdade, ética, função pública do jornalismo e objetividade devem seguir presentes mesmo com todas as mudanças identificadas no cenário. A busca pela inserção de todos dentro da sociedade, ampliando a cidadania e a democracia, ressaltada por Kunczik (1997), pressupõe mais que avanços tecnológicos. Exige também o questionamento das barreiras que historicamente impediram o desenvolvimento do jornalismo como idealizado.

Com isso em mente, não se pode afirmar que a Internet já proporcionou a superação de tais dilemas. Mas percebe-se que, sim, ela oferece caminhos para isso. Reportagens como “Rota 66, a confissão” demonstram essa possibilidade de se fazer um jornalismo aprofundado, contextualizado e de desenvolvimento.

## REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia. O Jornalista: do mito ao mercado. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis – v. 2, n.1, 1º semestre de 2005, p. 45-57. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/viewFile/5928/5399>>. Acesso em 07 jun. 2015.

AMARAL, Inês. **A interactividade na esfera do Ciberjornalismo**. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-ines-interactividade-esfera-ciberjornalismo.pdf>>. Acesso em 07 mar. 2015.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.) **Jornalismo e mobilidade: O jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, Livros Labcom, 2013, p. 33-54. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130404-201301\\_joaocanavilha\\_noticiasmobilidade.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130404-201301_joaocanavilha_noticiasmobilidade.pdf)>. Acesso em 05 mar 2015.

BARBOSA, Suzana. **O que é jornalismo digital em Base de Dados**. In CD Anais XV Compós - Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Bauru, UNESP, Julho de 2006. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2006\\_Barbosa\\_Compos.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2006_Barbosa_Compos.pdf)>. Acesso em 05 mar. 2015.

BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana. Ferramenta para Análise de Hipertextualidade em Cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (org.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo** (Volume 1: Modelos). Covilhã: LabCom, 2011, p. 37-50.

BARDOEL, Jo, DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: **Australian Journalism Review** 23 (2), p.91-103, 2001. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.8231&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em 12 mar. 2015.



BECKER, Beatriz; BARREIRA, Ivone. Snow Fall: uma avalanche de criatividade e de desafios para o Ensino de Jornalismo. In: **Revista Contracampo**. Niterói - v. 28, n. 3, ed. dez-mar, 2013, p. 73-91. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/587/379>>. Acesso em 19 mai. 2015.

BELTRÃO, Luiz. **A imprensa informativa**. São Paulo: F. Masucci, 1969.

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: EDUSC, 1999.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BORRÀS CASTANYER, Laura. **De la estética de la recepción a la estética de la interactividad**: Notas para una hermenéutica de la lectura hipertextual. Barcelona: Hermeneia Internet Interdisciplinary Institute, 2004. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/940299.pdf>>. Acesso em 09 mar. 2015.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. P. 111-136. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em 13 mar. 2015.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar**: Um guia de cultura digital na era da informação. Texas: Knight Center for Journalism in the Americas, 2007. Disponível em: <[https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo\\_20.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf)>. Acesso em 01 abr. 2015.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CABRERA GONZÁLEZ, M.A. Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. In: Estudios sobre la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia, n. 7, 2000, p.71-78. Disponível em <[http://www.ucm.es/info/periodI/Period\\_I/EMP/Numer\\_07/7-4-Comu/7-4-01.htm](http://www.ucm.es/info/periodI/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm)>. Acesso em 09 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. **A internet como memória**. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>. Acesso em 06 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. **Do jornalismo online ao Webjornalismo**: formação para a

mudança. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>>. Acesso em 06 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo para dispositivos móveis**: informação hipermultimediática e personalizada. Atas do IV CILCS - Congresso Internacional Latina de Comunicación, 2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-para-dispositivos-moveis.pdf>>. Acesso em 12 mai. 2015.

CANAVILHAS, João. **Hipertexto e recepção de notícias online**. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-hipertexto-e-recepcao-noticias-online.pdf>>. Acesso em 09 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. **The news on Webjournalism**: A reading on image and architecture of information. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-the-news-on-webjournalism.pdf>>. Acesso em 09 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>. Acesso em 05 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: Considerações gerais sobre jornalismo na web. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>. Acesso em 09 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em 05 mar 2015.

CANAVILHAS, João. **Webnoticia**: propuesta de modelo periodístico para la WWW. Covilhã: Livros Labcom, 2007. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas\\_webnoticia\\_final.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf)>. Acesso em 06 mar. 2015.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In:

CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. P. 3-24. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em 13 mar. 2015.

CASTELLS, Manuel. **La galaxia Internet**. Barcelona: Areté, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: Para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

COSTA, Lailton Alves da. Genêros Jornalísticos. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

DEL BIANCO, Nélia. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-Internet-mudanca-jornalismo.pdf>>. Acesso em 01 abr. 2015.

DEUZE, Mark. **What is multimedia journalism?**. Journalism Studies (online), Vol. 5, n. 2, p. 139 – 152. 2004. Disponível em: <<http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/deuzemultimediajs.pdf>> Acesso em 06 mar. 2015.

DEUZE, Mark. **The Web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online**. New Media & Society. London: SAGE, v.5(2), 2003, p.203-230. Disponível em: <<http://www.multidesign.org/lib/Mark+Deuze+-+The+web+and+its+journalisms.pdf>>. Acesso em 14 abr. 2015.

DIAZ NOCI, Javier. La interactividad y el periodismo online: una aproximación teórica al estado de la cuestión. **Diálogos Possíveis: Revista da Faculdade Social da Bahia**. Salvador – Ano 5, n. 2, p.9-28, jul/dez 2006. Disponível em: <[http://www.academia.edu/4992942/La\\_interactividad\\_y\\_el\\_periodismo\\_online\\_una\\_aproximaci%C3%B3n\\_te%C3%B3rica\\_al\\_estado\\_de\\_la\\_cuesti%C3%B3n](http://www.academia.edu/4992942/La_interactividad_y_el_periodismo_online_una_aproximaci%C3%B3n_te%C3%B3rica_al_estado_de_la_cuesti%C3%B3n)>. Acesso em 09 mar. 2015.

Estadão. **Rota 66: A Confissão**. Disponível em: <<http://infograficos.estadao.com.br/especiais/rota-66-confissao/>>. Acesso em 28 abr. 2015.

Estadão. **Rota 66, a confissão**. Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,rota-66-a-confissao,1674581>>. Acesso em 10 mai. 2015.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

FERREIRA, Carolina. **Formas (In)visíveis**: A influência da forma das serifas na legibilidade de textos longos. (Dissertação de mestrado em Design Gráfico e Projectos Editoriais). FBAUP, 2014. Disponível em: <<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/77899/2/108201.pdf>>. Acesso em 12 mai. 2015.

FIRMINO, Fernando. **Jornalismo móvel digital**: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. (Tese de doutorado em Comunicação) UFBA, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20silva.pdf>>. Acesso em 12 mai. 2015.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience**: User-Centered Design for the Web and Beyond. Berkeley: New Riders, 2011.

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

JENSEN, Jens. Interactivity: tracking a new Concept in media and communication studies. **Nordicom Review**, n.19, p. 185-204, 1998. Disponível em: <[http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/interactivity\\_tracking\\_a\\_new\\_concept\\_in\\_media\\_and\\_communication\\_studies.pdf](http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/interactivity_tracking_a_new_concept_in_media_and_communication_studies.pdf)>. Acesso em 12 mar. 2015.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**: Norte e Sul: Manual de Comunicação. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

LARRONDO URETA, Ainara. El reportaje se reinventa en la red: estructura del reportaje hipertextual. **Revista Latina de Comunicación Social**. Tenerife - n. 57, jan-jun. 2004. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm>>. Acesso em 05 mar. 2015.

LAWLER, Brian P.. Typographic Terms. In: **Official Adobe Print Publishing Guide, Second Edition: The Essential Resource for Design, Production, and Prepress**. : Berkeley: Adobe Press, 2006. Disponível em: <[https://www.adobe.com/studio/print/pdf/typographic\\_terms.pdf](https://www.adobe.com/studio/print/pdf/typographic_terms.pdf)>. Acesso em 08 jun. 2015.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: O futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014. P. 137-158. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em 13 mar. 2015.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MACHADO, Elias. *et al.* O Jornalismo digital no Diário.com.br: modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense Online. **Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), 2008. Disponível em <<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coordenada4eliasmachado.pdf>>. Acesso em 11 mar. 2015.

MACHADO, Elias. O Jornal Digital como Epicentro das Redes de Circulação de Notícias. In: **Pauta Geral**, Ano 9, N.º 4. Salvador: Calandra, 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/87043078566431149814623784336552249235.pdf>>. Acesso em 14 mar. 2015.

MALIK, Om. **O projeto “Snow Fall” e a o futuro do jornalismo**. Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/\\_ed746\\_o\\_projeto\\_snow\\_fall\\_e\\_a\\_o\\_futuro\\_do\\_jornalismo/](http://observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/_ed746_o_projeto_snow_fall_e_a_o_futuro_do_jornalismo/)>. Acesso em 19 mai. 2015.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. **Curso general de redacción periodística**. Barcelona: Editorial Mitre, 1983.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MASIP, Pere; MICÓ, Josep Lluís; TEIXEIRA, Tattiana. Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (org.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo** (Volume 1: Modelos). Covilhã: LabCom, 2011, p. 81-129.

MEDEIROS, Danielle. Newsgames: tecnologia digital para difundir notícias na Internet. In: **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**. Três Corações - v. 12, n. 1, p. 221-230, jan./jul 2014. Disponível em: <[http://revistas.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/1369/pdf\\_107](http://revistas.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/1369/pdf_107)>. Acesso em 11 mai. 2015.

MESO, Koldo. *et al.* Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (org.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo** (Volume 1: Modelos). Covilhã: LabCom, 2011, p. 51-80.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do

formato da notícia na escrita hipertextual. (Tese de doutorado em Comunicação) UFBA, 2003. Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Luciana-Mielniczuk.pdf>>. Acesso em 09 mar. 2015.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web. In: **12º Compós – Encontro dos Cursos de Pós-Graduação em Comunicação**, 2003a, Recife. CD-ROM, 2003a. Disponível em: <<https://sueytemporal.wordpress.com/artigos/outros-autores/sistematizando-alguns-conhecimentos-sobre-jornalismo-na-web/>> Acesso em 07 mar. 2015.

MOTTA, Luiz Gonzaga. O Trabalho Simbólico da Notícia. **Líbero: Revista Acadêmica do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero**. São Paulo – Ano 8, n. 15/16, p.8-15, 2002.

PADILHA, Sônia. **A Internet, o Jornalista e as Inquietações**. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-padilha-Internet.pdf>> Acesso em 01 abr. 2015.

PALACIOS, Marcos . Jornalismo Online, Informação e Memória: apontamentos para debate. In: Fidalgo, Antonio; Serra, Paulo. (Org.). **Jornalismo Online: informação e comunicação online**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003, p. 75-90. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria.pdf>>. Acesso em 12 mar. 2015.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória**: Apontamentos para debate. Livro de atas – 4º SOPCOM, 2002. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)>. Acesso em 07 mar. 2015.

PALACIOS, Marcos. *et al.* Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português. In: **Comunicarte**, Portugal, vol. 1, nº 2, p. 159 – 170, set. 2002.. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_mapeamentojol.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf)>. Acesso em 09 mar. 2015.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. P. 89-110. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_Webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_Webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em 13 mar. 2015.

PALACIOS, Marcos; RIBAS, Beatriz. Ferramenta para Análise de Memória em Cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (org.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo** (Volume 1: Modelos). Covilhã: LabCom, 2011, p. 183-205.

PARRA VALCARCE, David; ÁLVAREZ MARCOS, José. **Ciberperiodismo**. Madrid: Síntesis, 2004.

PAVLIK, John. **Journalism and New Media**. Nova York: Columbia University Press,

2001. Disponível em: <[http://icank-ihisan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism\\_and\\_new\\_media.pdf](http://icank-ihisan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism_and_new_media.pdf)>. Acesso em 07 mar. 2015.

PAVLIK, John. Ubiquidade: O 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. P. 159-183. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em 13 mar. 2015.

PELLANDA, Eduardo Campos; NUNES, Ana Cecília. **A linguagem própria dos tablets para o jornalismo digital**: estudo de caso do The Daily . In: Intercom - XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2173-1.pdf>>. Acesso em 12 mai. 2015.

PENDER, Ken. **Digital colour in graphic design**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1998. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=vb0m6TedxOYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=vb0m6TedxOYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em 10 jun. 2015.

PERNISA JÚNIOR, Carlos; ALVES, Wedencley. **Comunicação digital**: jornalismo, narrativas, estética. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRIMO, Alex. Interatividade. In: SPYER, Juliano. **Para Entender a Internet – Noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. São Paulo: Não Zero, 2009. Disponível em: <[http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para\\_entender\\_a\\_Internet.pdf](http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para_entender_a_Internet.pdf)>. Acesso em 09 mar. 2015.

PRIMO, Alex ; RECUERO, Raquel da Cunha . A terceira geração da hipertextualidade: cooperação e conflito na escrita coletiva de hipertextos com *links* multidirecionais. **Libero** (FACASPER), v. IX, p. 83-93, 2006. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/links\\_multi.pdf](http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/links_multi.pdf)>. Acesso em 07 mar. 2015.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em 07 jun. 2015.

QUIROGA, Ana Evangelina. La noticia *in crescendo*: del tiempo real a la actualidad múltiple. In: Mirta Clara Echevarría *et al.* **Periodismo en la web**: lenguajes y herramientas de la narrativa digital. Córdoba, Brujas, 2014.

RAMONET, Ignácio. **El quinto poder**. Le Monde Diplomatique, nº 45, out. 2003, sem páginas. Disponível em: <<http://monde-diplomatique.es/2003/10/ramonet.html>>. Acesso em 07 jun. 2015.

RAUSELL, Claudia. A propósito del discurso interactivo. In: **Anàlisi**: quaderns de comunicació i cultura. Barcelona – n. 32, 2005, p. 147-161. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15177/179897>>. Acesso em 07 jun. 2015.

REGES, Thiara. **Características e gerações do Webjornalismo**: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>>. Acesso em 05 mar. 2015.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. Lisboa: Vega, 1993, p. 27-33.

ROST, Alejandro. **La interactividad en el periódico digital**. (Tese de doutorado em Comunicação) – Facultat de Ciències de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona, 2006. Disponível em: <<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf?sequence=1>>. Acesso em 07 jun. 2015

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014. P. 53-88. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em 13 mar. 2015.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público**: informação, cidadania e televisão. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

RUBLECKI, Anelise. **Jornalismo pós-moderno**: uma discussão dos valores míticos na sociedade hiper-espetacular. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/anelise-jornalismo-pos-moderno.pdf>>. Acesso em 01 abr. 2015.

RUBLECKI, Anelise. **Jornalismo líquido**: mediação multinível e notícia em fluxos. 2011. (Tese de doutorado em Comunicação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

SALAVERRÍA, Ramon. Estructura de la convergencia. In: López, X.; Pereira, X. (coords.) **Convergencia digital**. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010. p. 27-41. Disponível em: <[http://www.academia.edu/673075/Estructura\\_de\\_la\\_convergencia](http://www.academia.edu/673075/Estructura_de_la_convergencia)>. Acesso em: 05 mar 2015.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014. P. 25-52. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204->



201404\_webjornalismo\_jcanavilhas.pdf>. Acesso em 13 mar. 2015.

SANTI, Vilso Junior Chierentin. O processo de apuração no Webjornalismo de quarta geração. In: **ECO-Pós**. Rio de Janeiro - v.12, n.3, p. 181-194, set./dez. 2009. Disponível em: <[http://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/viewFile/939/879](http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/939/879)>. Acesso em 8 mar. 2015.

SAWAYA, Márcia Regina. Dicionário de Informática e Internet. São Paulo : Nobel, 1999. Disponível em: <<http://comp.ist.utl.pt/aaa/Prog/Dicion%20De%20Inform%20E%20tica%20&%20Internet%20Ingl%20EAs-Portugu%20EAs.pdf>>. Acesso em 13 mar. 2015.

SEIXAS, Lia; TOURINHO, Ieda; GUEDES, Marina. Os gêneros jornalísticos do tablet e a força do costume cultural do dispositivo. Intercom – **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo - v.37, n.2, p. 91-111, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v37n2/1809-5844-interc-37-02-0091.pdf>>. Acesso em 12 mai. 2015.

SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo: A composição e a arquitetura da informação nos produtos jornalísticos**. (Tese de Doutorado). Salvador: FACOM/UFBA, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/12873/3/CarlaSchwingel%20-%20Sistemas%20de%20Publica%C3%A7%C3%A3o%20de%20Conte%C3%BAdos%20no%20Ciberjornalismo.pdf>>. Acesso em 11 mar. 2015.

SCHWINGEL, Carla. Sistemas de Publicação de Conteúdos no Ciberjornalismo: delimitações teórico-conceituais. In: **Seminário Avançado de Pesquisa**, 2005, Salvador.

Anais do Seminário Avançado de Pesquisa, 2005. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/Schwingel\\_2005\\_Qualifica%C3%A7%C3%A3o.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/Schwingel_2005_Qualifica%C3%A7%C3%A3o.pdf)>. Acesso em 25 mar. 2015.

SILVA, Dennis Messa. **Entre safe fonts e Webfonts: um retrato das dinâmicas do aspecto tipográfico nos principais sites de notícias brasileiros**. (Dissertação de mestrado) Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Engenharia, 2014. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufrgs.br/da.php?nrb=000955764&loc=2015&l=219780842a1fd6ef>>. Acesso em 12 mai. 2015.

SILVA JR., José Afonso. **A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso**. Trabalho apresentado no XI Encontro Anual da Compós. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf>>. Acesso em 11 mar. 2015.

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

STEIN, Mônica. **Design De Interface Para Sites: Desenvolvimento de Uma Metodologia Orientadora Considerando a Comunicação entre Clientes e Usuários**. (Tese

de doutorado) Departamento de Engenharia e Produção – Universidade Federal de Santa Catarina, 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/86436/194285.pdf?sequence=1>>. Acesso em 27 abr. 2015.

STEPHENS, Mitchell. **Uma história das comunicações**: dos tantãs aos satélites. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

STORCH, Laura. **A leitura ativa no Jornalismo Online**: o fenômeno da interação hipertextual na organização da participação jornalística. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/storch-laura-leitura-ativa-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em 07 mar. 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993, p. 74-90.

VIADA, Mônica. Escribir para la web. No lo diga, cuéntelo. In: Mirta Clara Echevarría *et al.* **Periodismo en la web**: lenguajes y herramientas de la narrativa digital. Córdoba, Brujas, 2014.

WHITBREAD, David. **The design manual**. Sydney: UNSW Press, 2002. Disponível em: <<http://www.pixellized.com/assets/david-whitbread---the-design-manual.pdf>>. Acesso em 28 mai. 2015.

ZAGO, Gabriela. Apropriações jornalísticas do Twitter: a criação de mashups. In: **Revista Mediação**. Belo Horizonte - v. 9, n. 9, ed. jul-dez ano 2009, p. 67-79. Disponível em: < <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/295/292>>. Acesso em 11 mai. 2015.