

PERIÓDICOS EM DISPOSITIVOS MÓVEIS: O QUE PROMETEM OS TABLETS AO LEITOR CONTEMPORÂNEO

Ludmylla M. Souza Verly
(CEFET-MG)

ludmyllamarina@gmail.com

Ana Elisa Ribeiro
(CEFET-MG)

anadigitalpro@gmail.com

RESUMO:

Com base principalmente nos estudos de Günther Kress (2003; 2010) e nas categorizações de João Canavilhas (2014), neste artigo, analisamos a oferta de conteúdos jornalísticos para tablets e outros dispositivos móveis. Nosso corpus é formado por três versões do jornal O Estado de S.Paulo para tablets e pela revista Arquitetura & Construção. Concluímos, com base nas categorias empregadas, que apesar da oferta de maior interatividade e hipertextualidade, os periódicos ainda se apropriam pouco das possibilidades dos dispositivos móveis.

PALAVRAS-CHAVES: Leitura; Dispositivos móveis; Webjornalismo.

ABSTRACT: Based in studies made by Günther Kress (2003; 2010) and the categorizations proposed by João Canavilhas (2014) and another researchers, in this paper, we analyze journalistic contents specially made for tablets and other mobile devices. Our corpus is composed by three different versions of the brazilian diary O Estado de S.Paulo for tablets and the Casa & Construção magazine. Based on some theorical cathegories, we concluded that, despite the interativity and hypertextuality offered by

journals and magazine, they do not widely appropriate the possibilities of mobile devices.

KEYWORDS: Reading; Mobile devices; Webjournalism.

0. Considerações iniciais sobre leitura em telas

A tela, mais do que a página, é agora o lugar dominante de representação e comunicação; é o lugar da imagem, e a lógica da imagem domina a organização semiótica da tela. Isso acontece de duas maneiras: (a) porque a tela e o que ali está são tratados como uma entidade visual; tudo é organizado como material visual, por meio de princípios visuais tais como espaçamentos, recuo, brancos, etc.; e (b) pela organização da escrita; seja na tela, seja na página, o posicionamento espacial dos elementos tem efeitos para a produção de sentidos. Isso é o que advoga Günther Kress (2003). E se tratamos de telas, também tratamos de tablets e *smartphones* como novos espaços de comunicação e produção de sentidos.

Kress (2010) trata de novas formas de composição e da transformação de hábitos na interação com dispositivos móveis, elegendo como objeto de estudo o telefone celular. Compreender o potencial desses objetos e os processos que eles promovem pode esclarecer como aprendemos a construir sentidos por meio de seu uso. Com esses aparelhos, podemos moldar nossos hábitos e a forma como nos aproximamos e concebemos a interação com o mundo (KRESS, 2010). A análise que o autor faz destaca, principalmente, o design do dispositivo e suas *affordances*¹ e, em menor medida, o *software* e suas funções. Para ele, o aspecto social é prioritário. As novas tecnologias só podem ser usadas quando as condições sociais as tornam possíveis, e uma ideologia de escolha permeia o domínio semiótico. Os efeitos sociais e comunicacionais das tecnologias contemporâneas – aqui representadas pelo dispositivo móvel – são uma preocupação do autor em relação a prováveis e futuras práticas contemporâneas de produção de textos.

¹ *Affordance* é o potencial de um objeto que permite que um indivíduo realize uma ação de forma mais intuitiva (Ver NORMAN, 1999, um dos grandes pesquisadores do design). Para uma discussão, ver Azevedo e Novais (2010). Não nos deteremos neste conceito no presente trabalho.

As tecnologias atuais tornam *instáveis* antigos padrões de comunicação, como os gêneros de discurso, que já não podem ser tão assertivamente definidos. O resultado da disponibilidade de múltiplas funções é que a mobilidade em tempo real, a conectividade e o uso sinérgico de todas as potencialidades do dispositivo são priorizados. As possibilidades dos dispositivos de convergência de mídia alteram hábitos em direção à multitarefa. Em vez da precisão, do foco e da profundidade, são valorizados a quantidade e o imediatismo. Mas nem tudo funciona exatamente assim, como veremos em relação a propostas de jornais e revistas para tablets, neste trabalho.

Conforme Kress (2010), os dispositivos móveis apresentam características que podem ser vistas positivamente, como a flexibilidade de envolvimento sensorial com o ambiente, além da adaptação do conhecimento prévio de fenômenos heterogêneos e a facilitação da mobilidade em tempo real e multitarefa. Além disso, os dispositivos podem permitir a otimização individual de certos recursos. As tecnologias móveis, então, são recursos culturais, ou seja, promovem transformações sociais mas, ao mesmo tempo, são moldadas pelas pessoas que as utilizam. O aumento da disponibilidade de recursos e a facilidade para a produção das mensagens traz a necessidade de questionamentos cuidadosos em relação a quais significados deverão ser produzidos e que recursos são mais adequados para isso. A presença da mídia digital adiciona complexidade e urgência a esse fenômeno (KRESS, 2010). Vejamos como isso tem sido pensado e proposto no jornalismo, nosso foco neste trabalho, não sem antes verificar o consumo por leitores que utilizam a web.

II Na palma da mão: dispositivos e consumo

Segundo dados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Reuters (NEWMAN et al., 2015) com 20 mil consumidores de notícias *on-line* nos Estados Unidos, no Reino Unido, na Irlanda, na Alemanha, na França, na Itália, na Espanha, na Dinamarca, na Finlândia, no Brasil, no Japão e na Austrália, há aceleração do ritmo para plataformas de mídias sociais, juntamente com o aumento do uso de equipamentos móveis para o consumo de notícias, ao

mesmo tempo em que ocorre declínio da leitura de jornais no *desktop* e crescimento significativo de notícias em vídeos *on-line*.

Conforme o estudo, os usuários do Brasil² estão entre os mais importantes do mundo em consumo de blogs e redes sociais, e o consumo de conteúdo digital cresce muito rápido, seduzindo empresas de outros países, como a BuzzFeed, o jornal espanhol *El País* e o *Huffington Post*, que, em 2012 e 2013, publicou versões em português (NEWMAN et al, 2015). Em 2011, alguns dos principais jornais brasileiros, como a *Folha de S.Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S.Paulo*, retiraram-se do Google News, por questões financeiras. Desde então, essas três grandes empresas de comunicação têm investido em estratégias para conteúdo pago pelo usuário. Na *Folha*, 35% das assinaturas são digitais; já *O Globo* e *O Estado de S.Paulo* desenvolveram novos produtos delineados para equipamentos como tablets e celulares (NEWMAN; LEVY, 2014). Conforme dados da pesquisa de Newman et al. (2015), 23% das pessoas pagam para ler notícias em plataforma digital e 43% dizem que querem pagar, no futuro.

A televisão continua a ser a forma mais popular de acessar notícias e o acesso *on-line* está em segundo lugar, apesar de os jovens (entre 18 a 24 anos) terem preferência por notícias digitais. A pesquisa mostra, no Brasil, o aumento acentuado no crescimento das mídias sociais como fonte de notícias e enfatiza o papel do Facebook e do aplicativo Whatsapp (NEWMAN et al., 2015).

Tabela 1: Fontes de notícias por país.

² A pesquisa entrevistou o que foi chamado de “Brasil urbano”, isto é, os mais ricos e conectados, e não a população geral.

	UK	Germany	Spain	Italy	France	Denmark	Finland	USA	Urban Brazil
TV	75%	82%	82%	78%	80%	75%	75%	64%	81%
Radio	37%	50%	40%	23%	28%	50%	45%	26%	39%
Printed Newspapers	38%	38%	47%	38%	19%	33%	49%	23%	33%
Online (inc. social media)	73%	60%	86%	81%	71%	85%	90%	74%	91%

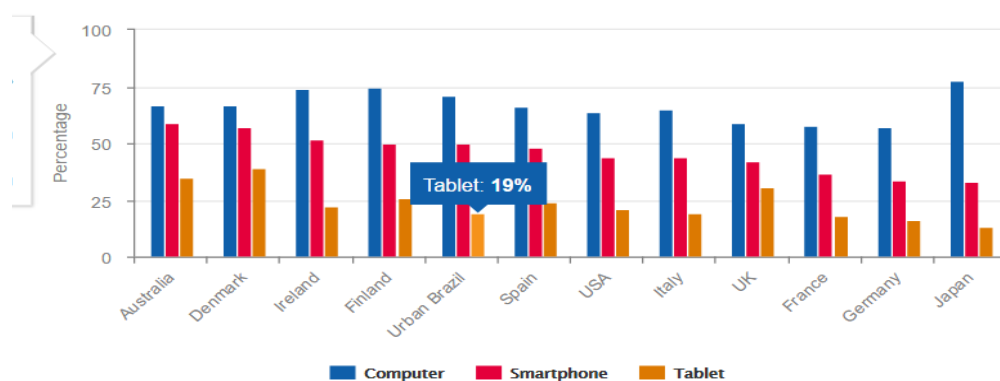
FONTE: NEWMAN et al. (2015) - Instituto Reuters.

O uso de *smartphones* para a leitura de notícias aumentou muito da pesquisa de 2014 para a de 2015, em substituição ao uso do tablet. Quase metade (45%) dos usuários de notícias *on-line*, em todos os países, usam dois ou mais dispositivos digitais na mesma semana, e um quarto (25%) diz que o telefone celular é o principal ponto de acesso, o que representou aumento de 20% em relação ao ano anterior. No geral, mais pessoas estão acessando notícias por meio de maior número de dispositivos. O computador é o mais importante para notícias *on-line* (83%), mas, para muitos, isso agora é complementado pelo uso intenso de *smartphones* (66%) e tablets (57%) (NEWMAN et al, 2015)³.

Diferentemente da pesquisa de 2014, que mostrava os tablets como o principal meio de consumo de notícias depois da TV, a pesquisa de 2015 mostra que esses equipamentos já atingiram seu pico no Brasil e estão sendo substituídos por celulares com telas grandes, que podem fazer quase o mesmo, como mostra o Gráfico 1 (NEWMAN 2014; 2015). Nesse contexto, é interessante notar que, na maioria dos países investigados, o navegador móvel continua a ser um dos principais pontos de acesso a notícias *on-line*.

Gráfico 1: Dispositivos digitais para acessar notícias em vários países.

³ No final de 2016, a imprensa brasileira noticiou, com alarde, o resultado da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pela primeira vez, o número de computadores nas casas das pessoas se reduziu, o que mostrava que celulares e outros aparelhos móveis ascendiam como dispositivo para acesso à web e outras funções. Ver, por exemplo, notícia do G1 disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/11/n-de-casas-com-computador-cai-pela-1-vez-no-brasil-diz-ibge.html>>. Acesso em: 24 dez. 2016.



FONTE: NEWMAN et al. (2015) - Instituto Reuters.

Tabela 2: Percentual de usuários de *smartphones* e tablets que usam aplicativos de notícias em dada semana

	ALL	UK	US	France	Germany	Ireland	Denmark	Finland	Italy	Spain	Japan	Brazil	Australia
SMARTPHONE	34%	43%	37%	36%	34%	37%	40%	42%	23%	33%	28%	33%	27%
TABLET	36%	41%	36%	33%	34%	39%	38%	45%	27%	33%	40%	40%	31%

FONTE: NEWMAN et al. (2015) – Instituto Reuters.

Os entrevistados brasileiros donos de tablets e *smartphones*, quando perguntados sobre o uso de aplicativos de notícia na semana da entrevista, disseram ter acessado mais notícias no tablet do que nos celulares, como mostra a Tabela 2 (NEWMAN et al., 2015), o que nos leva a pensar sobre o jornalismo atual.

III Sobre jornalismo digital e móvel

De acordo com o pesquisador português João Canavilhas (2014), a web transformou para sempre o jornalismo, tanto em razão do surgimento de versões digitais para o que já existia, quanto pela emergência de publicações que tentam inovar. O texto ainda é o modo mais usado nas práticas jornalísticas, no entanto “transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), ou seja, num hipertexto” (CANAVILHAS, 2014, p. 4). As webnotícias, por exemplo, precisam de uma estrutura aberta e interativa. O autor defende um modelo convergente de organização da notícia na internet, em que são usados vários suportes, canais e modos, como texto, foto, vídeo, infográficos, etc.

Para Ramon Salaverría (2014), as mídias digitais, quando bem geridas, são muito viáveis para os periódicos, pois sua consolidação é global e já existem temas especializados em que a principal referência está no ambiente *on-line*. Segundo ele, “(...) a inovação é um desafio que a mídia vai enfrentar se quiser virar a página definitivamente à crise e se abrir, finalmente, a uma nova era de esperança para o jornalismo” (SALAVERRÍA, 2014, p. 22). De 2014 até hoje, as empresas de tecnologia aumentaram a gama de dispositivos móveis a oferecer, tais como *smartphones*, tablets, além de óculos, relógios digitais e até joias. A casa ou o carro também já são espaços de tecnologias em rede. Tudo isso anuncia uma variedade de ferramentas que nos permitirão viver conectados à informação. Porém os conteúdos ainda não se acomodaram com tanta facilidade a esses dispositivos.

Uma alternativa para essa acomodação têm sido projetos de design responsivo, isto é, quando o site ou aplicativo se adapta a pequenas telas. Outra estratégia são publicações exclusivas para tablet. Salaverría (2014) cita seis tendências importantes para os próximos anos: (1) o jornalismo de dados; (2) os grandes formatos – para a comunicação de informações completas e em espaço generoso; (3) o jornalismo *high-tech*, criado por robôs, drones, cenas geradas por realidade virtual⁴; (4) o jornalismo viral, que emprega intensamente redes sociais, com estratégias que levem o usuário a clicar e compartilhar notícias; (5) o jornalismo global, com redações que produzem conteúdo fora do seu país de origem⁵; e (6) o laboratório de jornalismo, cujo objetivo é a inovação, com novas narrativas e linguagens para identificar a melhor maneira de contar cada história⁶.

Todos podemos perceber, à medida que lemos jornais *on-line*, que gráficos, iconografias e ilustrações exigem a participação do leitor, e os elementos icônicos permitem uma navegação ativa, orientando itinerários e ações. Da mesma forma, vídeos aumentam a dinâmica das páginas; a música e

4 O autor exemplifica com o jornal *Los Angeles Times*, no qual um robô escreveu a primeira página sobre o terremoto que atingiu a cidade. Outro exemplo é a agência Associated Press, que começou a usar programas algorítmicos para desenvolver notícias convencionais, principalmente sobre economia.

5 O *The New York Times* é um exemplo e já possui três edições na rede, sendo uma em mandarim. Outro exemplo é o britânico *The Guardian*, que desenvolve edições digitais para o Reino Unido, os Estados Unidos e a Austrália.

6 O jornal *The Guardian* trabalhou com uma equipe que desenvolveu várias peças interativas e multimídia exibidas em um site.

os efeitos sonoros aumentam a veracidade e a emoção de determinadas cenas, e assim por diante.

A relação entre jornalismo e mobilidade se potencializou após a chamada “era pós-pc” (SILVA, 2015), sendo marcos disso o lançamento do Ipad, em 2010, e de serviços que utilizam a computação em nuvem. Podemos citar também o surgimento de dispositivos portáteis com memória *flash* (tablets, *smartphones* e *e-readers*), a sincronização de arquivos em dispositivos multiplataforma (Google Drive, Icloud), os aplicativos de geolocalização e distribuição de conteúdo e o avanço da banda larga móvel 3G e 4G.

O jornalismo vem se aproveitando da hibridação entre tecnologia e processos que permitem mobilidade. Em contrapartida, o usuário de tablet, *e-reader*, *smartphone* ou outro aparelho móvel está propenso ao consumo de informações em movimento (SILVA, 2015). Há menos de quarenta anos, ninguém pensaria que um telefone móvel teria tantos recursos quanto os que são encontrados hoje. O mesmo acontece com o refinamento dos tablets, reinventados em 2010 por Steve Jobs. Segundo Canavilhas (2011), trata-se da segunda maior plataforma móvel da atualidade.

O crescimento da internet, juntamente com a emergência dos dispositivos móveis, modificou a forma como se produzem, distribuem e consomem periódicos. Como consequência, o século XXI tem sido marcado pelo desaparecimento de jornais e revistas tradicionais, por razões como a perda de leitores e a pouca publicidade pagante. Enquanto alguns periódicos são extintos, outros migram para a web, como foi o caso da *Newsweek*, a segunda revista mais lida dos Estados Unidos, agora disponível apenas no meio digital⁷ (CANAVILHAS; SATUF, 2014).

Com a emergência de dispositivos móveis, alguns jornais têm relançado versões específicas, a maioria vespertinas. Essa tendência é notada, mundialmente, pela pesquisa *State Of Media 2015*, cujos números mostram que a publicidade dos modelos digitais vem crescendo. Segundo a pesquisa, é crescente a audiência dos aplicativos nativos de mídias móveis.

⁷ No Brasil, isso ocorreu a vários jornais, entre eles o *Jornal do Brasil*, ou *JB*, considerado, junto com *O Estado de S. Paulo*, um pioneiro na web e um dos primeiros a extinguir a versão impressa, em 2010, o que causou também, não se pode esquecer, transtornos trabalhistas.

A produção e o consumo para dispositivos móveis fazem parte do fenômeno do jornalismo móvel. A emergência dessas tecnologias no processo de apuração, produção, circulação e consumo de informações apresenta, segundo Silva (2014), três pontos de relevância na relação entre jornalismo e mobilidade: (a) a redação móvel como ambiente de produção; (b) as rotinas produtivas redimensionadas; e (c) a distribuição multiplataforma. Canavilhas (2011) cita o consultor Tomi Ahonen ao afirmar que a mídia móvel absorve todas as potencialidades dos meios de comunicação e ainda apresenta oito vantagens: (1) é pessoal; (2) portátil; (3) fica ligada todo o tempo; (4) possui um sistema de pagamento integrado; (5) está sempre à mão no momento do impulso criativo; (6) permite o conhecimento específico do público; (7) pode informar o contexto social; e (8) massificar a realidade aumentada. É por essas características que as mídias móveis são usadas na difusão dos conteúdos dos jornais e das revistas.

IV Seis categorias para o jornalismo, leitura e elementos dos dispositivos móveis

João Canavilhas (2011) propõe seis características do conteúdo jornalístico para dispositivos móveis:

Quadro 1: Características do conteúdo jornalístico, segundo João Canavilhas (2011).

Acessibilidade	Tornar matérias acessíveis ao maior número de pessoas possível, levando em conta eventuais limitações físicas, aparelhos de baixo custo e baixa velocidade de internet.
Instantaneidade	Publicar imediatamente qualquer reportagem, de forma contínua, refletindo um ritmo sem periodicidade predeterminada, a partir dos acontecimentos.
Multimídia	Combinar, em uma só mensagem, dois ou três modos de linguagem, como texto, vídeo e som.
Hipertextualidade	Inserir links que ligam blocos de informação textual, imagética ou sonora, criando, assim, vários percursos que podem ser construídos pelos leitores.
Interatividade	Permitir que os leitores moldem seus interesses e escolhas, personalizando a informação.
Globalidade	Informar pensando em um mundo heterogêneo e sem fronteiras, podendo o leitor ser de qualquer lugar.

FONTE: Elaborado pelas autoras com base em Canavilhas (2011).

Canavilhas (2011) destaca a globalidade como característica mais encontrada nos jornais por ele analisados. Seu pior resultado foi quanto à hipertextualidade, que o levou a concluir que o jornalismo móvel ainda possui características técnicas pouco exploradas. Segundo o autor, há algumas tendências claras, tais como a possibilidade de os leitores compartilharem notícias em redes sociais diretamente dos aplicativos, sistemas de alerta sobre últimas notícias, uso da geolocalização, galerias de fotos e vídeos, além de videocasts e podcasts.

Marcos Palacios et al. (2014) afirmam que o jornalismo para dispositivos móveis coloca em pauta a discussão sobre modelos de negócio, incluindo o design, além de introduzir elementos característicos de interfaces *touch screen*. O ecossistema de comunicação tradicional tem se entrelaçado com os dispositivos móveis, cenário que traz uma inovação conceitual, além de tecnológica. Em geral, a composição do conteúdo em aplicativos, segundo Palacios et al. (2014), dá lugar a narrativas mais longas e enriquecidas com vídeos, fotos, galerias de imagens, infografias, etc., por meio de uma superfície baseada na taticidade⁸. Conforme o autor, no jornalismo, os elementos da taticidade são usados para a navegação entre editoriais, além de estarem

8 O autor é português e conservaremos sua grafia original. Em português brasileiro, escreveríamos “taticidade”.

também nos desdobramentos da notícia, nos elementos multimídia e na interação com infográficos construídos de forma dinâmica. Porém, mesmo após alguns anos, o design dos aplicativos para tablet tem lembrado muitos aspectos da diagramação do impresso (PALACIOS et al., 2014).

Para Paulino (2013), os tablets concentram possibilidades que mesclam recursos visuais antes específicos do impresso com a interação da mídia *on-line*. A possibilidade do toque, além da movimentação da tela, estimula a interação do público com o conteúdo. O leitor é convidado a uma viagem pelo conteúdo quando está frente a uma revista digital em que pode explorar páginas, encontrar áudios, vídeos, buscando botões que tornam a leitura mais dinâmica e lúdica. Canavilhas e Satuf (2014) comparam o tablet a outras mídias, considerando-o muito próximo do *smartphone*, por causa da portabilidade, mas, ao mesmo tempo, com características semelhantes ao jornal e à TV quanto à dimensão da tela, trazendo uma fusão entre todas essas realidades. Os autores também chamam a atenção para o maior consumo de notícias nesses dispositivos ao final do dia. Citam pesquisa de Scolari, Agnaldo e Feijóo (2012), que classificam os conteúdos de dispositivos móveis da seguinte forma:

- *adaptados* (com informação “copiada” de outros modos e adaptada à mobilidade);
- *originais* (criados para os dispositivos móveis);
- *augmentados* (combinados com dispositivos de acesso e modelos informativos específicos, com propriedades como a geolocalização).

Outra classificação relatada pelos autores é a proposta por Canavilhas (2013), em que a versão mais simples é chamada de *modelo suporte* (dispositivo como mera plataforma) e a outra, *modelo complemento* (com atualização das notícias nas manhãs, conteúdo multimídia e design adaptado). Canavilhas e Satuf (2014) propõem, então, um terceiro modo: *nativo*, que não tem ligação com o meio já existente e conta com edições, conteúdos e design próprios. Este é o termo que usaremos neste trabalho.

A prática jornalística se renova à medida que aparecem novas tecnologias. Atualmente, com a popularização dos tablets e celulares e o crescente consumo de notícias por esses meios, aplicativos *nativos* estão sendo desenvolvidos pelas empresas de comunicação. Desde os anos 1990, o digital já vem sendo matriz predominante, mais ainda com a crescente expansão de conexões, computadores e da web nos anos 2000, até a fase que estamos vivendo, de ubiquidade e dispositivos móveis.

Susana Barbosa (2013) enfatiza a categoria medialidade no jornalismo em mídias móveis, indicando que não há mais uma oposição entre meios antigos e novos, mas todos trabalham juntos em prol da informação. Segundo a autora, há algumas fases do jornalismo para dispositivos móveis: (a) uma primeira marcada pela simples transposição de conteúdo e notícias das mídias tradicionais para as digitais, sem nenhuma adaptação; (b) uma segunda dos conteúdos elaborados para o ambiente on-line, com recursos multimídia, interatividade, hipertextualidade, no entanto esses produtos são distribuídos também nos meios de comunicação tradicionais; (c) e uma terceira fase em que se publicam produtos específicos para web, com maior convergência, imediatismo, contextualização e interatividade. Pode-se mencionar um novo ciclo de inovação com os aplicativos jornalísticos (*apps*). É neste cenário que estão os aplicativos autóctones, “criados de forma nativa com material exclusivo e tratamento diferenciado” (BARBOSA, 2013, p. 42). Eles vão além daqueles que utilizam materiais do impresso ou mesmo de sites, respeitando a gramática própria de que são compostas as mídias móveis, além de práticas específicas de produção, dinâmica de consumo e modelos de negócios.

Barbosa (2013) também verifica a tendência à disponibilização desses conteúdos aos usuários no período da noite, para um consumo mais individualizado, com conteúdo que prima por maior e mais demorada atenção do leitor. Para acesso a isso, é preciso que o público tenha uma assinatura ou compre uma edição avulsa, movimentando, assim, esse novo modelo de negócio, que possui produtos que são desenvolvidos com hipertextualidade, multimídia, interatividade e taticidade.

Palacios et al. (2015) afirmam que recursos como hipertextualidade, personalização/customização de conteúdo, interatividade, instantaneidade, multimídia e memória vêm se desenvolvendo desde os primórdios da web, porém a taticidade é específica das mídias móveis, assim como a nivelabilidade, a opticabilidade e a localidade. Vejamos as definições:

Quadro 2: Características do conteúdo jornalístico.

Taticidade	Característica de dispositivos com telas sensíveis ao toque, em que os leitores, por meio de gestos, manipulam objetos das interfaces.
Nivelabilidade	Característica relacionada ao acelerômetro, existente na maioria dos dispositivos móveis, que identifica o posicionamento e a inclinação do equipamento. Uma aplicação é alterar entre telas horizontais e verticais no momento da leitura.
Opticabilidade	Aplicação da câmera digital para a leitura de QR Codes ⁹ , por exemplo, que ativa funções nos dispositivos quando filma objetos previamente programados.
Localidade	Característica relacionada ao uso do GPS, podendo gerar a personalização do conteúdo a partir da geolocalização, entre outros produtos.

FONTE: Elaborado pelas autoras com base em Palacios et al. (2015).

Os aplicativos nativos têm utilizado alguns desses recursos, que surgiram pelas funcionalidades dos tablets e *smartphones*, como o uso de filmes e fotos 360 graus, conteúdos acionados quando tocados e outros que utilizam o acelerômetro e a câmera. Mas é preciso notar possibilidades que não estão aparentes, a fim de se gerar inovação nesses aplicativos (PALACIOS et al., 2015). Barbosa, Silva e Nogueira (2013), por exemplo, estudaram os jornais *The New York Times*, *Folha de S.Paulo*, *O Globo* e *Mais* e *Estadão Noite* a partir das categorias distribuição multiplataforma, multimídia, memória, interatividade e participação convergente. Os resultados da pesquisa indicam que “ainda há um alto nível de transposição na distribuição multiplataforma para mídias móveis (tablets e *smartphones*), mas também há certo grau de inovação” (BARBOSA; SILVA; NOGUEIRA, 2013, p. 140). Ao analisarem produtos nativos, entre eles o *Estadão Noite*, os autores concluíram que há tendência desse modelo de negócios, que entra no ar no período noturno e supera uma simples

⁹ QR Codes são códigos de barra bidimensionais que podem ser reconhecidos pelos *smartphones* e tablets, por meio de aplicativos combinados às câmeras dos aparelhos.

transposição de conteúdo de outros formatos, a partir da valorização de leituras mais densas e recursos como fotos, vídeos e áudios. Apesar de, visualmente, remeterem ao impresso, por uma questão de identidade visual, esses aplicativos consolidam a plataforma móvel como lugar de inovação. Os aplicativos para tablet estão agregando recursos às características dos dispositivos móveis. Quando o conteúdo é criado diretamente para o tablet, há um planejamento diferenciado, além de um pensar específico da linguagem jornalística em ambiente multiplataforma.

Sousa (2015) faz uma análise de algumas reconfigurações pelas quais o jornalismo tem passado com o avanço das tecnologias, focando nos dispositivos móveis. Entre essas reconfigurações, a autora cita: (a) a emergência de novos atributos possibilitados pelos aparelhos e o seu uso na notícia, como o tato, nos tablets; (b) a criação de novos produtos jornalísticos – os aplicativos; (c) o surgimento de um modelo de negócio – os aplicativos pagos; (d) além das novas rotinas e habilidades que são exigidas do jornalista da era digital. Sousa cita jornais de referência que investem em conteúdos digitais no Brasil, como *Folha de S.Paulo* e *Estado de S.Paulo*, e destaca os produtos nativos, que mudam a maneira de se pensar a notícia. A autora também chama a atenção para as edições vespertinas, o que mostra que as empresas de comunicação estão atentas ao horário e ao modo como as pessoas consomem notícias com mais profundidade. De outro ângulo, Fernando Firmino da Silva (2015) entende que a produção para tablets e *smartphones* tem interfaces que não são neutras, mas criadas para gerar consumo. Isso, mais especificamente, é o que veremos nas propostas de sedução e persuasão que alguns periódicos lançam ao público.

V Design de pesquisa, *corpus* e análise de propostas de leitura em tablets

Com tantas mudanças apontadas por pesquisadores em relação à oferta de periódicos para serem lidos em dispositivos móveis, fomos impelidas a tecer uma breve análise qualitativa e documental do que prometem jornais e revistas em relação ao que o consumidor encontrará – de vantagem, por exemplo – se optar por ler um periódico em tablet ou *smartphone*. Diante da grande oferta de versões para tablet, focalizamos mais este produto. Nosso corpus é composto

pelo jornal *O Estado de S.Paulo*¹⁰ em suas versões para tablet, isto é: Estadão Jornal Digital e Estadão Noite¹¹. Entre nossos dados também consta a revista *Arquitetura&Construção*, da editora Abril, que anunciava, em 2014, sua versão para tablet dentro da revista impressa. Vejamos no Quadro 3 a descrição do aplicativo para tablet do *Estado de S.Paulo*:

Quadro 3: Descrição das versões do jornal dentro do aplicativo ¹²para tablet do jornal *Estado de S.Paulo*.

Jornal Digital¹³	Diário, inclui todas as páginas do jornal impresso, a partir de 5h da manhã. Apesar de algumas características do jornalismo móvel, como link nas chamadas de capa e fotografia principal - que pode ser mais de uma e alternar, essa versão é fiel ao impresso, funcionando como o jornal completo para as pessoas que assinam apenas o Estadão Digital.
Noite	De segunda a sexta-feira, a partir de 20h, com análises das notícias do dia e uma prévia dos assuntos do dia seguinte, além de conteúdo dos colunistas, link para áudios da Rádio Estadão, TV Estadão e seleção de fotos.

FONTE: Elaborado pelas autoras.

O Quadro 3 mostra que, grosso modo, a versão Jornal Digital é mais próxima do jornal impresso, enquanto a versão Noite promete ao leitor conteúdo ampliado: comentários de colunistas sobre assuntos polêmicos que muitas vezes não estão no Jornal Digital; ou a capa, sempre inédita, que reproduz uma imagem que marcou uma notícia do dia (lembrando que o *layout* dessa versão é totalmente adaptado para o tablet).

A Figura 1, a seguir, oferece testemunho de que a oferta de recursos próprios do tablet são explicitados como vantagens ao leitor, tais como visão

10 O jornal *Estado de S.Paulo*, o Estadão, surgiu em 1875. Em 1890 ganhou o nome que perdura até hoje. Depois de muita história, em 2000, fundiu-se à Agência Estado e ao *Jornal da Tarde*, o que resultou no Estadão.com.br, que, em 2003, já contava com um milhão de visitantes mensais. Para dados históricos e atuais, ver: Cronologia estadão. Jornal *O Estado de S.Paulo*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/historico/cronologia/crono1.htm>>. Acesso 11 jan. 2015; Estadão edição digital. Jornal *O Estado de S. Paulo*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/>>, Acesso em: 9 mai. 2016; Facebook do Estadão. Jornal *O Estado de S.Paulo*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/estadao>> Acesso em: 20 mai. 2014; Histórico Estadão. Jornal *O Estado de S.Paulo*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti8.htm>>. Acesso em: 11 jan. 2015.

11 A versão aqui analisada é a terceira do aplicativo (3.4), no Ipad 2 da Apple. O aplicativo também apresentava a versão Estadão Light, uma seleção das principais matérias da versão Jornal Digital, que foi descontinuada em agosto de 2015.

12 Há uma modalidade de assinatura na qual o leitor tem direito ao aplicativo (tablet e celular) e a todo o conteúdo do portal Estadão, é o Estadão All Digital. O aplicativo para tablet é gratuito, mas cada versão digital do jornal para o leitor que não tem a assinatura digital custa R\$1,99.

13 Versão chamada de Estadão Premium até 19 de novembro de 2016.

360°, animação em infográficos, áudio e vídeo. Todas são apropriações das possibilidades de integração de mídias (ou convergência), o que auxilia muito na construção de narrativas, ampliando as possibilidades de leitura.

Além disso, o aplicativo possibilita ler nas orientações horizontal ou vertical. Depois de carregada, não necessita mais acesso à internet para ser lida. Ao tocar na notícia de capa, o leitor é direcionado para a página em que ela está publicada e, para navegar entre as páginas, deve-se arrastá-las no sentido horizontal. Há ícones e anúncios indicando interatividade por todo o jornal e a possibilidade de jogar Sudoku e Palavras Cruzadas, tão famosos no impresso, diretamente no tablet, com a facilidade de ter as respostas sempre armazenadas.

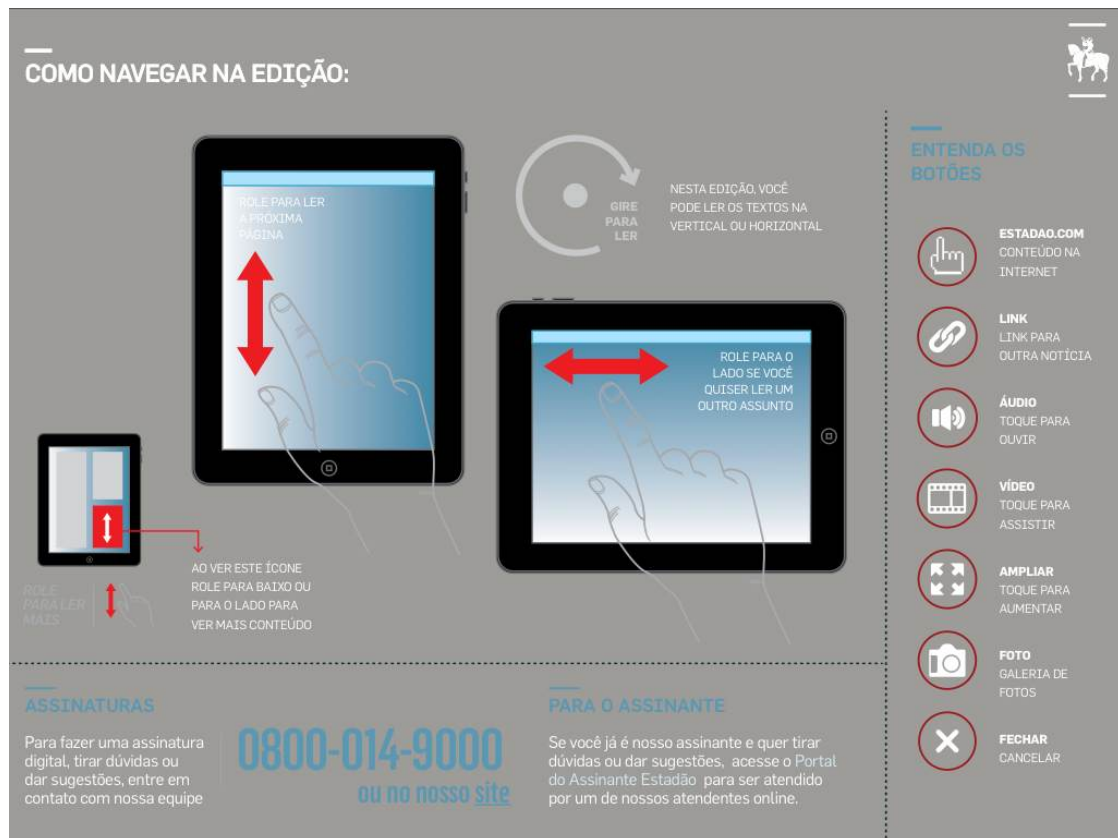
Figura 1: Navegação na edição Estadão Jornal Digital



FONTE: Printscreen da edição de 14 de agosto de 2015.

A Figura 2 mostra os modos de navegar no Estadão Noite, ensinados ao leitor pelo próprio jornal.

Figura 2: Navegação na edição Estadão Noite.



FONTE: Printscreen da edição de 14 de agosto de 2015.

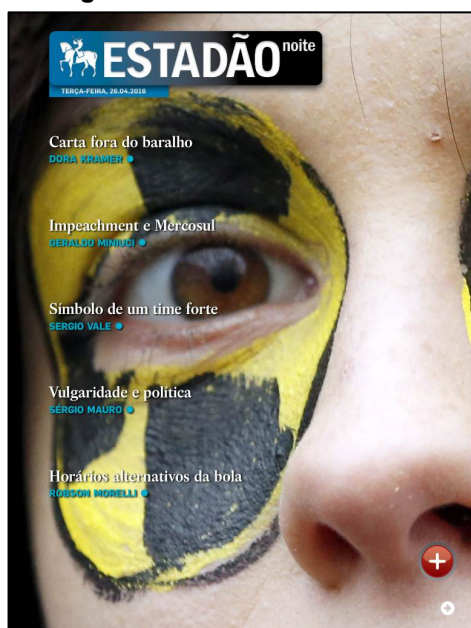
O layout de capas da versão Estadão Jornal Digital é muito semelhante ao do jornal impresso. Vejamos a Figura 3, que mostra a capa do *Estadão* de abril de 2016. Em seguida, as Figuras 4 e 5, referentes às “capas” do Estadão Noite para tablet, com *layout* que lembra as capas-pôster estudadas por Ferreira Júnior (2011), e muito presentes no design de blogs e outros ambientes na web, em que a lógica da imagem prevalece sobre a palavra.

Figura 3: Jornal de 23 de abril de 2016, sábado.



FONTE: Printscreen da capa Estadão Jornal Digital para tablet do *Estado de S. Paulo* de 23 de abril de 2016.

Figuras 4 e 5: Estadão Noite - terça, 26 de abril de 2016.



FONTE: Printscreen da capa Noite de 26 de abril de 2016.



FONTE: Printscreen da capa Noite de 26 de abril de 2016.

Figuras 6 e 7: Estadão Noite - terça, 28 de abril de 2016.



FONTE: Printscreen da capa Noite de 28 de abril de

2016.

Em relação a eventuais mudanças que tenham ocorrido nos modos de fazer e de ler jornais em tablets, pode-se dizer que a versão Estadão Jornal Digital mantém suas raízes impressas, a despeito de oferecer links –

hipertextualidade – ao leitor. O Estadão Jornal Digital é o jornal, na íntegra, para quem não tem acesso ao impresso, o que difere da abordagem do Estadão Noite, que podemos considerar nativo para tablet.

O Estadão Noite apresenta recursos como: a legenda da foto precisa ser acionada pelo toque para aparecer; nem sempre a matéria do tablet se relaciona a alguma do impresso. Saindo por instantes da capa, é preciso relatar que a combinação de linguagens vai além na edição Noite. Apresenta as “Cenas do dia”, que são fotos de acontecimentos no mundo, com legenda. Além disso, apresenta a seção “Na TV Estadão e na Rádio Estadão”, link que leva a vídeos da TV Estadão (na web, adaptada ao tablet), nos jornais, além da seção “Amanhã, no Jornal *O Estado de S.Paulo*”, que adianta notícias do próximo dia, e a seção “Últimas Notícias”, atualizada em tempo real, independentemente da edição do Estadão Noite que está sendo lida.

No geral, o aplicativo nativo trabalha os sentidos: tato, visão e audição. Anteriormente, o Estadão Noite era composto do “Giro 15 especial para o Estadão Noite”, que poderia ser ouvido, apenas. Porém, o recurso foi extinto. Todo o jornal necessita da visão do leitor para ser consumido, pois é composto de imagens, textos e vídeos. O formato é acessível para quem tem alguma limitação física nos braços ou mãos, pois a passagem de telas necessita de movimentos simples e cliques. O mesmo acontece no estadão Jornal Digital.

Quanto à velocidade da Internet, o aplicativo do Estadão abre a edição clicada antes mesmo que ela termine de carregar. Isso faz com que o leitor possa ter acesso ao conteúdo antes de baixá-lo completamente, mesmo com internet mais lenta. Quanto a aparelhos de baixo custo, o aplicativo funciona em Androide, IOS e Windows Phone, ou seja, nos sistemas operacionais mais usados em *smartphones* e tablets.

As características inerentes à natureza tecnológica da web em dispositivos móveis são apontadas por pesquisadores e podem ser assim condensadas, visando a uma melhor compreensão:

Quadro 4: Características do jornalismo para dispositivos móveis.

Instantaneidade	Jornal impresso e tablet não são formatos que primam pelo “furo”. Essa é uma característica do rádio, da televisão e da web. As versões aqui investigadas deixam de lado o imediatismo e investem no aprofundamento das notícias, levando ao consumidor desdobramentos sobre fatos, análises, gráficos para melhor inteligibilidade, além de diferentes pontos de vista.
Hipertextualidade	No Estadão Jornal Digital, o título do jornal não leva a nenhum conteúdo quando clicado, mas todo o restante da capa leva a títulos, <i>leads</i> , textos das matérias e fotos. Por exemplo, quando conectado à internet, o “Placar do Impeachment” ¹⁴ leva ao site, que contém um infográfico interativo em que o leitor pode obter informações sobre os votos dos políticos e informações por partidos ou estados. As publicidades nas capas não são links. O cabeçalho da capa e o pé da página dos jornais não levam a hipertextos, mas todo o miolo do jornal, sim. Já no Estadão Noite, quando clicamos na foto de fundo, nada acontece. Quando tocamos no botão com o símbolo “+”, é apresentada a legenda da foto de capa. Cada título é link para uma coluna, então o aplicativo exige ações por parte do leitor todo o tempo, para acesso ao conteúdo. Dentro do jornal existem alguns itens “Na web”, tanto no impresso quanto no Jornal Digital. Quando clicado, funciona como um link para o desdobramento de um assunto disponível na tela do computador (conteúdo visualizado, também, pelo tablet, mas não específico para ele).
Interatividade	A chamada “Na web”, junto ao gráfico apresentado nas capas das edições, pode ser também vista como um item de interação entre jornal e leitor, que convida quem estiver consumindo o jornal a ir além da página impressa. Indo para o site, o leitor poderá navegar por um gráfico interativo, com alguns recursos de personalização do conteúdo. O mesmo acontece no Estadão Jornal Digital, em que esse caminho é percorrido apenas com um clique, quando conectado à internet. A capa do Estadão Jornal Digital é interativa, pois atrai o leitor ao toque em cada chamada em busca do conteúdo. É o que acontece, também, com a capa do Estadão Noite, em que a legenda da foto principal só aparece após pressionado um botão, e as colunas são apresentadas após clicadas. Se preferir passar página por página, o leitor também pode passar as telas, da direita para a esquerda. Sempre que houver um botão de áudio, poderá ouvir. Quando existir um botão de vídeo, poderá assistir. Há também um ícone específico para galerias de fotos. Nenhuma das versões traz a possibilidade de as matérias serem compartilhadas em redes sociais.
Globalidade	Todas as capas analisadas da versão Jornal Digital são escritas em português. Nas edições do Estadão Noite, a maioria das colunas tem como assunto a política nacional ou o esporte. Das três fotos da versão estudada, duas falam de assuntos internacionais e uma, sobre o clima. A globalidade, então, é promovida.
Memória	Nenhuma das capas, em todas as versões, traz alguma referência

14 O conteúdo referia-se ao processo de *impeachment* pelo qual passou a presidente do Brasil Dilma Rousseff, em 2016.

a conteúdos antigos disponíveis. O Estadão possui o site Acervo Estadão (www.acervo.estadao.com.br), em que é possível visualizar jornais desde 1875 até um mês anterior à data de acesso.

Orientação ou Nivelabilidade	A versão do Estadão Noite pode ser visualizada com a tela na posição paisagem ou retrato, mas, na opção paisagem, o design do jornal fica melhor, apresentando mais adequação à tela do tablet. O Estadão Jornal Digital, ao contrário, é melhor visualizado com o aparelho “em pé”. Dessa forma, o jornal mostra uma página por vez e, quando “deitado”, mostra duas páginas, semelhante à leitura de um jornal impresso, e necessita de mais <i>zoom</i> para as reportagens serem lidas.
Tactilidade	Tanto o Estadão Jornal Digital quanto o Estadão Noite exigem manipulação de interfaces pelo toque. Seja para abrir uma matéria, por meio do texto ou foto, ou tocar em um botão para abrir uma legenda, um vídeo ou levar para a web.
Opticabilidade	Não se usa a câmera digital do equipamento nas versões estudadas.
Locabilidade ou Geolocalização	Não foi identificado uso de GPS para personalizar geograficamente o conteúdo apresentado.

FONTE: Elaborado e analisado pelas autoras com base em Palácios (2015).

De forma geral, o Estadão Noite pode ser considerado um modelo nativo (CANAVILHAS; SATUF, 2014; STATE OF MEDIA, 2015; BATISTON; NETO; PAULINO, 2013), por ter sido desenhado especificamente para o tablet. Além disso, a versão conta com edições próprias, como no caso da fotografia de capa, que não tem relação com nenhuma outra capa do *Estadão*. O aplicativo conta com design específico para ser lido em tablet, com movimentação de telas e textos de tamanhos, fontes e formatação de conteúdo para uma leitura nesse equipamento. O conteúdo é composto, basicamente, de colunas que serão vistas no jornal impresso do dia seguinte, além do aprofundamento dos fatos do dia. A versão traz, ainda, fotos, vídeos e links para a web. Nota-se a ausência de recursos de geolocalização, que poderiam sugerir ao leitor notícias específicas de onde ele se encontra. O aplicativo também não traz notícias em áudio. Falta interatividade com o leitor.

Em estudo de Souza (2016), as mesmas versões foram analisadas, em profundidade, quanto às capas do Estadão para todas as versões de tablet, em comparação com suas versões impressas, à luz da semiótica social de Kress (2003). Neste artigo, no entanto, trazemos uma análise documental muito mais

voltada às promessas das versões para dispositivos móveis na relação de convencimento, persuasão e sedução dos leitores, o que também pode ser visto como estímulo às relações de consumo, conforme Silva (2015) já apontava.

Embora pratiquem o jornalismo em outro ritmo e com outra perspectiva, as revistas periódicas também têm apresentado versões para tablet e *smartphone*. Vejamos o exemplo de *Arquitetura & Construção*, título da editora Abril (Figura 8). É evidente, assim como nas versões analisadas do *Estadão*, uma proposta de leitura e consumo bastante voltada ao aprofundamento, à ampliação de conteúdos e ao aproveitamento de linguagens cinéticas para a exposição de narrativas talvez mais compreensíveis por meio de vídeos, áudio ou animações. Galeria de imagens, animação de figuras a fim de explicar o funcionamento de certos itens, possibilidade de dar *zoom* em detalhes são elementos apresentados como argumentos sedutores para uma “experiência única” de leitura de uma revista temática. O conteúdo é “editado sob medida” para um leitor que pode obter vantagens ao ler no tablet, além do impresso.

Figura 8:
Página da
revista
Arquitetura &
***Construção*,**
editora Abril,
2014.

ONLINE

arquitetura & construção

Baixe já em seu tablet e tenha uma experiência única!

ENTREA SERRA E O MAR
Montamos uma galeria de imagens do refúgio carioca para você ver na versão digital

SUA OBRA EM DESTAQUE
Em movimento, o painel que esconde a cozinha revela seu mecanismo em nossa animação

FOCO NO PISO
Uma seleção que traz mais revestimentos cheios de personalidade

VERDE EXUBERANTE
Admire de perto os detalhes das espécies que enfeitam o jardim que lembra o traço de Burle Marx

Emuito mais conteúdo editado sob medida

Acesse nossas edições com o aplicativo gratuito
Preparamos um vídeo rápido e didático que mostra como fazer

FONTE: Página interna de *Arquitetura & Construção*, editora Abril, agosto de 2014.

Analisando a revista sob a ótica das características dos dispositivos móveis, podemos verificar que a instantaneidade não é uma preocupação (como acontece com a maioria dos textos jornalísticos de aplicativos específicos para tablet), apresentando, em contrapartida, matérias aprofundadas e que não primam pelo imediatismo, natureza própria de um periódico de arquitetura, neste caso, de periodicidade mensal.

Sobre hipertextualidade, interatividade e memória, não conseguimos verificar estes pontos, em navegação pela revista, pois seu aplicativo para tablet solicita¹⁵ uma atualização não suportada por nosso Ipad¹⁶. Isso é um dado a ser considerado, ponto negativo da tecnologia, quando os aplicativos pedem configurações cada vez mais altas, disponíveis apenas nos equipamentos mais novos, programando os antigos para serem obsoletos, fazendo com que o leitor consuma sempre e mais.

Quanto à globalidade, podemos verificar uma linguagem clara e de fácil entendimento. Além disso, a revista tem melhor visualização quando lida na posição "retrato", sendo essa sua principal orientação de consumo. Utiliza também a tactilidade para a manipulação da interface das páginas digitais. Não

¹⁵ Referência ao dia 8 de maio de 2017.

¹⁶ Utilizamos o Ipad 2, IOS 8.2 e o aplicativo requer o IOS 9, não suportado por nosso equipamento.

foram identificados dados sobre a optabilidade e geolocalização no aplicativo da revista *Arquitetura & Construção*.

VI Considerações finais

Na era da internet, é difícil dizer que alguma notícia dada pelo jornal impresso seja novidade. Ele traz aprofundamento e, muitas vezes, opiniões e desdobramentos não mostrados nos outros meios, mas os fatos e as informações primárias já chegaram até o público de outras maneiras. Pode-se mesmo dizer que a internet modifica o impresso em relação às práticas jornalísticas, aos modos de consumo e à distribuição dos conteúdos pelas plataformas. Na atualidade, como se pode ver nas capas de jornais impressos, no espaço em que poderiam estar os furos de reportagem, as matérias de destaque, há apenas desdobramentos das matérias principais, já que os “furos” vêm por meio dos dispositivos móveis, especialmente tablets e *smartphones*, como buscamos mostrar em nossa análise aqui.

Já se pode ver, de experiências recentes, que o imediatismo também não é o forte do aplicativo de tablet, que é o espaço das leituras mais densas. Se, por um lado, o campo do jornalismo está sempre tentando se atualizar e conquistar leitores, por outro, os leitores precisam sempre lidar com experiências novas, às quais respondem e reagem, não sem senso crítico. Como os tempos de mudanças dessas tecnologias são muito acelerados, há sempre razões para observar e pesquisar as relações entre produção para web e leitura, na paisagem comunicacional em que estamos envolvidos.

Neste trabalho, além da apresentação de um cenário de investigação e das propostas de categorização feitas por pesquisadores em várias partes do mundo, buscamos mostrar como alguns periódicos brasileiros têm se adaptado aos novos tempos, recursos e propostas em relação às mídias móveis, especialmente tablets. Utilizamos como base para a análise de nosso *corpus*, principalmente, a categorização de Canavilhas (2008; 2013) e concluímos que, a exemplo de outros jornais de outras partes do mundo, no Brasil também há

espaço para mais inovação e mais experiências na leitura e na produção de jornais para ambientes digitais móveis.

Referências

AZEVEDO, Ranielli; NOVAIS, Ana Elisa. Leitura em Multimodos: as affordances no processo de interação em portais públicos. In: 3º SIMPÓSIO HIPERTEXTO E TECNOLOGIAS NA EDUCAÇÃO: REDES SOCIAIS E APRENDIZAGEM. *Anais eletrônicos...* Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2-3 dez. 2010. Disponível em: <<http://www.nehte.com.br/simposio/anais/Anais-Hipertexto-2010/Ranielli-Azevedo&Ana-Elisa-Novais.pdf>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo Convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org). *Notícias e Mobilidade*. O jornalismo na Era dos dispositivos móveis. Livros Labcom Books - Laboratório de Comunicação online - UBI Universidade da Beira Interior, Covilhã - Portugal, 2013. p. 33-54.

BARBOSA, Suzana; SILVA, Fernando Firmino da; NOGUEIRA, Leila. Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma. *Mídia e Cotidiano*, n. 2, p. 139-162, jun. 2013. Disponível em: <<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/52/47>>. Acesso em: 14 mar. 2016.

BATISTON, Bruno; NETO, Giovanni; PAULINO, Rita de Cássia. Jornalismo para tablets: a dialética entre pesquisa e prática, experiências desenvolvidas na universidade. In: SBPJor - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. III Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo. *Anais...* Universidade de Brasília. Brasília, 2013.

CANAVILHAS, João. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação. *Líbero*, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 53-66, dez. 2011. Disponível em: <http://administrativocasper.fcl.com.br/rep_arquivos/2011/12/12/1323717850.pdf>. Acesso em: 6 abr. 2016.

CANAVILHAS, João (Org). *Notícias e mobilidade*. O jornalismo na era dos dispositivos móveis. Universidade da Beira Interior, Covilhã – Portugal: Labcom Books, 2013.

CANAVILHAS, João (Org). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Portugal: LABCOM books, 2014.

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição: do papel para o tablet... ao final da tarde. In: FIDALGO, Antônio; CANAVILHAS, João (Org). *Comunicação Digital: 10 anos de investigação*. Covilhã – Portugal: Labcom Books/Minerva, 2014.

FERREIRA JUNIOR, José. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico-visual*. São Paulo: Editora SENAC, 2011.

KRESS, Gunther. *Literacy in the New Media Age*. London and New York: Routledge, 2003.

KRESS, Gunther. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. USA e Canadá: Routledge, 2010.

NEWMAN, Nic and A.L. LEVY, David. *State of media 2015*. Reuters Institute Digital News Report 2014. Tracking the Future of News. Reuters Institute for the study of journalism. University of Oxford. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202014.pdf>>. Acesso em: 19 maio 2015.

NORMAN, Donald. Affordance, conventions and design. *Interactions*, v. 6, n. 3, p. 38-43, 1999.

PALÁCIOS, Marcos et al. Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. *Jornalismo para dispositivos móveis*. Covilhã – Portugal: Labcom Books, 2015.

PALÁCIOS, M. et al. Aplicativos jornalísticos vespertinos para tablets. Cartografia do fenômeno ante o desafio de uma produção original e inovadora. *Sobre Jornalismo*, v. 3, n. 2. 2014. Disponível em: <<http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj>>. Acesso em: 10 maio 2016.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro. Conteúdo digital interativo para tablets- Ipad: uma forma híbrida de conteúdo digital. *Revista Estud. Comun.* v. 14, n. 33, p. 91-106, 2013.

SALAVERRÍA, Ramon. Periodismo en 2014: balance y tendencias. *Cuadernos de Periodistas*, 29, 2014. Disponível em: <www.cuadernosdeperiodistas.com>. Acesso em: 11 maio 2015.

SALAVERRÍA, Ramon. Mídia e jornalistas, um futuro em comum? *Dossiê. Parágrafo*, v. 1, n. 3, jan./jun. 2015.

SIMÕES, A. et al. Drones no Jornalismo: Implicações Éticas e de Mobilidade. *Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo*, v. 3, p. 125-140, 2016.

SILVA, Fernando Firmino da. Mobilidade ampliada: tecnologias móveis digitais no jornalismo. In: STEFFEN, César; PONS, Monica Elisa Dias.. (Org.). *Tecnologia para quê? Os dispositivos tecnológicos de comunicação e seu impacto no cotidiano*. Porto Alegre: Armazém Digital, 2011, p. 127-146.

SILVA, Fernando Firmino da. Smartphones e tablets na produção jornalística. *Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo*, v. 1, p. 23-40, 2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/22735/12626>>. Acesso em: 22 mar. 2016.

SILVA, Fernando Firmino; QUADROS, Itanel; CUNHA, Rodrigo. Análise do desenho de quatro cibermeios brasileiros: Estadão, A tarde, O Globo e o Diário Catarinense. II Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. *Anais. Universidad del País Vasco*, p. 6060-620, Jan. 2010. Disponível em: <https://www.academia.edu/9931636/An%C3%A1lise_do_desenho_de_quatro_c>

ibere<os_brasileiros_EstadC3%A3o_A_Tarde_O_Globo_e_Di%C3%A1rio_Catarinense>. Acesso em: 14 mar. 2016.

SILVA, Fernando Firmino. *Jornalismo Móvel*. Salvador: Edufba, 2015. (Coleção Ciberultura)

SOUSA, Maíra. Reconfigurações do jornalismo das páginas impressas para as telas de smartphones e tablets. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 12, n. 1, p. 43-55, jan. Jun. 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/1984-6924.2015v12n1p43/29573>> Acesso em: 14 mar. 2016.

SOUZA, Ludmylla Marina de. *Capas de jornal*. Uma análise do *Estadão* em versões impressa e digital à luz da Semiótica Social. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens). Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, 2016.