



## **Construção e estrutura da notícia nas interfaces dos tablets<sup>1</sup>**

Vivian Rodrigues de OLIVEIRA<sup>2</sup>  
Rita de Cássia Romeiro PAULINO<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina, SC

### **RESUMO**

As abordagens linguísticas e cognitivas sobre o texto jornalístico já se ativeram em demonstrar que a notícia possui estruturas semânticas e esquemáticas que são inerentes às estratégias discursivas de transmissão da informação. Neste processo de organização, os suportes jornalísticos trazem possibilidades e capacidades distintas, uma vez que os meios possuem linguagens e características particulares. Este artigo busca compreender como a notícia pode ser construída e apresentada em um formato que está, progressivamente, se difundido no mercado editorial: o aplicativo jornalístico para tablets.

**PALAVRAS-CHAVE:** tablet; notícia; linguagem; interface; aplicativo.

### **CONSIDERAÇÕES INICIAIS**

O relato noticioso é capaz de narrar ao receptor um determinado fato selecionado e construído (salvaguardando as premissas da prática jornalística) ao incorporar o conhecimento sobre como a notícia deve ser estruturada e apresentada, considerando as particularidades dos meios. Neste artigo interessa saber como a notícia é construída e estruturada na interface de um suporte em recente processo de consolidação: o tablet. Este aparelho digital móvel e em formato de prancheta possui uma característica inovadora no âmbito jornalístico: a tactibilidade<sup>4</sup> proporcionada por sua tela sensível ao toque (touchscreen). Com a possibilidade de acesso à internet e produção de conteúdo multimídia, o tablet se tornou um nicho promissor para as empresas jornalísticas que pretendem usufruir das potencialidades da tecnologia interativa e hipermidiática.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 05 – Rádio, TV e Internet do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PosJor, email: vivianunb@gmail.com.

<sup>3</sup> Coautora deste artigo. Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Rita Paulino. Departamento de Jornalismo – JOR e POSJOR - Centro de Comunicação e Expressão - CCE -UFSC, e-mail: rita.paulino@ufsc.br

<sup>4</sup> A tactibilidade diz respeito às interfaces hápticas, que são aquelas que associam o gesto do toque à cinestesia.



O mercado de tablets triplicou no Brasil em 2012: o país passou de 17º lugar para 10º lugar no ranking mundial do consumo, segundo pesquisa do International Data Corporation (IDC). Apenas no 3º trimestre de 2012 foram vendidos 769 mil tablets no país, sendo 3,1 milhões de aparelhos vendidos durante todo o ano. Ainda assim, o mercado brasileiro de tablets é 12 vezes menor que o mercado norte-americano, o maior consumidor do mundo.

O artigo recorre a uma breve revisão da literatura sobre normas e teorias da linguagem noticiosa com o propósito de identificar pontos importantes das teorias da construção da notícia e suas adequações ao longo da evolução tecnológica para, posteriormente, localizá-los no jornalismo para tablets. São revisados também aspectos normativos que ajudam a compreender a seleção, a construção e a estrutura da notícia. Ao final, o trabalho apresenta uma análise empírica de uma premiada publicação para tablet, o jornal vespertino O Globo A Mais, desenvolvido pelo jornal O Globo.

## **A LINGUAGEM DO JORNALISMO**

No intuito de transmitir a informação – que é parte de uma narrativa – o texto jornalístico concorreu com a forma mais genuína de transmissão de mensagens: a oralidade. O processo histórico do desenvolvimento da notícia iniciou-se por meio da linguagem falada, enquanto a linguagem escrita como difusora de informação em larga escala teve como marco o inventor alemão Johannes Gutenberg, com a impressão da Bíblia, em 1452. A impressão periódica só surgiu em 1609, na Alemanha.

Como prática social e forma de conhecimento, o jornalismo sofreu alterações atreladas às transformações sociais, de modo que estes são processos interligados. A mudança no relato noticioso – do cronológico para a pirâmide invertida – ou a introdução da entrevista na década de 1870 provam que aspectos aparentemente naturais para os leitores atuais, na verdade, são produtos de transformações. Traquina (2005) cita, para mostrar mais um exemplo, o mal-estar gerado pela introdução de uma prática que parece, equivocadamente, ter nascido junto com os jornais impressos:

Outro indício das mudanças que ocorrem no jornalismo foi a utilização da primeira página para colocar as notícias. Por exemplo, em 1829, um dos jornais mais vendidos em Nova York pediu desculpa aos leitores por ter colocado notícias na primeira página (TRAQUINA, 2005, p.61)

Lage (1986) diz que o texto jornalístico precisou “formalizar-se, enriquecer sua sintaxe, para suprir a ausência de elementos analógicos que existem na conversa, desde



a expressão do rosto de quem fala até a entonação e as pausas” (LAGE, 1986, p.7). Em resumo, na prática, o jornalismo procura se moldar e se ajustar no intuito de oferecer a notícia bem escrita e a interface bem projetada para que o leitor possa compreender o fato ocorrido, e formular uma opinião sobre o acontecimento. A função do jornalista é contar um fato de maneira correta, coesa e concisa.

Buscando entender a construção da notícia em um novo formato digital, interessa compreender a estrutura da notícia enquanto texto e contexto, considerando a linguagem jornalística. Segundo Lage (1986), a linguagem é um aspecto cultural da sociedade e um instrumento de comunicação composto por alguns elementos simbólicos e semânticos. Essa visão ampla explica a maneira como o pesquisador recorre a semiologia para estudar a linguagem jornalística, considerando seus significados, seus símbolos, seus ícones e seus sentidos. A linguagem jornalística possui algumas características elencadas por Lage (1986), tais como: estruturas passíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal; objetividade e mais denotação do que conotação; é empática; é convencional e arbitrária: o jornalista faz suas opções lingüísticas; é referencial; é metalingüística; é redundante e estereotípica; é ética ao evitar usos pejorativos; e é análoga à sociedade, privilegiando valores e costumes.

Nesta mesma direção lingüística, em seus estudos sobre cognição, discurso e interação, Van Dijk (2004) propõe questões essenciais da análise do discurso e do texto, como os aspectos ligados: à compreensão, recordação, sumarização e produção de textos; à busca de um modelo estratégico de processamento de discurso; à análise semântica do discurso; às estruturas das notícias na imprensa; e aos episódios enquanto unidades de análise do discurso.

## **A SELEÇÃO E A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA**

Lage (2002) explicita as três fases de processo de produção da notícia: a seleção dos eventos, a ordenação dos eventos e a nomeação dos eventos. Dentro destas fases, existem alguns itens básicos da notícia: a narrativa em ordem de importância (pirâmide invertida); a utilização do lead (primeiro parágrafo da notícia); a utilização de exemplos e comparações de fácil assimilação pelo leitor; emprego da terceira pessoa da narrativa como padrão; e a arbitrariedade do jornalista ao escolher início, meio e fim da descrição do fato.



Em seus estudos, Traquina (2005) afirma que os jornalistas possuem óculos próprios para darem vida ao processo de seleção e construção da notícia. A pesquisadora Cristina Ponte (2005) explica que a transformação de um acontecimento em notícia é resultado de uma avaliação ponderada dos critérios de noticiabilidade. Os valores notícia em questão (baseados em Galtung e Ruge, nos anos 60) são: (1) o tempo do acontecimento e a frequência; (2) a amplitude e clareza do fato; (3) a significância do fato (proximidade e interesse); (4) a consonância (expectativa e desejo); (5) a imprevisibilidade (o inesperado e o raro); (6) a complementaridade e a continuidade; (7) a relação com as elites; a personalização; (8) a negatividade.

A autora destaca ainda que, ao comentar os estudos sobre noticiabilidade e processos produtivos, Wolf (1985 apud PONTE, 2005) distingue pressupostos e critérios decorrentes do conteúdo, do produto, do suporte, do público e do contexto concorrencial. Traquina (2005), por sua vez, categoriza os critérios de seleção substantivos (notoriedade, proximidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito, infração, escândalo) e contextuais (disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência, dia noticioso) de seleção; em complemento com os critérios de construção (simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização).

Estes critérios de noticiabilidade reforçam o jornalismo como uma realidade muito seletiva, construída através de inúmeros processos de interação social entre os profissionais do campo jornalístico e as diversas fontes, bem como outros jornalistas e a sociedade. As teorias paradigmáticas do jornalismo – a teoria do espelho, a teoria da ação pessoal (gatekeeper), a teoria organizacional, as teorias de ação política, a teoria construcionista, a teoria estruturalista e a teoria interacionista – também ajudam a entender como o jornalismo é uma instituição muito próxima e dependente de outras esferas sociais.

### **Estrutura da notícia**

A estrutura da notícia pode ser esquematizada da seguinte forma, segundo Lage (2002): Título > lead > sublead > corpo da matéria > intertítulo

A função principal do título é chamar a atenção do leitor; e um verbo de ação ajuda a cumprir esta missão. Como já mencionado, o lead é o parágrafo inicial do texto jornalístico que contém as informações básicas sobre o fato. O sublead são informações objetivas inseridas no texto que fazem referências anteriores. O sublead tem função de aprofundar o lead e ligá-lo ao corpo da matéria. O corpo da matéria é o desenvolvimento do texto. Por fim, o intertítulo é um recurso de edição que serve para



facilitar a leitura e manter o interesse do leitor ao longo do texto através de palavras-chaves. Todos estes elementos precisam estar apoiados na documentação, que representa as proposições adicionais aos elementos do lead e comporta dados comprobatórios.

Comasseto (2005) se baseia nos conceitos formulados por Van Dijk (2004) para analisar a estrutura do texto da notícia, levando em conta a importância do título e do lead. Estes conceitos se referem especialmente à noção de macroestrutura, microestrutura e superestrutura. Apoiado nessas teorias, Comasseto (2005) afirma que o título é guia da leitura, e serve para dar equilíbrio estético à página, anunciar o fato, resumir a notícia e ativar fatores cognitivos que guiam a compreensão. Já o lead é o parágrafo-tópico, de modo que a coerência começa no lead (quem fez o que, a quem, quando, onde, como, por que, para que).

Por sua posição estratégica e visibilidade, o título é a primeira categoria da notícia a fornecer o tópico de que o leitor precisa para ativar um esquema mental. A hipótese provisoriamente formulada será confirmada ou redirecionada pelo lead (...) Juntos, título e lead permitirão visualizar a macroestrutura do texto e, portanto, os principais temas de que ele trata. (COMASSETO, 2005, p.48)

O relato noticioso segue então o caminho da exposição das informações mais recentes, importantes ou interessantes primeiro, relacionando a seguir as secundárias, para somente depois voltar ao detalhamento ou documentação das proposições iniciais – e assim sucessivamente (COMASSETO, 2005). As notícias, porém, não só têm uma estrutura semântica global, mas também uma estrutura esquemática global

Van Dijk (2004) explica que para compreender a organização de um texto é preciso compreender as partes características do gênero textual (ver figura 1). No caso das notícias, as partes são: (1) manchete, (2) lead, (3) evento principal, (4) contexto do evento, (5) eventos anteriores relacionados, (6) conseqüências/reações ao evento, (7) expectativa do repórter quanto aos próximos eventos, (8) avaliação do repórter em relação ao evento.



Fig 2: Esquema do texto noticioso (van Dijk, 1992b, p. 147)

### Figura 1: Esquema do texto noticioso

Fonte: Van Dijk (1992, p.147)

O esquema de estruturação da notícia é importante para que os jornalistas e os leitores reflitam a respeito da hierarquização das orações e da posição em que as sentenças ocupam no texto, para que a mensagem noticiosa se movimente de modo estratégico e consciente.

## A NOTÍCIA NOS MEIOS DIGITAIS

Como já vem sendo debatido há algum tempo, os meios digitais e o espaço ocupado pelo jornalismo na internet colocam em discussão algumas das características tradicionais da prática jornalística. “A introdução de novas tecnologias têm impactos não apenas sobre a produção, mas também sobre o produto, enquanto tal, e sua situação no mercado” (MEDITISCH, 2007, p.122). Por outro lado, é preciso sempre ponderar a respeito de como esse impacto influencia o processo: “a mediação técnica e tecnológica condiciona a evolução do meio, mas não a determina” (MEDITISCH, 2007, p.123).

De fato, o suporte digital trouxe incertezas e questionamentos para o texto noticioso estabelecido antes da ascensão do jornalismo na internet. Elementos considerados consolidados, como a pirâmide invertida, passaram a ser questionados por conta das possibilidades oferecidas pela hipermídia e pelo hipertexto. O processo tradicional de construção da notícia, que designa o jornalista como o responsável por selecionar os acontecimentos, foi igualmente problematizado pelas possibilidades de interatividade.

Entre outras mudanças, a hierarquização das páginas e das notícias, o monopólio das grandes empresas de comunicação e a disposição da notícia no meio também foram



botados à prova por outras perspectivas propostas pelo ciberespaço. Jorge (2008) elenca algumas das alterações observadas com o deslocamento da notícia para os meios digitais. Para ela, a notícia como produto do jornalismo digital:

- 1) deixa de ter forma física (no papel) para ser virtual (na tela do computador);
- 2) liga-se por lexias (unidades de sentido) proporcionadas pelo hipertexto, e não por coordenadas ou retrancas;
- 3) incorpora a velocidade nas rotinas produtivas e estabelece uma relação mais interativa com o leitor, que passa a interferir até mesmo no processo produtivo

Jorge (2008) defende que os meios digitais contribuíram para a continuidade do processo de mutação da notícia, que acompanha a própria mutabilidade dos seres humanos em busca de adaptação. Para ela, a mutação noticiosa não significa transformação, mas replica o sentido de mutação na biologia. Nos meios digitais, especificamente, surge a “hipernotícia”, isto é, aquela capaz de agregar diferentes elementos midiáticos e se organizar em camadas, cuja ação do leitor determina a trajetória de leitura.

A notícia nos cibermeios – sofre, no meio digital, mais um processo de mutação: abandona antigos padrões de produção, assume novas formas com imagens em movimento e sons. Ou seja, *mutatis mutandis* (mudado o que deve ser mudado), a notícia mantém algumas das características – como o propósito de informar, o princípio da verdade – embora outras estejam em vias de alteração, reciclagem ou extinção. (JORGE, online, 2008)

O desenvolvimento do jornalismo digital, portanto, tem revelado que a evolução das tecnologias da comunicação e da informação (TICs) não representou meramente um deslocamento de suporte no processo de produção e difusão de notícias. Verificam-se também alterações nos fundamentos deste processo e no estatuto deontológico do jornalista diante da força da materialidade da escrita já celebrada por McLuhan (1967); bem como do sentido atribuído pela forma sobre o conteúdo defendido por Chartier (2002). Desde a apuração do fato noticiado à maneira como o leitor se relaciona com a notícia, novas práticas e conceitos são criados e (re) adaptados.

É, considerando o fato que o suporte digital possibilita tanto a reconversão da natureza do ofício, quanto a alteração de todas as etapas da produção jornalística, que a consolidação do jornalismo digital depende da superação do modelo conceitual [...] que caracteriza a tecnologia como ferramenta auxiliar no trabalho jornalístico. (MACHADO, Elias, 2003, p.3)



## A NOTÍCIA NOS TABLETS

Nos tablets, os produtos jornalísticos são aplicativos<sup>5</sup> que fazem parte de um modelo de negócio e de uma escolha tecnológica. Os aplicativos, em grande parte, são hospedados em ambientes virtuais conhecidos como lojas de aplicativos ou apps store (Ex.: Google Play e App Store). Essas lojas são controladas pelas empresas de tecnologia que também fabricam os tablets. Há, porém, a possibilidade do aplicativo ser disponibilizado diretamente no navegador, sem a necessidade de um intermediário. Esta possibilidade depende do uso de linguagens específicas e/ou de modelos de assinatura adquiridos junto às empresas que controlam as lojas de aplicativos.

Com a popularização dos dispositivos móveis, a produção de jornais digitais em forma de aplicativos também se popularizou, despertando novos desafios para a linguagem jornalística. Novos conhecimentos envolvendo o grid, as interfaces, as tipografias, padrões de zoom e disposições da navegação foram importantes para a valorização do conteúdo e adequação nestes aparelhos.

Segundo estudo da Alliance for Audited Media<sup>6</sup>, em 2012, 90% das publicações jornalísticas americanas já possuem aplicativos para tablets. No Brasil, esse número também cresce, de modo que os jornais de maior circulação (O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo) já incorporaram essa forma de distribuição de suas publicações em complemento às suas versões impressas e digitais. Entre as revistas que já possuem seus aplicativos para tablets, estão: Revista Época, Revista Istoé, Revista Autoesporte, Revista Galileu, Revista Carta Capital e Revista Veja.

Os produtos jornalísticos nos tablets têm a missão de incorporar as potencialidades proporcionadas pelo meio sem perder as características de formato noticioso. Para isso, naturalmente, é preciso entender o meio e suas características particulares. Na verdade, os jornais precisam reestruturar suas operações para se adaptar às novas ferramentas, aos novos comportamentos dos usuários e à entrega de conteúdos.

A tela touchscreen (sensível ao toque) é um elemento-chave para se pensar a construção da notícia e da narrativa nos tablets. A taticibilidade convida o usuário a um potencial de interatividade de navegação pouco identificado em meios anteriores. A mobilidade e o acesso à internet complementam a amplitude de possibilidades do

---

<sup>5</sup> Programas (softwares) que desempenham tarefas e são instalados nos tablets.

<sup>6</sup> É uma organização sem fins lucrativos que conecta as principais empresas da América do Norte de mídia, anunciantes e agências de publicidade.

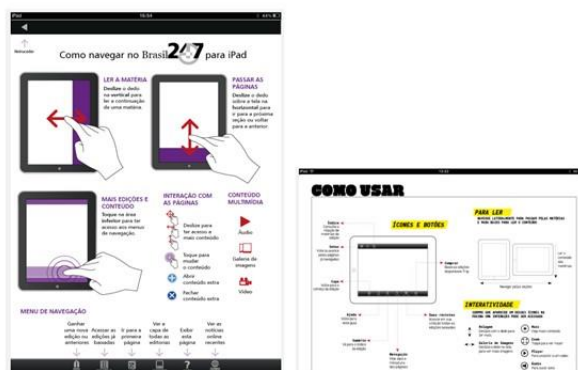


suporte. Vale citar que a principal diferença entre um e-reader e um tablet é que o e-reader é um leitor eletrônico, enquanto o tablet é multimídia.

O toque é a característica mais próxima da mídia impressa em relação a seu manuseio: o sentido do tato para folhear uma revista, que lembra uma revista impressa. No caso dos *tablets*, a tela é sensível ao toque, o que possibilita a sensação de se folhear uma página. Mas o recurso de toque vai além da possibilidade de folhear páginas. Com o toque na tela, o leitor pode interagir com os recursos disponíveis para apresentar um elemento editorial, fotos, gráficos e animações. (PAULINO, 2012)

Na construção do produto jornalístico para suportes móveis, a vibração é uma forma de recurso de tactibilidade com alguma utilização já conhecida. Com a vibração, “muitas publicações se utilizam do recurso da notificação para informar o usuário da atualização de notícias a partir de uma nova janela, que aparece mesmo com a tela bloqueada” (PALÁCIOS, M.; CUNHA, Rodrigo, online, 2012). É possível, ainda, pensar em outros potenciais pouco utilizados e mais adaptáveis aos tablets, como: chacoalhar ou apenas desnivelar o aparelho para mover elementos do layout. São recursos que aumentam a produção de interfaces naturais – NUI – Natural User Interface.

Atualmente, a seção mais compartilhada pelos produtos jornalístico nos tablets são os guias de navegação (ver figura 2), ou seja, aqueles manuais que instruem o leitor a respeito de como os gestos desencadeiam funcionalidades no sistema. Isto prova que a usabilidade é um elemento importante nos suportes digitais, mas também é um desafio ainda não superado:

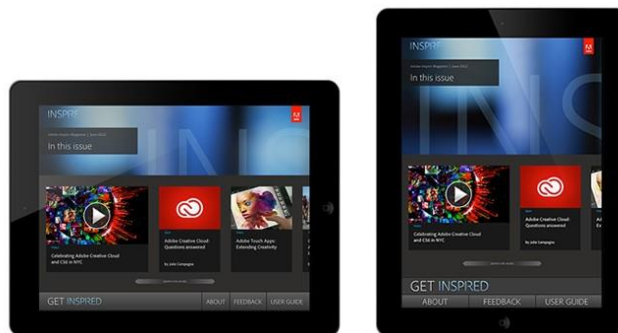


**Figura 2:** Manuais de navegação de produtos jornalísticos

**Fonte:** Aplicativo Brasil 247

Os tablets oferecem a permissão de dupla orientação de visualização, ou seja, uma orientação vertical e outra orientação horizontal. As publicações digitais

jornalísticas podem se valer desta característica de diferentes formas: (1) utilizando o mesmo conteúdo nas duas orientações, isto é, apenas adaptando o layout das páginas; (2) utilizando conteúdos complementares entre as orientações; (3) utilizando conteúdos diferentes entre as orientações; (4) utilizando apenas a orientação horizontal; ou (5) utilizando apenas a orientação vertical.

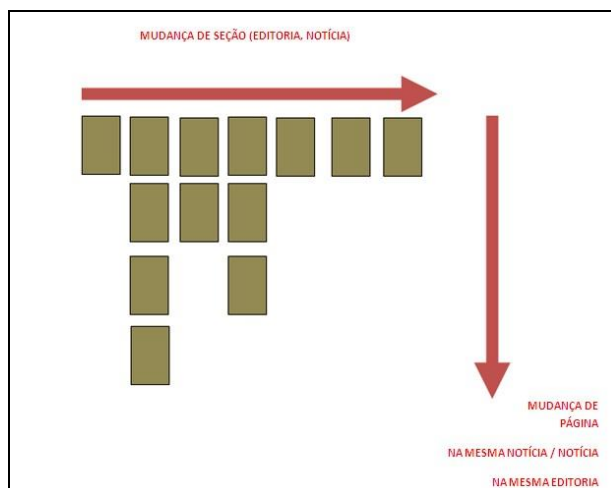


**Figura 3:** Dupla orientação do tablet

**Fonte:** <http://www.adobe.com/inspire/2012/08/editors-note.html>

Na prática, isso significa que o texto noticioso pode ter uma estrutura na posição vertical e outra na horizontal, de modo que as duas sejam complementares. Adicionar um elemento multimídia em uma das orientações, como um vídeo ou um slideshow, já é um diferencial em relação a outros suportes conhecidos. Além das múltiplas possibilidades de leitura em relação às orientações do tablet, também existem caminhos alternativos de navegação dentro da publicação. Por fazer parte de um espaço digital, as publicações nos tablets possuem um espaço “infinito” de ocupação (limitado apenas pelo tamanho do arquivo), de modo que o trabalho com camadas de conteúdo seja uma forma eficiente de lançar mão dos recursos tecnológicos.

As produções no tablet são capazes de reproduzir a ideia de “editorias”, “matérias” e “páginas”. Essa reprodução, contudo, não está explícita apenas nos aspectos gráficos declarados no corpo das páginas, mas em seu próprio formato de produção. Tendo em vista que a expansão de conteúdos nos tablets pode ser feita de modo horizontal e vertical, algumas linhas editoriais optaram por padronizar a organização de seus produtos. Em várias revistas e jornais a expansão da uma única notícia se dá em sentido vertical; enquanto a troca de notícias ou editorias acontece quando o leitor aciona o arraste horizontal. Esse procedimento solicita ao usuário uma leitura em “T”, como mostra a figura 3.



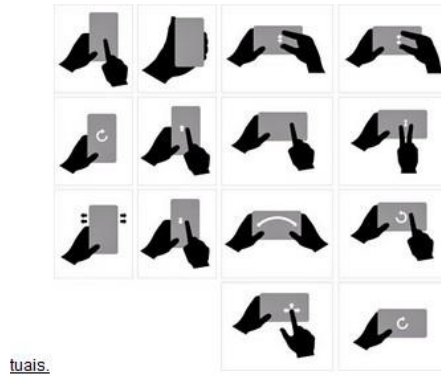
**Figura 3:** Dupla orientação do tablet

**Fonte:** OLIVEIRA, V.R., PAULINO, R.C.R; Construção e Estrutura da Notícia nas Interfaces dos Tablets. 2013

Os conteúdos interativos suportados pelas tecnologias que produzem publicações para tablets também são capazes de agregar valor tanto na experiência de produção quanto na experiência de recepção de uma notícia. No tablet é possível identificar alguns dos elementos interativos mais usados no intuito de enriquecer a experiência de leitura e contribuir com a usabilidade do material. O hiperlink, o vídeo, o áudio e o slideshow já são reconhecidos há algum tempo em outras plataformas digitais. A integração com redes sociais, por sua vez, ganha uma vantagem competitiva em relação aos computadores fixos por utilizar uma plataforma móvel, ou seja, capaz de registrar os eventos no momento em que eles ocorrem.

Estes recursos interativos são baseados em possibilidades de intervenção do leitor sobre o conteúdo. Esta interatividade permite ao leitor criar seu próprio caminho de navegação e descobrir novas informações por meio do desencadeamento de uma ação. O uso de recursos interativos exige um novo projeto gráfico diferente do layout impresso ou da edição digital para web. A numeração de páginas, por exemplo, está sendo substituída nos tablets pelas barras de progressão. São alguns dos recursos interativos para tablets: sequência de imagens; panorama / panorama e zoom; conteúdo da web: integração de sites; quadro com rolagem; hotspot; drag and drop; drag and Switch: arrastar e soltar elementos gerando uma modificação; galeria de imagens; gravidade; parallax; e scratch.

A diversidade de recursos interativos é resultado da capacidade do uso da linguagem gestual no tablet, como ilustrado na figura 4.



**Figura 4:** Possibilidades gestuais nos tablets

**Fonte:** [www.dualpixel.com.br](http://www.dualpixel.com.br)

Entre os gestos mais conhecidos durante a utilização do tablet estão: tocar para abrir/ativar; tocar para selecionar; tocar para parar; arrastar para mover o objeto; deslizar para rolar; dois dedos para rolar; girar para rolar; agitar; beliscar para encolher; espalhar para ampliar; dedos fantasmas (ghost fingers); mover o corpo para ativar; e apontar para selecionar/ativar.

#### **A notícia no aplicativo O Globo A Mais**

O Globo A Mais é um aplicativo desenvolvido pelo jornal O Globo com conteúdo exclusivo para tablets iPad. O aplicativo foi lançado em 2012 no âmbito das reformas gráficas do jornal, que também possui uma edição digital. O Globo A Mais é atualizado de segunda a sexta-feira às 18 horas e possui tiragem e preço próprios. A publicação venceu em 2012 o Prêmio Esso de melhor contribuição à imprensa.

O Globo A Mais possui identidade visual atrelada ao jornal O Globo, mas é rico em recursos próprios da plataforma. Vídeos, galerias de fotos, áudio, textos em quadro, imagem em 360° e visualização de páginas em duas orientações são elementos presentes ao longo da publicação. O texto noticioso em si mantém a essência da estrutura da notícia no impresso (título, lead, sublead, corpo), com a adição de recursos multimidiáticos que já estão alinhados dentro da notícia (o que já representa um passo a frente em relação ao que se costuma ver nas versões digitais dos jornais na web). Também é possível ter acesso a documentos que auxiliaram na apuração das reportagens como conteúdo extra.



**Figura 5:** Tela inicial do aplicativo O Globo A Mais  
**Fonte:** <http://tecnoblog.net/89741/ipad-revista-globo-a-mais/>

Ao navegar pelas telas de O Globo A Mais, o usuário pode passar de uma página para outra deslizando os dedos na horizontal para a esquerda. Para voltar, é preciso fazer o mesmo movimento para a direita. Dentro das reportagens, colunas ou seções, o movimento é vertical. Uma sinalização no canto inferior direito mostra a quantidade de telas disponíveis, assim como a tela onde o usuário está. Isto comprova a ideia já citada de substituição da paginação por barras de progressão.

Alguns textos são navegáveis dentro de uma única tela. Este recurso é o já citado quadro de rolagem. Os conteúdos extras são sinalizados por meio de ícones especiais que abrem automaticamente a partir de um leve toque sobre a tela. O usuário pode ampliar imagens, ver vídeos e galerias de fotos. No topo das páginas é possível visualizar as matérias em destaque, visualizados aos deslizar os dedos sobre o canto superior direito.

As principais notícias do dia estão na seção fixa “Giro”. Ao tocar em algumas fotos da seção, são abertos quadros explicativos e legendas. O Globo A Mais publica diariamente as imagens do dia, que podem ser intercaladas deslizando os dedos sobre a tela. Para ver estas imagens em melhor definição e tamanho, o usuário precisa girar o tablet, visualizando a imagem em tela cheia e com legenda. As legendas são apresentadas ao se tocar as imagens. Ao acionar a barra escura na parte superior na tela, o usuário volta para a leitura das seções.

Nas colunas, ao clicar na imagem inicial, o texto e/ou o vídeo da coluna é apresentado. Por vezes, o colunista disponibiliza sua coluna em vídeo, e não em texto escrito. Para retornar à tela inicial, é preciso tocar no ícone voltar. Na seção “Dicas” é possível ler o texto principal de serviços e tocar nos botões para ter acesso a conteúdos



especiais. Nesta seção, no alto da tela, os assuntos principais são iluminados com a cor azul. As reportagens especiais são divididas em parte diferentes que podem ser acionadas por botões. Estes botões abrem caixas de texto com o resumo de cada parte.

Alguns pontos negativos importantes foram observados. A interatividade em O Globo A Mais está no nível da navegação, mas não existem referências claras dentro das telas para a chamada do leitor nos comentários das matérias ou envio de sugestões. Nesta mesma linha de raciocínio, a integração com as redes sociais também é pobre, de modo que não foram identificados ícones de compartilhamento nas redes sociais.

Outro problema de navegação da publicação são os espaços de deslizamento dos dedos que apresentam ações semelhantes para funcionalidades diferentes. O exemplo mais percebido é o das galerias de imagens dentro das telas. Estas galerias precisam ser acionadas por meio do deslize horizontal, que é a mesma ação que gera a mudança de página. Tal semelhança provoca certa fragilidade na usabilidade. Esta fragilidade também é representada pela dualidade no botão “voltar”, que volta para a página inicial, e não para a página anterior.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O jornalismo digital para tablets tem alguns desafios à frente. Entre eles, se destacam: evitar a mera reprodução do jornal impresso ou da edição digital do jornal na web; aproveitar de forma eficiente os recursos de linguagem e cognição da plataforma; encontrar uma tecnologia que permita utilizar os recursos do tablet de maneira produtiva e responsiva; e identificar um modelo de negócio que torne as publicações para tablet financeiramente interessantes para as empresas jornalísticas. Em suma, há de se analisar um conjunto de fatores que possam, integrados, tornar uma publicação jornalística para tablets um produto consolidado.

O Globo A Mais, certamente, é um dos exemplos mais bem acabados no mercado brasileiro, entretanto, faz parte de uma fatia mínima do universo editorial do país para tablets. Ainda assim, é uma referência a ser seguida por outras publicações que estejam se inserindo no mercado. O que se percebe, até aqui, é que a notícia não se transformou em seu sentido epistemológico e normativo, mas ganhou possibilidades as quais pode ou não incorporar para agregar valor à sua linguagem. Essa adaptação tem de atender não somente ao meio tecnológico, mas também ao jornalismo como forma de conhecimento.



## REFERÊNCIAS

- CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. São Paulo. Ed. Unesp, 2002
- COMASSETTO, Leandro Ramires. **As razões do título e do lead**: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia, dissertação de mestrado. Florianópolis, UFSC, 2001, 99 páginas
- JORGE, Thais de Mendonça. **A notícia nos cibermeios**: três hipóteses sobre a mutação do relato noticioso. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008. Disponível em <http://sbpjour.kamotini.ghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada12thaismendoncajorge.pdf>. Acesso em 17 jan 2013
- LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1986.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis: Insular, 3ª edição, 2001
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2002.
- LAGE, Nilson. **Por A mais B a técnica da notícia**. Disponível em: <<http://www.unaberta.ufsc.br/resenhas1.htm>> Acesso em 16 jan 2013
- MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003
- MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação**. Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo, 2ª Ed. Florianópolis: Editora Insular, 2007.
- PAULINO, R. C. R. **Revistas Digitais: uma abordagem sóciotecnológica de um sistema hipermídia para tablets**. In: X Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo 2012, Curitiba. X Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2012.
- PALACIOS, M.; CUNHA, R. **A taticidade em dispositivos móveis**: primeiras reflexões e ensaios de tipologias. Disponível em: < <http://rodrigocunha.info/wp-content/uploads/2012/09/2012contemporanea.pdf>>. Acesso em 19 jan 2013
- PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Editora Insular/PosJor - UFSC, 2005. 248p
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005
- VAN DIJK, Teun. **Notícias e Conhecimento**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol.II N.2 - Florianópolis, Posjor UFSC – Insular p. 13-29, 2005
- VAN DIJK, Teun. **Cognição, Discurso e Interação**. São Paulo: Contexto, 2004.