

Arquiteturas da notícia em apps jornalísticos: características e tendências

News Architecture in Journalism Apps: Features and Trends

Alexandra Fante Nishiyama

Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), São Paulo, SP, Brasil.

ORCID: 0000-0002-7730-3195

<alexandrafante@gmail.com>

Como citar este artigo (How to cite this article):

NISHIYAMA, Alexandra F. Arquiteturas da notícia em apps jornalísticos: características e tendências. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-19, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2018: ID29299.
DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.29299>.

RESUMO

Com o conceito de mobilidade, possível pelos dispositivos, a conexão à internet banda larga e a popularização do aparato tecnológico, a sociedade demanda novas qualidades a narrativa jornalística. A partir de um ecossistema que envolve o conteúdo jornalístico, os smartphones (hardware) e os aplicativos jornalísticos (software), questionou-se quais as características da arquitetura da notícia para dispositivos móveis em aplicativos jornalísticos de empresas de comunicação brasileiras e portuguesas, considerando os atributos e as potencialidades do suporte. O estudo apresenta uma análise feita a partir da observação de conteúdo jornalístico, publicado em aplicativos de notícias brasileiros e portugueses, traça perspectivas, discute as estruturas narrativas adotadas e apresenta as configurações das arquiteturas das notícias veiculadas pelo suporte, indicando tendências.

Palavras-chave: Arquitetura da notícia. Jornalismo móvel. Apps jornalísticos.

ABSTRACT

With the advent of mobile devices, broadband internet and the popularization of technological apparatus, society demands new qualities from journalistic narrative. From an ecosystem that involves journalistic content, smartphones (hardware) and journalism applications (software), we have questioned: what are the characteristics of news architecture in Brazilian and Portuguese journalism apps, considering their attributes and capabilities? This article presents an analysis of journalistic content published in Brazilian and Portuguese news applications, tracing perspectives, discussing adopted narrative structures, as well as presenting configurations of news architectures and indicating trends.

Keywords: News architecture. Mobile Journalism. Journalism Apps.

Entre convergências e divergências comunicacionais

A convergência das mídias foi possível com os avanços tecnológicos na computação em meados dos anos 1990 (Deuze, 2004) e a partir de então, a Internet “tornou-se a alavanca na transição de uma nova sociedade – a sociedade de rede [...]” (Castells, 2003, p. 17).

No jornalismo tem se abordado com frequência as tendências convergentes que envolvem tecnologias, mídias, empresas e funções do jornalista (Salaverría, 2003). Para o pesquisador, a dimensão empresarial pode ser explicada pelo “surgimento da

Internet como uma nova plataforma para o jornalismo, em que existe a obrigação de rever os modelos de articulação dos meios de comunicação dentro dos grupos de comunicação”¹ (Salaverría, 2003, p. 33). A dimensão tecnológica implica na revolução instrumental para a composição, produção e distribuição da notícia. A profissional refere-se à mudança nas rotinas produtivas do jornalista, surgindo o profissional “multiplataforma”. E, por fim, a dimensão multimídia que traz novas linguagens ao jornalismo.

Há ainda a convergência social, cultural e mercadológica (Jenkins, 2009) que acontecem ao mesmo tempo, no mesmo espaço. Nesse processo os sujeitos, a partir da interação com a mídia, passam a ter um novo comportamento de relações sociais, culturais e econômicas.

Ao falar de uma comunicação convergente é preciso destacar a divergência. Pontua-se como divergente a não apropriação ou a subutilização dos meios de comunicação digitais e das ferramentas disponíveis nos suportes, que desfavorecem o diálogo amplo, multidirecional, descentralizado e colaborativo. Ao somente transpor o conteúdo jornalístico ou fazer uma adaptação mínima e superficial é ignorar as características e potencialidades e divergir sobre o objetivo de cada meio. A divergência comunicacional ignora o objetivo de informar em diversos meios, diferentes linguagens e canais distintos, conceito presente no jornalismo contemporâneo, em que diversas narrativas contribuem para a construção de novas arquiteturas da notícia. Ignorar as características dos suportes, que fornecem mobilidade, conexão e interação, é divergir dos objetivos para os quais foram idealizados.

Jornalismo móvel: evolução do webjornalismo

O webjornalismo se mostrou inovador e, ao mesmo tempo, desafiador para as empresas de comunicação e para os jornalistas, tendo como parâmetro os modelos tradicionais, dotados de características isoladas, que estavam presos aos seus canais nativos. É válido afirmar que jornalismo móvel é uma evolução do webjornalismo, pois utiliza a Internet, mas ganha mobilidade e dinamicidade do suporte de acesso. É neste contexto que surgem os sites responsivos, que se adaptam automaticamente aos diferentes formatos de tela, e os *apps* – como novo modelo de negócio.

Com a adoção dos dispositivos móveis, o jornalismo é estimulado a inovações. Com conexão *always on* (Pellanda, 2009) e mobilidade, o jornalismo móvel também passa a ser ubíquo, o conteúdo apropriado para telas menores,

¹ No original: La aparición de Internet como nueva plataforma para el periodismo, que há obligado a revisar los modelos de articulación de los medios en el seno de los grupos de comunicación.

para ser lido também em movimento, além de necessitar plataformas adequadas, os *apps* jornalísticos.

O jornalismo digital, até chegar ao jornalismo móvel passou por cinco fases. A primeira, chamada transpositiva (Mielniczuk, 2001), é a migração do jornalismo tradicional para a web (Canavilhas, 2001, 2007; Pavlik, 2001; Barbosa, 2013). A segunda fase se caracteriza pelas primeiras produções jornalísticas exclusivas para a web, com o uso dos hipertextos (Pavlik, 2001; Canavilhas, 2001, 2007; Mielniczuk, 2001, 2003), em que há o início de um pensamento mais interativo, que toma na prática algumas potencialidades da web, mesmo que em um nível básico de participação, ao acessar outras informações pelos links ou oferecer contato direto com os jornalistas e as redações – os hipertextos se apresentam como inovação e a web como novo suporte informativo. A terceira fase, ou geração, é caracterizada pela exploração das características da web a favor da notícia. A partir de então, denomina-se o jornalismo na web como webjornalismo (Canavilhas, 2001; Mielniczuk, 2001) e diferencia-se das demais ao cunhar novas estruturas narrativas, com a multimídia. Na quarta fase, porém, é que o jornalismo se apropria com maior força da multimídia. É nessa geração também que as bases de dados se consolidam como elemento estruturante do jornalismo, instituindo a capacitação das equipes, novos elementos estruturantes na organização da informação, integração de arquivos que remetem à memória e o oferecimento de mais dados (Barbosa, 2013) – esta foi a geração mais complexa, desafiadora e cara do que as anteriores, resultou em diferentes velocidades de migração e adaptação pelas redações. Para Barbosa (2013), o jornalismo está na quinta geração, envolve a convergência jornalística impulsionada pelas mídias móveis, num processo que a estudiosa afirma ser de um novo ciclo de inovação, com os *apps* nativos ou autóctones.

Características do webjornalismo

O jornalismo móvel é a evolução do webjornalismo e as características permanecem incorporadas ao novo cenário comunicacional sendo, a memória, a instantaneidade, a interatividade, a hipertextualidade, a multimídia, a personalização e a ubiquidade (Canavilhas, 2014).

A memória na web foi possível com o *upload* de informações e assim, aconteceu a “virtualização do mundo fora do lugar” (Lemos, 2009a, p. 90), criando os territórios informacionais e a memória² tecnológica. “[...] todas as tecnologias são extensões dos nossos sistemas físico e nervoso, tendo em vista o

2 Memória caracteriza a capacidade de reter ou lembrar informações. A Internet e os dispositivos de armazenamento de informações como os computadores e HDs acabam se tornando extensões do corpo, aumentando a capacidade do cérebro humano.

aumento da energia e da velocidade” (Mcluhan, 1964, p. 109). A memória é uma característica potencial que acaba por se tornar uma ferramenta. “A informação eletrônica passa a ser acessada, consumida, produzida e distribuída de todo e qualquer lugar, a partir dos mais diferentes objetos e dispositivos” (Lemos, 2009a, p. 92). Palacios complementa que “acresce-se o fato de que na Web a memória torna-se coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõe” (Palacios, 2003, p. 4). Na produção jornalística, a memória hospedada nos bancos de dados do ciberespaço, permite ao profissional ir além da sua recordação e das informações disponíveis nos servidores dos meios de comunicação e a retomada de dados para complementação na produção de novas notícias, criando uma continuidade de múltiplos fluxos.

Se houvesse a necessidade de pontuar em poucas palavras o conceito da instantaneidade seria “ser o primeiro” (Bradshaw, 2014). Gleick (2000, p. 58) afirma que “a transmissão de dados em tempo real é uma obsessão do século XX, alimentada por um desfile de novas tecnologias”. Com esses aparatos e a conexão à Internet, as notícias são recebidas imediatamente e estão sendo atualizadas, segundo a segundo, disponibilizadas em todo o mundo. O jornalismo e o tempo sempre estiveram ligados intrinsecamente. Prova disso é a corrida contra o *deadline*³ na entrega das matérias e até mesmo a busca pelo furo da notícia, dada em primeira mão. Por sua vez, o *deadline* deixa de ocorrer no webjornalismo e no jornalismo móvel, com a dissolução do tempo (Palacios, 2002) e as atualizações ininterruptas.

A interatividade, segundo Rost (2014, p. 55), é definida “[...] como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa)”.

■ Quadro 1 – O processo de midiamorfose das telas, do cinema ao celular

	Dispositivo	Produtos jornalísticos	Contexto de consumo
1ª tela	Cinema	Cinejornal	Público, coletivo
2ª tela	Televisão	Telejornal	Privado, coletivo
3ª tela	PC - Internet	Websites, portais, fóruns, listas de e-mails	Privado, individual
4ª tela	Telefone Celular	Alertas SMS, acesso WAP, sites adaptados à mobilidade, aplicativos	Público / Privado, individual

Fonte: Mielniczuk, 2013, p. 116

3 O webjornalismo tendo como uma de suas características a instantaneidade, o conceito de *deadline* deixou de existir. As notícias são, em maioria, produzidas e postadas imediatamente na web. Essa característica dos meios digitais conectados causou uma ruptura no processo de produção e divulgação da notícia.

Até a segunda tela⁴ havia apenas receptores. A partir da era digital, com a conexão à Internet, o público – em termos potenciais – passa a ser também produtor de conteúdo e tem acesso a espaços/suporte para disponibilizar as informações produzidas (Mielniczuk, 2013, p. 115). A interatividade, sem coerção ou mediação, tem como característica a individualidade e não seria errôneo afirmar que se torna uma forma de personalização dos participantes na construção de uma notícia.

O objetivo da personalização é o de responder às necessidades individuais e “a ideia principal é reunir, classificar e filtrar o conteúdo disponível, incluindo as notícias mais interessantes” (Lorenz, 2014, p. 138). O pesquisador começa um de seus artigos com uma frase que acaba por definir o conceito da personalização, “o futuro da oferta de informação irá diferenciar-se entre a comunicação para muitos, para poucos ou apenas para um leitor” (Lorenz, 2014, p. 137). Canavilhas (2007) afirma que a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade são características do webjornalismo, que juntas abrem uma oportunidade única para que qualquer indivíduo faça uma leitura personalizada, navegando pelos links disponíveis, tornando-se um jornalismo “póst-massmediático”, personalizado, individual e único, que relaciona o sujeito aos conteúdos “em uma esfera mais privada e emocional” (Canavilhas, 2007, p. 7).

O hipertexto, outra característica do webjornalismo, pode ser dado no contexto de conexão ou agregação de informações, no acesso de mais informações dentro da mesma notícia, em forma de texto ou multimídias. Esse processo permite a imersão no conteúdo, por meio de níveis informacionais, defendidos por Canavilhas (2006) e, a recuperação de memória. A hipertextualidade (Bardoel e Deuze, 2001; Canavilhas, 2014) é um grande diferencial em relação aos meios tradicionais. Por meio dessa ferramenta, o interagente não fica preso ao *lead* e a uma estrutura linear, mas pode navegar por textos, vídeos, fotos, gráficos, ilustrações, sites, sons etc., relacionados ao assunto da notícia.

Outra característica, a multimídia, ganha força pela simplificação dos processos audiovisuais na web, com a presença nas redes sociais, que geram engajamento; nas multifunções disponíveis nos *smartphones*; e no oferecimento de diferentes formatos de mídia pelas empresas de comunicação (Salaverría, 2014, p. 47-48). Em resumo, com a multimídia, dispensa-se o uso e a necessidade de vários aparelhos tecnológicos. Basta-lhe apenas a conexão, um suporte tecnológico de acesso (*Smart TV, tablet, notebook, PC, smartphone*) e a decisão de escolha.

4 Neste caso, o autor se refere à evolução das telas, pontuando como se fossem as gerações, diferente do termo usado para se referir a um dispositivo eletrônico adicional (como *smartphone, tablet* ou computador) utilizado pelo indivíduo enquanto ele faz uso de um dispositivo eletrônico principal.

A última característica a ser abordada, a ubiquidade (Pavlik, 2014), tem o conceito de estar, simultaneamente, em todo lugar, em todo o tempo e pretende obter desta forma, maior alcance e mobilidade. “Com a banda larga ubíqua, especialmente com a tecnologia *wireless*, a conectividade móvel está redefinindo os preceitos básicos do jornalismo e da mídia” (Pavlik, 2014, p. 164).

Características de hardware nos dispositivos móveis

Pontua-se como características de *hardware* nos dispositivos móveis a conectividade (rede celular, *wi-fi* e *bluetooth*), a localização (GPS), as saídas (vibração, alto-falante e tela) e os sensores (*touch screen*, câmera, microfone, acelerômetro e giroscópio). O objetivo de pontuá-las e descrevê-las é mostrar como esses recursos alteram os contextos de interação no jornalismo móvel.

Em si, os dispositivos móveis foram concebidos para atender aos anseios de uma sociedade cada vez mais conectada e em movimento. Assim, os *smartphones* se propõem a funções de personalização, ubiquidade e mobilidade (Canavilhas, Satuf, 2013). Mas, como essas características dos dispositivos móveis afetam e remodelam o jornalismo contemporâneo? “Os telefones celulares representam um desafio importante para empresas de jornais ao produzir conteúdo que pode ser transmitido em um novo contexto em que a informação é consumida em um ambiente móvel”⁵ (Rodríguez, García e Bran, 2015, p. 270).

A localização GPS é um recurso oferecido, porém foi apropriado apenas por *apps* comerciais, não tem sido explorado pelos meios jornalísticos, não por razões técnicas, já que os comerciais usam a tecnologia para obter e fornecer dados dos consumidores, mas talvez pelo custo ou falta de interesse, entre outras hipóteses. Ressalta-se que acontece a solicitação para a localização do sujeito durante o *download* de acesso, contudo não há o oferecimento de serviços decorrentes desse dado.

As saídas do *smartphone* incluem a vibração, alto-falante e a tela. A função de vibração, principalmente, quando as pessoas estão em movimento, serve para fazer a vez do toque sonoro. E é usada para o alerta de notificações *push news* (Luna e Fante, 2017), se assim o indivíduo quiser e personalizar a opção no *app*. Nessa conjuntura, o periodismo das mídias tradicionais deixa de existir. As outras saídas, tela e o alto-falante, juntas ou separadamente, têm papel primordial na adoção da convergência de mídias, em especial, na adoção de vídeos e áudios. Com esses recursos, o jornalismo móvel pode adotar diferentes arquiteturas de notícias, estimulando a interação e imersão

5 No original: Los teléfonos móviles suponen un reto importante para las empresas periodísticas a la hora de producir contenidos capaces de ser transmitidos en un nuevo contexto em que la información se consume en movilidad.

no conteúdo publicado e provocando inovações na forma e contar histórias. A taticidade altera a concepção da interatividade com as possíveis possibilidades de funcionalidades de diferentes toques. Neste sentido, é mister afirmar que há uma inovação no acesso da notícia e de uma nova “gramática gestual” para interagir com a notícia (Palacios e Cunha, 2012).

O giroscópio refere-se à funcionalidade de girar o dispositivo para que o conteúdo possa ser visualizado na vertical ou na horizontal. Para acionar o sensor basta inclinar o aparelho. A posição na horizontal favorece a leitura, com letras maiores e menor interferência de imagens, na vertical o aspecto visual é valorizado, incluindo infográficos, fotografias e elementos visuais (Palacios e Cunha, 2012, p. 669).

Outro sensor, o acelerômetro, auxilia na movimentação vertical para a leitura da notícia ou a navegabilidade na plataforma. No sentido de percorrer, pode ser comparado, em parte, pela função do *mouse*.

Por fim, a câmera (fotográfica e de vídeo) e o microfone instauram também uma nova fase ao jornalismo, especificamente na produção da notícia e na interação com o conteúdo. Com os recursos os indivíduos podem enviar para os meios de comunicação sugestões de pautas por meio de áudio e vídeo, além de comentário. Ou então, criar canais alternativos (blogs e redes sociais, por exemplo) e tomar para si a função de informar e produzir conteúdo.

Metodologia de pesquisa

A pesquisa de cunho exploratório e descritivo, que abarca os métodos qualitativo e quantitativo, adotou a análise de conteúdo como técnica de investigação. Foram desenvolvidas duas fichas de análises. Uma objetiva analisar o conteúdo da notícia e a outra avalia *software* (app jornalístico) e *hardware* (*smartphone*). Os apps jornalísticos analisados totalizam seis, os brasileiros - *Folha de S. Paulo*, *Estadão* e *O Globo* e, os portugueses - *Observador*, *Público* e *Expresso*.

Após a decisão pela amostra, prosseguiu-se à etapa de determinação do conteúdo a ser colhido em cada *app*. O período de recolha de dados se deu durante o segundo semestre de 2016, que tem 26 semanas – tempo determinado devido a inclusão da diversidade de acontecimentos, não concentrando eventos que poderiam comprometer a análise, como a realização das Olimpíadas, eleições municipais, o momento atual de crise política – com o processo de impeachment da Presidente da República, Dilma Rousseff e, por fim em ambos os países, o natal. Com o objetivo de compreender um período significativo, a

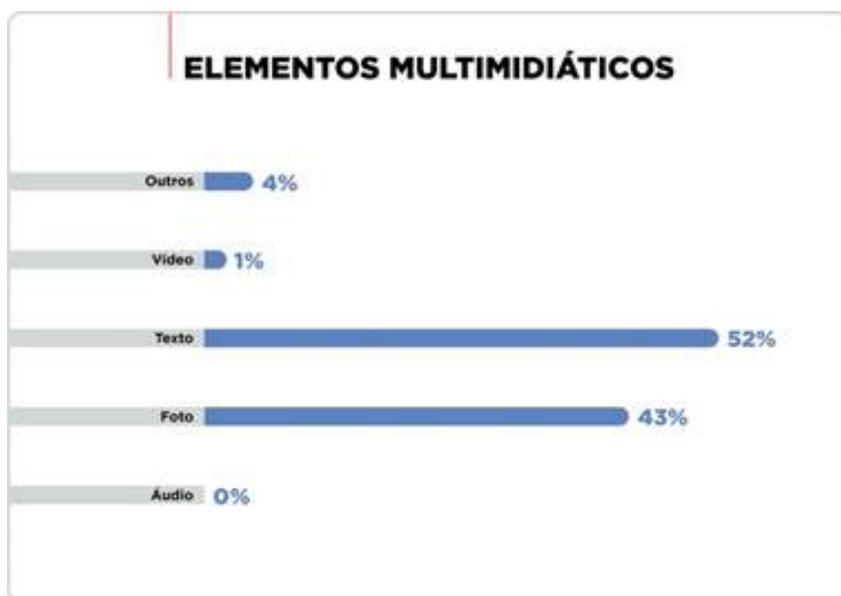
observação de cada *app* foi feita em 14 dias distribuídos de julho a dezembro de 2016, resultando em duas semanas construídas.

Foi analisado a cada dia uma notícia dos *apps* escolhidos, sendo objeto a décima notícia elencada na editoria de últimas notícias. A escolha dessa editoria se deu para garantir a atualidade e diversidade de temas, já a décima notícia foi proposta para que houvesse tempo de participação dos sujeitos. Os horários de observação se alternavam durante o dia, tarde ou noite, a fim de garantir a diversidade de temas. No momento da observação as questões referentes às matérias já eram respondidas com o preenchimento da ficha de análise. As telas com a matéria jornalística completa também foram capturadas e arquivadas.

Cinco dos *apps* analisados possuem lastro em jornais impressos de grande prestígio no país de origem e um é nativo digital. Foram coletadas 84 matérias jornalísticas e recolhidos o total de 1692 dados diretos.

Constatações

Sobre a multimídia constatou-se que o texto e foto continuam como no impresso, a contemplar o conteúdo no jornalismo móvel e, há apenas uma mudança sensível e acanhada na adoção de outras mídias pelos meios de comunicação. Das 84 notícias, apenas duas apresentam vídeo em sua composição estrutural e outras sete oferecem a opção para acessar galeria de fotos, trazem *prints* de telas do Twitter, ilustração ou linha do tempo. O *Estadão* e o *Expresso* optaram pela publicação apenas de textos e fotos, na amostra geral. O *Público* expôs 3% do conteúdo com a inserção de *prints* do Twitter, além dos textos e fotos. O *Observador* trouxe 4% das notícias com *prints* do Twitter e 4% com a inserção de vídeos. O *Globo* usou a ilustração em 4% das notícias. A *Folha* agregou 13% do seu conteúdo com galerias de fotos e linha do tempo. O que chama a atenção na observação é que há apenas duas editorias que adotam mais interatividade, a de política e a de esporte.

■ Gráfico 1 – Adoção da multimídia no jornalismo móvel

Fonte: A autora

A análise revela que o número de notícias que não possuem nenhum hipertexto em sua estrutura chega a 68%. Considera-se neste sentido, que o jornalismo móvel continua, em parte, disposto no modelo de *shovelware*, denominado por Salaverría e Negredo (2009), como a transposição do jornalismo off-line para o online. A partir dos resultados, tem-se a hipótese que os meios de comunicação se mostram mais preocupados em apresentar seus conteúdos em uma nova plataforma, os *apps*, ignorando as novas potencialidades ou ainda, protelando as adaptações.

Ressalta-se que o número de hipertextos disponíveis após a notícia é, contudo, inversamente proporcional aos números inseridos na notícia. Com exceção do *O Globo* que não adota a característica, em 75% das notícias veiculadas nos outros apps pesquisados apresentavam a hipertextualidade referentes a assuntos relacionados (74%) ou recomendados.

■ Gráfico 2– Multimídia no jornalismo móvel



Fonte: A autora

Ainda em consonância com a característica da hipertextualidade procura-se saber de que forma estrutural o texto era apresentado, por meio da pirâmide invertida, deitada, encaminhamento para sites ou outros. Esta abordagem se deu, pois, o modelo da pirâmide deitada, proposto por Canavilhas (2007, 2008), propõe a organização do texto jornalístico em blocos de informação, acessíveis por links.

De forma correspondente a quantificação de notícias que não possuem a hipertextualidade, a composição da notícia mais adotada nos *apps* foi a da tradicional estrutura da pirâmide invertida (Erbolato, 1991). Observou-se que devido o conteúdo não incorporar o novo formato de texto jornalístico em pequenos blocos ligados pela hipertextualidade, dado na pirâmide deitada (Canavilhas, 2006) – mais apropriada para as pequenas telas, para a ação de interação nos *smartphones* é necessário utilizar o recurso de *hardware*, a taticidade, por meio da rolagem (*scroll*). Entre os *apps* observados, a *Folha* apresentou a maior porcentagem de conteúdo no formato da pirâmide deitada, sendo de 71%. Já a plataforma do *O Globo* adotou 100% do conteúdo em forma da pirâmide invertida, ou seja, sem qualquer hipertextualidade.

■ Gráfico 3– O uso das pirâmides no jornalismo móvel



Fonte: A autora

Diretamente proporcional ao uso da pirâmide invertida, a maior incidência de resgate de memória se apresentou na própria narrativa jornalística, totalizando 74%.

■ Gráfico 4 – A memória no jornalismo móvel



Fonte: A autora

Da amostra, 4% referem-se à informação publicada em formato de nota, sem nenhuma menção de resgate de memórias ou orientando o indivíduo sobre o tema – casos verificados no *O Globo* e *Estadão*. O conteúdo do *Observador* se destaca entre todos, publicando em 36% das matérias, a memória por meio de hipertextos.

As análises acerca da personalização começam pela verificação da possibilidade de identificação automática de geolocalização do interagente pelo *app*. Embora seja possível que os meios de comunicação obtenham facilmente este dado, após o *download*, ao solicitar a permissão do indivíduo, a exemplo *O Globo* e o *Estadão*, nenhum dos *apps* utiliza o dado para o envio de notícias que tenham a proximidade física como critério. Sobre outras possibilidades de personalização, constatou-se que há a configuração para o recebimento de alertas, pela tecnologia *push news*, em todos os *apps* observados e também alguma forma de ajuste permanente. É o caso dos portugueses *Observador* - que permite a personalização do tamanho da fonte e, o *Público* - em que se pode determinar a ordem das seções, guardar notícias como as mais importantes e alterar o tamanho da fonte.

Com referência à interatividade, verificaram-se quais as possibilidades permitidas para a participação e colaboração com o conteúdo veiculado. O *app* do *O Globo* padroniza as publicações e em nenhuma delas há o campo para inserção de qualquer forma de colaboração, em um formato dialógico unidirecional. Os demais *apps* não adotaram um modelo padrão, optam ou não, em diferentes conteúdos, por permitir comentários – aliás, a única forma de participação permitida, sendo proibido o post de links, vídeos, áudios ou fotos. O *Expresso* se destaca por permitir em 93% da amostra a autorização para comentários. Pela participação ser permitida apenas por textos, considera-se que os *apps* estão em um primeiro estágio de interação, pontuado como seletiva (Rost, 2014), reativa (Primo, 2011) ou participativa (Suau, Masip, 2011), que não pressupõe um grande envolvimento.

■ Gráfico 5 – A participação no jornalismo móvel



Fonte: A autora

Sobre a taticidade percebida como forma de interatividade, as possibilidades de movimento, pontuadas por Palacios e Cunha (2012), totalizam 11 e são, na maioria, ignoradas pelos desenvolvedores dos *apps* jornalísticos. Apenas o toque (*tap*) rápido sobre a superfície da tela que ativa um botão e a função rolar (*flick*), do modo *scroll* para rolar as opções de menu ou um texto, estão presentes em todos os *apps* observados. O duplo toque (*double tap*) rápido do dedo na superfície da tela para selecionar um item está disponível apenas no *Público*, *Folha*, *O Globo* e *Observador*. O comando de pinçar (*pinch*), que usa dois dedos para ampliar ou diminuir uma imagem é utilizado pelo *Público* e *Globo*. Somente a *Folha* permite a ação de pressionar (*press*), ao segurar o dedo sobre a superfície da tela por mais tempo, com o objetivo de selecionar um item. A função de giroscópio é possível no *Observador*, após a última atualização no fim de 2016.

■ Gráfico 6 – A taticidade no jornalismo móvel



Fonte: A autora

A pesquisa também abarca observações acerca da instantaneidade. Contemplou-se na teoria e, pode-se averiguar na prática, que a notícia passa a ter a característica do imediatismo, a partir da web. Constatou-se que todos os *apps* oferecem a opção de uma aba ou editoria chamada Últimas notícias. Sem considerar o acesso, os *apps* em conjunto com *smartphones* também podem alertar sobre as últimas notícias, através da tecnologia *push news* (Luna e Fante, 2017).

Considerações finais

Ressalta-se que o termo arquitetura da notícia é sinônimo de um complexo de elementos que contemplam a notícia planejada com diferentes elementos multimídia, estruturada textualmente, apresentada por gênero e formato(s), que perpassa pelo design gráfico e uma plataforma e permita a interação, a partir das funcionalidades do *software* (*app*) e do *hardware* (*smartphone*) e as características do webjornalismo.

Verifica-se, na amostra, que a adoção da multimidialidade, que deveria agregar o uso de outros meios ao texto, é baixa. Fator que pode ser resultado pela falta de jornalistas que dominem diversas funções, redução de custos ou ainda, ser opção da empresa a publicação imediata da notícia, reduzindo o tempo de produção.

No jornalismo móvel, a instantaneidade inova com relação ao conteúdo, devido aos dispositivos móveis e conectados que seguem juntos aos corpos. A instantaneidade é constatada no *app* ao oferecer a possibilidade de recebimento de notificações pela tecnologia *push news*, que são recortes mais atuais do cotidiano ou a partir de temas de interesses. Em poucos caracteres, que invocam a leitura rápida (*scanning*), o sujeito recebe a notícia, como pílulas informacionais (Luna e Fante, 2017), que tem mais detalhes ao ser acessada, no *app*.

A memória, que pode se apresentar em diferentes modos, encontra a maior adoção na narrativa textual, apesar de todas as possibilidades de *hardware* e *software* oferecidas, remetendo a atividade presente no jornalismo impresso. Apesar da possibilidade de inovação, o recurso da hipertextualidade muitas vezes é descartado.

Pontua-se como formas de personalização o recebimento de alertas, a determinação de ajustes de layout, arquivamento de conteúdo no *app* e a decisão pela escolha das opções de leitura. A tecnologia *push news* é optativa em todas as plataformas. A determinação de ajustes permanentes, que surge no webjornalismo, continua no jornalismo móvel e traz a possibilidade de escolher tipo e tamanho da fonte, cores e de ordenar seções e guardar notícias no próprio *app*.

O hipertexto é apresentado após as notícias de forma maciça – com exceção de O Globo que não adota a característica. A ação, contudo, é desproporcional quando se trata da hipertextualidade na matéria jornalística. Desta forma, constata-se que há baixa adoção do recurso da hipertextualidade no jornalismo móvel.

Com a promessa de ser uma plataforma interativa, mais democrática e aberta, a Internet chega. Esperava-se que no jornalismo não fosse diferente. As empresas de comunicação, no entanto mantiveram a participação restrita apenas

a comentários, na melhor das hipóteses. A diferença para esta característica da notícia em *apps* é o uso do *touchscreen*, resultado de um nível primário de interatividade, apenas em resposta à navegabilidade permitida.

Sobre a estrutura da notícia, a partir dos formatos das pirâmides, considerou-se como requisito para a classificação da pirâmide deitada a presença de, no mínimo, um hipertexto no conteúdo da notícia. Consta-se que de forma diretamente proporcional à falta de adoção de hipertexto, o conteúdo, nos *apps*, se apresenta, em grande porcentagem, com a estrutura da pirâmide invertida.

A partir das observações, o que o *app* muda na notícia hoje? Dá a possibilidade de uma nova narrativa textual, dividida em blocos menores adequados para as pequenas telas, ligados por hipertextos; estabelece o imediatismo através das contínuas atualizações das notícias; possibilita a notificação constante dos últimos acontecimentos com a tecnologia *push news*; e apresenta uma nova possibilidade de interatividade com a taticidade.

Apesar das mudanças tecnológicas que influenciaram e inovaram o jornalismo, verifica-se que referente ao conteúdo no jornalismo móvel, a essência tradicional permanece. Salvo as características presentes no webjornalismo (multimedialidade, memória, personalização, ubiquidade, hipertextualidade, interatividade e instantaneidade) e as qualidades técnicas, como a conectividade permite a mobilidade.

A pesquisa leva a crer que os meios de comunicação veem os *apps* jornalísticos como extensões dos sites, nos quais há pouca produção específica para a plataforma (com exceção do *Observador* que é um *app* jornalístico nativo), desprezam recursos importantes como a geolocalização e todas as possibilidades tácteis que o dispositivo aceita, além de manter uma arquitetura que se assemelha, em grande parte do conteúdo, ao jornalismo off-line, sem possibilidades de interatividade e multimídia.

Constata-se que o jornalismo móvel transita entre as características do off-line e do online. Não há a adoção de um padrão, tecnológico ou de conteúdo, adotado pelos meios de comunicação. Nem tradicional, nem inovador. Assim, se apresenta, em um movimento dialógico. Com base nos resultados obtidos comprovou-se a hipótese de que os conteúdos jornalísticos produzidos para dispositivos móveis e publicados em *apps* jornalísticos possuem arquiteturas semelhantes, com características próximas do webjornalismo, evidenciando níveis diferentes de usos dos recursos disponíveis para smartphone, porém apenas algumas possibilidades do suporte são adotadas.

Referências

- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org). **Notícias e Mobilidade**: o jornalismo na era dos dispositivos móveis. Covilhã: LabCom, 2013.
- BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging competences of old and new media professionals. In: **Australian Journalism Review**, v. 23, n. 2, 2001, p. 91-103. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.8231&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 4 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: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.
- CANAVILHAS, João M. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. 2001. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602. Acesso em: 10 jan. 2015.
- _____. **Webjornalismo**: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. 2006. Disponível em www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602. Acesso em: 10 jan. 2015.
- _____. **Webnotícia**: Propuesta de Modelo Periodístico para la www. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2007.
- _____. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.
- CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição: do papel para o tablete... ao final da tarde. In: FIDALGO, Antonio; CANAVILHAS, João. (Orgs). **Comunicação Digital**: 10 anos de investigação. Coimbra: Edições Minerva, 2013.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. V. 1, 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- DEUZE, M. (2004). What is Multimedia Journalism? In: **Journalism Studies**, v. 5, n. 2, 2004, 139-152. Disponível em: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/deuzemultimediajs.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2015.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991.

- GLEICK, James. **Acelerado**: A velocidade da vida moderna, desafio de lidar com o tempo. Tradução: Cristina de A. Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMOS, André. Arte e mídia locativa no Brasil. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio (Orgs). **Comunicação e Mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: Edufba, 2009a.
- LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.
- LUNA, Diógenes D'Arce C. de; FANTE, Alexandra. O fato jornalístico narrado por meio de notificações: um olhar sobre a aplicação dos critérios de noticiabilidade na produção das *pushed news*. In: CANAVILHAS, João. RODRIGUES, Catarina (orgs). **Jornalismo Móvel**: Linguagem, gêneros e modelos de negócio. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2017.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MIELNICZUK, Luciana (Orgs). **Jornalismo e Tecnologias móveis**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros Labcom, 2013.
- MIELNICZUK, Luciana. O celular afronta o jornalismo. In: BARBOSA, Suzana; _____ . **Características e implicações do jornalismo na Web**. 2001. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 14 mar. 2016.
- _____. Sistematizando: alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador; Edições GJOL; Calandra, 2003.
- PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.
- _____. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.
- _____. **Jornalismo on-line, Informação e Memória**: Apontamentos para debate. Texto apresentado nas Jornadas de Jornalismo on-line na Universidade da Beira Interior, Portugal, 21 e 22 de junho de 2002. Disponível em <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria>.

pdf. Acesso em: 18 jun. 2016.

PALACIOS, Marcos S.; CUNHA, Rodrigo E.S.; A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. **Revista Contemporanea** - comunicação e cultura - v. 10 – n. 3 – set - dez 2012 – p. 668-685.

PAVLIK, John V. **Journalism and new media**. 2001. Disponível em: http://icank-hsan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism_and_new_media.pdf. Acesso em: 3 mar. 2015.

_____. Ubiquidade: o sétimo princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

PELLANDA, Eduardo C. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio (orgs). **Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: Edufba, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 3. ed., Porto Alegre: Sulina, 2011.

RODRÍGUES, Alba S.; GARCÍA, Xosé L.; BRAN, Carlos T. Los desafios del periodismo móvil em los cibermedios portugueses y españoles. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2015.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

_____. **Convergencia de los medios**. Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 81, p. 32-39, Quito, marzo, 2003.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol90 Media, 2009.

SUAU, Jaume; MASIP, Pere. Models de participació de les audiències en mitjans digitals catalans: anàlisi de La Vanguardia, El Periódico, Vilaweb i 3cat24. Comunicació: **Revista de Recerca i d'Anàlisi**. Vol. 28 (1), (maig 2011), pp.83-104, Societat Catalana de Comunicació. Disponível em <http://www.raco.cat/index.php/Comunicacio/article/view/242622/325285>. Acesso em 08/03/2015.

Recebido em: 28/11/2017

Aceito em: 06/04/2018

Dados da autora:



Alexandra Fante Nishiyama | alexandrafante@gmail.com

Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Doutorado em cotutela pela Universidade da Beira Interior, de Portugal.

Endereço da autora:

Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)

Rua Alfeu Taváres, 149

Campi Rudge Ramos

09.641-000 – São Bernardo do Campo/SP



Este artigo é licenciado sob forma de uma [licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC-BY).