

# Os gêneros jornalísticos do *tablet* e a força do costume cultural do dispositivo

DOI 10.1590/1809-5844 20144

Lia Seixas\*

Ieda Tourinho\*\*

Mariana Guedes \*\*\*

## Resumo

Neste artigo, focamos no principal objetivo da pesquisa sobre gêneros jornalísticos em dispositivos móveis: compreender se e como o *medium* digital (DEBRAY, 1993) influencia na constituição de gêneros discursivos jornalísticos. Foram analisadas 187 composições discursivas de *Globo A Mais* e do *Estadão Noite* (hoje *Estadão Light*). Analisamos quantitativa e qualitativamente os resultados de: formato, seqüências (ADAM, 2006), pirâmide invertida e pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2006), evento agendável, legítimo e legitimado (VAZ; FRANÇA, 2011), instantaneidade e periodicidade (GROTH, 2011) e noticiabilidade (WOLF, 2001). Feita esta análise comparativa, investigamos o *tablet* com a midiologia (MCLUHAN, 1974; DEBRAY, 1993). A nossa tese: uma das principais linhas de força do *medium* é o costume cultural que se adere ao dispositivo *tablet*, com o fortalecimento de dois gêneros originais do impresso, reportagem e coluna.

**Palavras chave:** Jornalismo. Gêneros jornalísticos. *Medium*. Dispositivos móveis.

---

\* Professora doutora do Curso de Comunicação Social, Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador-BA, Brasil. Coordenador do Núcleo de Gêneros/Formatos do Projeto Laboratório de Jornalismo Convergente da UFBA (PPP Nº 0060, FAPESB/CNPq), no qual se realizou a pesquisa em 2012. E-mail: liaseixas@gmail.com

\*\* Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador-BA, Brasil. E-mail: iedat.jor@gmail.com

\*\*\* Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador-BA. E-mail: marianaguedesc@gmail.com

## Journalistic genres of tablet and the power of device cultural custom

### Abstract

In this article, we focus on the main objective of the research on journalistic genres on mobile devices: understand if and how the digital *medium* (DEBRAY, 1993) influences the formation of journalistic discourse genres. 187 compositions discursive of *Globo A mais* and *Estadão Noite* (today *Estadão Light*) were analyzed. We analyzed qualitatively and quantitatively the results: format sequences (ADAM, 2006), inverted and lying pyramids (Canavilhas, 2006), schedulable, legitimate and legitimized events (VAZ, FRANCE, 2011) immediacy and frequency (GROTH, 2011) and newsworthiness (WOLF, 2001). Made this comparative analysis, we investigated the tablet with midiologic (MCLUHAN, 2001; DEBRAY, 1993). Our thesis: a major thrust of the medium is the cultural custom that clings to the tablet device, with the strengthening of two genres of printed documents, reporting and column.

**Keywords:** Journalism. Journalistic genres. *Medium*. Mobile devices.

## Los géneros periodísticos em el tablet y el poder del costumbre cultural em el dispositivo

### Resumen

En este artículo, nos centramos en el objetivo principal de la investigación sobre géneros periodísticos en los dispositivos móviles: entender si y cómo el *medium* digitales (DEBRAY, 1993) influencia en la formación de los géneros discursivos periodísticos. Se analizaron 187 composiciones discursiva de los periódicos brasileños *Globo A Mais* y *Estadão Noite* (hoy *Estadão Light*). Fueram analizados cualitativa y cuantitativamente los resultados: secuencias de formato (ADAM, 2006), la pirámide invertida e la pirámide que miente (Canavilhas, 2006), evento planificable, legítimo y legitimado (VAZ, Francia, 2011) la inmediatez y la frecuencia (GROTH, 2011) y noticiabilidad (WOLF, 2001). Hecho este análisis comparativo, se determinó la investigación de *tablet* con midiologia (McLuhan, 2001; DEBRAY, 1993). Nuestra tesis: un eje fundamental del medio es la costumbre cultural que se aferra en el *tablet*, con el fortalecimiento de dos géneros de documentos impresos, informe y columna.

**Palabras clave:** Periodismo. Géneros periodísticos. *Medium*. Dispositivos móviles.

## Como o *medium* influencia no gênero

**O**s produtos jornalísticos brasileiros para *tablet* investem em quais gêneros jornalísticos? Existem mudanças nos formatos dos gêneros? Algum aspecto do *medium* destes

novos dispositivos interfere de alguma maneira ou redefine gêneros jornalísticos? Qual o nível de influência de: operação de pensamento, sistemas semiológicos, sistemas de transmissão e estocagem, interação, técnicas de redação, relação tempo-espço (DEBRAY, 1993), ubiquidade (JENKINS, 2008)? O objetivo principal desta pesquisa é analisar como o *medium* do dispositivo móvel *tablet* interfere na produção de gênero jornalístico.

A conclusão a ser apresentada é totalmente contrária ao que se espera dos novos dispositivos do *medium* digital, principalmente no campo do Jornalismo digital, embora não seja novidade para os estudos de meio e a midiologia. Acreditamos que o costume cultural que se adere ao dispositivo é uma das principais linhas de força do *medium* (DEBRAY, 1993). Os novos produtos jornalísticos brasileiros desenvolvidos para um dos novos dispositivos tecnológicos buscam uma “velha” identidade, devido ao ambiente de mediação técnica que brotou com o *tablet*. Pretendem ser uma espécie de revista analítica com principais notícias do dia.

Neste sentido, os gêneros discursivos escolhidos para compor o produto serão aqueles mais adequados à identidade pretendida. Como explicaremos ao longo do artigo, os gêneros mais importantes nos produtos jornalísticos brasileiros criados para *tablet* são clássicos, surgidos no impresso, cujo código semiológico base é o texto escrito. Para os produtos originais do *tablet*, são os hábitos noturnos nos quais se aposta, com os quais se trabalha na escolha dos gêneros discursivos.

Para compreender como o *medium* do *tablet* interfere no gênero jornalístico, a pesquisa trabalhou, de modo relacional, com categorias: dos estudos do Jornalismo – pirâmide invertida (LAGE, 1993), pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2006), instantaneidade, periodicidade (GROTH, 2011) e critérios de noticiabilidade (WOLF, 2001); da linguística – sequência (ADAM, 2006); e da midiologia (DEBRAY, 1993).

### **Pesquisa: metodologia e *corpus***

Consideramos o gênero jornalístico uma enunciação relativamente estável, ao invés de um enunciado relativamente estável,

no dizer de Bakhtin (1992). No doutorado, defendemos (SEIXAS, 2009a) que o gênero do Jornalismo de atualidade se constitui nas combinações regulares de quatro elementos principais: 1) a lógica enunciativa; 2) a força argumentativa; 3) a identidade discursiva e 4) o *medium*. Pensamos o primeiro e o terceiro elementos em artigos<sup>1</sup>. Já não vemos mais a força argumentativa como elemento, mas como parte da lógica enunciativa. Analisamos o quarto elemento conceitualmente em relação a suporte e dispositivo (SEIXAS, 2009a). Neste artigo, pretendemos, além de observar as características capazes de influenciar no gênero, discutir como essas características do *medium* influenciam na fixação de um dado gênero jornalístico.

O gênero discursivo se torna gênero com esta regularidade, ou seja, na combinação regular desses elementos. O formato, compreendido aqui como produto da cultura, é o primeiro elemento de acionamento do gênero, atualiza o horizonte de expectativas (JAUSS, 1978). Entretanto, a estrutura pode modificar o esperado pelo saber social. Por isso, depois de descrevermos o formato com paratextos (como título, subtítulo, chapéu, assinatura) e códigos semiológicos (texto, áudio, imagem, gráfico), comparamos formato com os resultados da estrutura textual, analisada por sequências e pirâmide invertida e deitada.

A sequência, bloco de proposições que fazem parte da estrutura composicional dos textos, pode ser narrativa, descritiva, dialogal, explicativa/expositiva e argumentativa. É uma categoria que trabalha com trechos, assim é capaz de esquadriñar a estrutura sem tomá-la pelo todo como um modelo clássico, o que é destrutivo na análise de gênero. Tanto um texto informativo como um argumentativo podem conter diversas sequências, mas provavelmente terá a predominância de algum tipo. As sequências atravessariam os gêneros e são menos variáveis do que estes (BONINI, 2005). Mas, geralmente, há a predominância de alguma sequência, como

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado na Intercom em 2009 e publicado em 2011. SEIXAS, Lia. Gêneros Jornalísticos: partindo do discurso para chegar à finalidade. In: José Marques de Melo, Rosiméri Laurindo e Francisco de Assis (Org.). **Gêneros jornalísticos teoria e Práxis**. v. 1. Blumenau: Edifurb, 2012. p.27-45.

ocorre com a finalidade/função do gênero, reconhecida, para nós, culturalmente.

A pirâmide invertida segue a lógica da hierarquização (muito conhecida), enquanto a pirâmide deitada segue a lógica do aprofundamento. Neste modelo a notícia evolui em níveis de leitura, desde um primeiro nível com informações essenciais até um quarto nível com informações mais detalhadas, assemelhando-se ao perfil de uma pirâmide horizontal na qual a base representa um volume maior de informação (CANAVILHAS, 2006, p.13). O objetivo é observar, através da estrutura, a(s) finalidade(s).

A estrutura mostra o nível de hipertextualidade e de multimídia do conteúdo produzido para *tablet*. Em princípio, o conteúdo digital é hipertextual e multimídia. A cultura digital alterou o modo de produção e distribuição de informação (JENKINS, 2008) e, conseqüentemente, a forma de acesso. Com a ubiquidade do *tablet* e tempo de atualização, alguns pesquisadores do Jornalismo digital defendem o nascimento de uma linguagem, convergente, própria do “jornalismo de *tablet*” (PELLANDA; NUNES, 2012, p.2). Se houver uma linguagem própria do meio, então há mudança no formato. Isso influenciaria na constituição de novos gêneros? Estão postas aqui, portanto, quatro características da mídia digital: hipertextualidade (BARDOEL; DEUZE, 2001; ECHEVERRIA, 1999; MANOVICH, 2001), tratado como influência nas técnicas de redação por Debray (DEBRAY, 1993); multimídia (BARDOEL; DEUZE, 2000; ECHEVERRIA, 1999; MANOVICH, 2001), compreendido como sistema semiológico (DEBRAY, 1993); ubiquidade (JENKINS, 2008), capacidade permitida pela mobilidade; e o tempo multicrônico (BARDOEL; DEUZE, 2001; ECHEVERRIA, 1999; MANOVICH, 2001), entendido na relação tempo-espaço (DEBRAY, 1993).

Se, nos sites noticiosos, o tempo do webjornalismo se mostra com atualização contínua em rajadas imediatas, ocorreria o mesmo com o *tablet*, que tem, além de tudo, suporte ubíquo? Ao discutirmos essa linha de força, tempo-espaço, duas categorias do Jornalismo são imprescindíveis: instantaneidade – “uma proporção temporal, um período entre o momento de mediação (publicação)

do jornal e o momento (vivência do presente) do ser e do acontecer a ser mediado”, que faz parte da atualidade (GROTH, 2011, p.225) – e periodicidade:

A periodicidade do jornal (ou da revista) está ligada à lei geral da periodicidade que, assim como toda natureza viva ou morta, vale também especialmente para o ser humano, para a sociedade e para a cultura. [...] E esta periodicidade dada pelas leis naturais também opera no ritmo de vida e produção humanas. É segundo as estações, meses, semanas, dias, cujos intervalos as pessoas não estabelecem arbitrariamente, mas sim medem no percurso dos astros, *sobretudo na mudança periódica de dia e da noite, que a produção e o uso das criações do espírito humano se norteiam*. [...] (GROTH, 2011, p.152, grifo nosso).

A periodicidade é, portanto, uma qualidade ligada ao produto, identidade cultural do produto, mas que estabelece o conteúdo. Por isso, investigamos os eventos segundo: (1) sua capacidade de ser agendável – planejável (TUCHMAN, 1980), o que significa, muitas vezes, o surgimento dentro da organização jornalística ao criar a pauta (o evento “legitimado” de VAZ; FRANÇA, 2011), pois essa liberdade de decisão pode mostrar independência quanto às propriedades do dispositivo e regimes do *medium*; (2) seu nível de instantaneidade, através da relação de tempo entre o evento principal e sua publicação (Menos de 1 dia | Mais de 1 dia | Mais de 1 semana | Não tem), pois essa relação pode ser contraposta com a capacidade de ser agendável e revela a periodicidade decidida; e (3) seus critérios de noticiabilidade substantivos, ou seja, apenas aqueles intrínsecos ao evento, divididos em dois grandes blocos: o primeiro com interesse público e/ou relevância; e segundo com interesse do público, grau hierárquico e proximidade cultural (WOLF, 2001); pois a intenção era ver como os produtos jornalísticos brasileiros para *tablet* lidam com a relevância de eventos.

Para a limitação do *corpus*, seguimos a semana construída (SOUSA, 2004) de forma a garantir análise de cada dia noticioso e ganhar na extensão temporal. Foram analisadas cinco edições de cada produto, portanto 10 edições ao todo, dos dias: 02 (terça), 10 (quarta), 18 (quinta) e 26 (sexta) de outubro de 2012 e 19 (segunda) de novembro de 2012. Dentre reportagens, colunas, seções, analisamos 187 composições, destas 107 composições dis-

cursivas de *Globo A Mais* (incluindo 51 composições só da seção Giro) e 80 de *Estadão Noite*<sup>2</sup>.

*Globo A Mais* foi o primeiro vespertino (assim autodenominado)<sup>3</sup> para *tablet* do Brasil e um dos primeiros do mundo. Lançado em janeiro de 2012, é publicado de segunda a sexta-feira, a partir das 18h. Está organizado da seguinte forma, com seções fixas: a capa traz um destaque principal e mais seis chamadas que rolam horizontalmente na parte superior da tela. Ainda na capa, há nomenclatura que indica o formato da composição, “Reportagem” ou “Colunistas”. O produto segue uma sequência pouco variável: capa, publicidade, “Giro”, “As imagens do dia”, “Gente do Globo”, reportagens, “Dicas a Mais” e “Imagem a Mais”, além da página sobre a navegação. Estas seções ocorreram em todas as edições observadas. As composições analisadas, mais de 90% nomeadas pelo próprio produto, foram: notícia, nota, reportagem, artigo, perfil, entrevista e crítica/resenha.

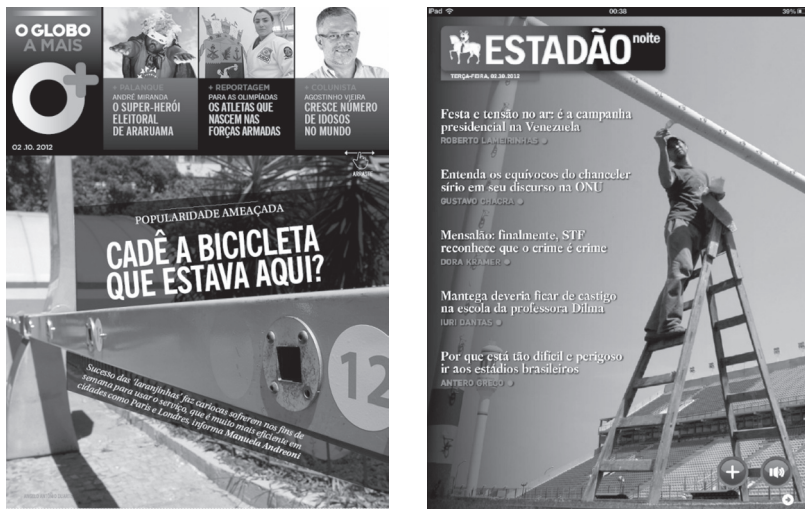
*Estadão Noite* é publicado a partir das 20h de segunda a sexta-feira. Cada edição do produto está dividida em: cinco textos de colunistas de *O Estado de S.Paulo*; “Cenas do dia”, com cinco imagens que marcaram aquela data; quatro destaques de “TV Estadão” e “Rádio Estadão ESPN”, convergindo com esses meios; “Amanhã”, com chamadas do jornal impresso *O Estado de S.Paulo*; e a uma página com incorporação da seção “Últimas Notícias” do site noticioso. Estas seções ocorreram em todas as edições

<sup>2</sup> Algumas alterações ocorreram de 2012, quando fizemos a pesquisa, para hoje. Em *Globo A Mais*: a capa só tem um destaque; no logo, a palavra Índice é um link com 10 destaques e foi incluída uma página de índice, como em qualquer revista. *Estadão Noite* se mantém, mas foram criados novos produtos: *Estadão Premium*, edição do impresso para *tablets*; *Estadão Light*, versão mais compacta da edição do dia; e *Estadão Fotos*, imagens selecionadas como “imagens da semana”. O ESTADO DE SÃO PAULO. ‘Estado’ fica mais interativo nos *tablets*, 10/11/2013. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,estado-fica-mais-interativo-nos-tablets-imp-,1095134>. Acesso em: junho de 2014. É importante destacar que as mudanças reforçaram a tese do artigo, pois a reportagem ganhou ainda mais destaque a nomenclatura atual é “revista”.

<sup>3</sup> Em novembro de 2013, a Rede Globo começa a se considerar uma “revista”. O GLOBO. Novo app do GLOBO leva jornal aos *tablets* Android, 06/11/2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/novo-app-do-globo-leva-jornal-aos-tablets-android-10696811>. Acesso em: fev. 2012

observadas. Contrariamente ao *Globo A Mais*, *Estadão Noite* não nomeia nenhuma das composições.

Figura 1 – Capas das edições de 02/10/12 de *Globo A Mais* e *Estadão Noite*



Toda edição de *Globo A Mais* tem sete destaques, dos quais o principal é sempre uma reportagem e seis destaques no alto da página, que rolam horizontalmente. *Estadão Noite* apresenta seis destaques, dos quais o principal é uma foto cuja legenda é acionada pelo ícone com sinal [+]<sup>4</sup> no pé da página à direita e os outros cinco são colunas. Dos produtos brasileiros, apenas este traz imagem como capa e apenas na capa; e os destaques são somente colunas. Uma primeira página que expressa o propósito editorial: “Conceito. *Estadão Noite* tem foco analítico e textos exclusivos. Cinco colunistas de *O Estado* analisam os fatos do dia nas principais áreas, como política e economia, ajudando o leitor a compreender os acontecimentos que movimentaram o noticiário”<sup>4</sup>. *Estadão Noite* se divide em composições analíticas, composições

<sup>4</sup> O ESTADO DE S.PAULO. Estadão Noite traz análise sobre noticiário do dia. Editoria de Economia do portal Estadão, 15/05/12. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,estadao-noite-traz-analise-sobre-noticiario-do-dia,112524,0.htm>. Acesso em: fevereiro de 2012.



de outros produtos e chamadas para impresso e website, fortalecendo a convergência.

### Gêneros clássicos para novos dispositivos

Nos estudos de gêneros jornalísticos, a finalidade é o principal critério de definição. Muitas análises partem da finalidade, o que consideramos seja, não só improdutivo, como incorreto (SEIXAS, 2012), porque o gênero pode ter mais de uma finalidade e isso depende de elementos extralinguísticos que vão desde o *medium* ao outro participante ativo. A função de um gênero é acionada, primeiro, pelo formato, pois traz à tona os horizontes de expectativas (JAUSS, 1978). Mas, depois, o usuário/leitor ocupa-se com a estrutura, sua lógica e suas sequências. Os paratextos que acionam as expectativas do gênero, enquanto os outros elementos podem ser dispensados. Entretanto, é durante o acesso, ao seguir a estrutura, que se confirma a expectativa ou não.

O gênero mais uma vez mostra que pode ser transmidiático, já que os formatos frequentes no *tablet* nasceram em outros meios, como no impresso e na web (sites noticiosos). As composições da seção “Giro” têm o mesmo formato clássico da notícia, com título e texto. O formato de coluna e o de galeria de imagem, os dois únicos equivalentes nos dois produtos (“As Imagens do Dia” com “Cenas do Dia” e “Gente do Globo” com colunas de *Estadão Noite*), nasceram no jornal impresso e no website noticioso respectivamente. *Estadão Noite* apresenta três outros formatos com foco na convergência: “Amanhã, no Estado de S.Paulo”, sempre com nove destaques para o impresso do dia seguinte; “Na TV Estadão e na rádio Estadão/ESPN”, com três destaques do portal e um destaque da rádio, também publicado com ícone na capa; e “Últimas Notícias”, que incorpora a página do portal e, portanto, só pode ser lida com conexão ativa à internet.

As reportagens (assim automeadas pelo produto), principal gênero de *Globo A Mais*, têm manchete em 100% da amostra, título anafórico (MOUILLAUD, 2002) e subtítulo (100%), texto escrito (100%), assinatura do jornalista (100%), “chapéu” (80%)

e fotografia, seja como galeria de imagem em camada (60%) ou fotografia unitária (53%). Isso significa que a reportagem pode até não ter fotografia e trazer ilustração, mas não existe sem título, subtítulo, texto e assinatura. Da mesma maneira, em *Estadão Noite*: 100% das colunas têm assinatura do colunista e texto. Em *Globo A Mais*, em “Gente do Globo”, existem também composições em que o audiovisual é o sistema semiológico mais importante ou um ícone de vídeo e/ou áudio quando necessário na coluna da esquerda. Nenhuma inserção de códigos semiológicos como audiovisual interfere nos elementos-chave para o reconhecimento cultural do gênero, pois todas as composições têm como aspecto mais relevante, programado visualmente, a assinatura com ou sem foto. Portanto, pode-se inferir que o formato está na dimensão do sistema semiológico, onde primeiro ocorre o acionamento do gênero. Ou seja, a multimídia modifica o formato, mas não modifica, necessariamente, o gênero (SEIXAS, 2013) <sup>5</sup>.

É possível ter a mesma conclusão quanto à hipertextualidade dos produtos jornalísticos brasileiros para *tablet*. A hipertextualidade pode aparecer em alto nível, inclusive compondo a estrutura, mas isso não significa que se teria outro gênero. Em *Estadão Noite*, a hipertextualidade está baseada em links externos, que levam o usuário ao consumo de produtos desenvolvidos em e para outros meios, como o rádio, a televisão e a web. Em *Globo A Mais*, entretanto, o link é, principalmente, interno e editorial (MIELNICZUK, 2003)<sup>6</sup>. Sem incluir a seção “Giro”, dedicada às principais notícias do dia, a maioria (57,14%) das composições de *Globo A Mais* tem links internos para compor galerias de imagens, infográficos animados, vídeos. Não parece, mas ligam lexias. São

---

<sup>5</sup> Na última análise, de 210 composições de 10 websites noticiosos durante uma semana construída, se concluiu que a genericidade se estabelece na relação da lógica enunciativa com o estatuto, embora o formato seja responsável em acionar as expectativas (SEIXAS, 2013, p.315).

<sup>6</sup> Infelizmente, não conhecemos nenhum trabalho brasileiro que tenha atualizado a divisão de links editoriais, realizada por Luciana Mielniczuk na sua tese em 2003. Acreditamos que não foi feita.

91,6% de links internos e 8,3% de links externos. As reportagens têm galerias de imagens (70%) e/ou infográficos animados (20%) e/ou boxes (15%) com texto e/ou vídeo, além de vídeos (15%). Ou seja, são composições multimídia com hipertextualidade apresentada no mesmo nível, o que existe também na web, mas pouco incentivado lá. As janelas abrem dentro da página, trata-se de link conjuntivo. A grande diferença é que, no *tablet*, se investe editorialmente no mesmo nível, como ocorre no impresso. Seria a “argumentação gráfica” (MACHADO, 2009) originada no impresso e modificada multimidiaticamente no *tablet*. No *tablet*, pode-se ver com mais clareza que o link interno conjuntivo, além de servir editorialmente, serve à multimidialidade e à programação visual.

Assim como o link, a sequência, ainda que predomine o esperado pelo saber social, também mostra que a hipertextualidade não altera, necessariamente, o formato de maneira a influenciar no gênero. Nas composições autodenominadas “reportagem” (ver Quadro 1), o domínio da expositiva empata com o domínio da explicativa, enquanto nas composições da seção “Gente do Globo” e nos cinco destaques da capa de *Estadão Noite* (sempre com título e assinatura, embaixo), o domínio é da argumentativa (53,8% e 80%). São resultados que estão dentro do horizonte de expectativas de um produto jornalístico, a novidade é o expressivo predomínio da sequência explicativa para um produto diário. O tempo de um dia já não é menor desde que nasceram os websites. Nestes predominam a sequência expositiva (SEIXAS, 2013, p.305), pois o destaque está nas composições baseadas em fatos. O produto para *tablet* pode fazer o destaque dos destaques como a seção “Giro”, entretanto tem apostado mais na “explicação” dos eventos, com atualidade mais dilatada.

## Quadro 1

Sequências O Globo	Sequências + lógica da hierarquização/ aprofundamento	Estadão Noite	Sequências + lógica da hierarquização/ aprofundamento
<b>Reportagem (total de 15)</b>	40% domínio da expositiva 40% domínio da explicativa 20% domínio da argumentativa 70,5% seguem a lógica da hierarquização		
<b>Gente do Globo (total de 13)</b>	53,8% domínio da argumentativa 23% domínio da explicativa 15,3% domínio da expositiva 3,4% domínio da dialógica 62,5% não seguem nenhuma das lógicas	<b>colunas (total de 25)</b>	80% domínio da argumentativa 35% domínio da explicativa 100% não seguem nenhuma das duas lógicas
<b>Dicas a mais (total de 10)</b>	37,5% domínio da explicativa 37,5% domínio da expositiva 25% domínio da argumentativa	<b>tv e rádio espn (padrão de 4)</b>	100% domínio da expositiva (20) 100% lógica da hierarquização
<b>Entrevista (total de 1)</b>	100% domínio da dialógica	<b>amanhã no jornal estado de s.paulo (total de 10)</b>	100% domínio da expositiva (45) 100% lógica da hierarquização
<b>Perfil (total de 1)</b>	100% domínio da expositiva (1)	<b>últimas notícias</b>	100% domínio da expositiva (50)
<b>Artigo (total de 1)</b>	100% explicativa (2)		

Obs.: Só há coincidência no gênero coluna.

Da mesma forma que as revistas de atualidade semanais, os produtos para *tablet* se identificam em composições noticiáveis. Os critérios de noticiabilidade fazem parte de todo o processo produtivo, da seleção à edição, portanto também estão na estruturação, nas lógicas de hierarquização e aprofundamento. Em *Estadão Noite*, 100% das chamadas das seções para convergência seguem a lógica da hierarquização. 70,5% das composições designadas como reportagem (os destaques de capa de *Globo A Mais*) apresentam explicitamente no texto principal a lógica da hierar-

quização via valor-notícia. As reportagens são compostas de texto escrito (base), galerias de imagens, boxes, infográficos estáticos e animados, fotos, vídeos, ilustração, linha do tempo, que, como analisado, estão, primordialmente, inseridos na tela em camadas. As camadas significam: acrescentar e/ou aprofundar informações. Exceto nas colunas de *Globo A Mais* e de *Estadão Noite* (72% das composições, que têm assinatura, título e texto, mas são os cinco destaques de capa), em todas as outras composições foi possível perceber aprofundamento e acréscimo de informações.

Para estas composições, não é possível se analisar a instantaneidade. Para qualquer meio, o evento pode ter menos de 1 dia ou mais de 1 semana em relação à composição, pois interessa a argumentação quanto ao evento ou não-evento (atualidade). Nas reportagens de *Globo A Mais*, entretanto, temos 60% com evento legitimado, 20% com evento legítimo e 20% sem evento, quando o objeto principal é cidade ou pessoa, por exemplo. O evento em processo é pautado pela organização jornalística, portanto co-determinado por variáveis controladas na redação. O que fortalece a lógica do aprofundamento, já que se pode planejar cobertura e página. Pirâmide invertida (PI) e pirâmide deitada (PD) convivem nos produtos jornalísticos nativos do *tablet*. A hierarquização de informações, inerente ao Jornalismo, não é necessariamente anulada pelas possibilidades que o *medium* digital oferece. Estas lógicas sempre conviveram em impressos, apesar de se justificar a existência da PI pelo espaço limitado dos impressos. A lógica do aprofundamento de PD consta, ainda, na própria definição de reportagem. Uma grande diferença do analógico para o digital é a apresentação das composições: com ou sem camadas. Assim, podemos dizer que a estruturação de textos jornalísticos depende menos de propriedades do *medium*, do que das consequências sociais de hábito e consumo deste meio.

### A linha de força do costume cultural

O costume cultural que se adere ao dispositivo é uma das principais linhas de força do *medium*, mais importante do que o sistema

semiológico (multimedialidade) e do que os sistemas de transmissão (interatividade) e estocagem (memória) (DEBRAY, 1993). A presença de dados gêneros nos produtos mostra que há uma escolha em função da instantaneidade dos eventos para uma determinada linha editorial. Os produtos para um dispositivo digital não precisam seguir necessariamente a lógica espaço-temporal do *medium*.

Um dispositivo móvel como o iPad poderia, num primeiro momento, associar o valor da mobilidade ao da instantaneidade, mas, inversamente, a associa ao conforto da leitura, ao tamanho do suporte (livro). Os dados de acesso revelam o hábito. A editora responsável de *Globo A Mais* na época, Adriana Barsotti, revelou em entrevista ao Knight Center o resultado das pesquisas com usuários de iPad:

Fizemos uma pesquisa com usuários de iPad em geral e usuários que eram assinantes do Globo digital, ou seja, já acessavam o jornal do computador ou do tablet. Ela revelou que metade deles queria um produto com “notícias quentes”, com um apanhado dos principais acontecimentos do dia, e a outra metade queria uma leitura mais analítica e mais prazerosa para relaxar depois do trabalho. Procuramos atender essas duas expectativas. Oferecemos um resumo do dia na seção “Giro”, sem a pretensão de trazer todas as notícias e com alguns links pro site. E entre os acontecimentos do dia, escolhemos em quais vale a pena investir sob uma nova ótica. O desafio é formatar um produto diferente do site e do impresso (MAZOTTE, 2012).

Não por acaso a maior quantidade de composições é de reportagens ou de colunas da seção “Gente do Globo”. Mesmo com o *touch* e com uma operação de pensamento em várias janelas, a importância de informação e a interpretação da realidade são intrínsecas ao Jornalismo. Desde o *lead*, a lógica do Jornalismo é a lógica da síntese, da nomeação exata, da seleção e ordenamentos hierarquizados. Lógica motivada pela velocidade dos meios e anseios burgueses. Nasce entrelaçada aos fatos, tratados com uma síntese, também realizada em análises; as quais podem ser produzidas em audiovisual (como em *Globo A Mais*). O simultâneo do audiovisual convive com o sequencial do texto escrito.

Portanto, trata-se, também, da lógica do código semiológico do texto escrito. A compressão de espaço e tempo começou com a escrita (MCLUHAN, 1974, p.103). A tessitura da escrita

permite operar o pensamento lógico, exige nomear, selecionar e ordenar. Mas a sequência é, e pode ser na tessitura escrita, meramente aditiva e não causativa (MCLUHAN, 1974, p.104). Por isso, sequenciar ou ordenar por importância de informação é algo bem adequado ao texto escrito. No audiovisual, é o texto em *off* que ordena. Mas isso quer dizer também que a natureza de código semiológico nem sempre está intrínseca ao *medium*. O meio multimidiático pode ter todos os códigos e relacioná-los segundo a necessidade do produto e do campo social ao qual pertence. O propósito do produto com síntese de principais notícias, realidades em processo e composições analíticas procura se ajustar ao 'costume cultural do dispositivo'. Por diferentes caminhos, tanto McLuhan como Debray defenderam a importância do ambiente de mediação técnica:

É certo que para McLuhan o *medium* é a própria mensagem e que para Debray o *medium* conduz a mensagem, o que constituirá um ponto de fuga, assinalando-se uma maior pertinência na tese do primeiro que na do segundo. Mas o processo de chegada a essas teses equivale-se. Vejamos: em ambos, a mediação técnica é central. Para ambos, o que o meio físico é para o vivo é a mediação técnica para o signo, um meio de difusão e de sobrevivência. Quer o programa de McLuhan, quer o de Debray, são projectos intelectuais que visam expor o ambiente da mediação técnica, visam fazer vir à superfície as regras que moldam a consciência e a acção do homem. O homem habita uma experiência técnica e é por ela processado, dirá McLuhan, ou definido, dirá Debray. A mediação técnica é, por conseguinte, um modo de ser antropológico (DOMINGUES, 2010, p.23-24).

O website é, hoje, o produto mais veloz não gradeado (te-lejornal ou boletim da rádio), ainda que a TV e o rádio sejam tecnologicamente instantâneos. Se o jornal diário, até cerca de 15 anos atrás, era o *medium* mais veloz pelo seu modelo de negócio, na ecologia atual dos meios, o website vai se transformando no produto do factual, vai concorrendo com a televisão, que também está em vias de se libertar da grade, com a escolha de horário nas mãos do usuário. Os produtos vespertinos ou noturnos para *tablets*, ainda que tenham periodicidade de um dia, como os jornais impressos, se constituem em produtos sem a identidade de um

“diário”, mas com a identidade de uma ‘revista multimídia analítica’. A identidade ligada à análise implica num tempo desligado do evento de última hora, pois o tratamento de um dado evento pode estabelecê-lo dentro da atualidade sem tempo definido, mensal ou semanal. Esta última periodicidade tem sido testada por novas revistas norte-americanas como a *Equire Weekly* e a *The Atlantic Weekly*<sup>7</sup>. Trata-se, então, de definir a identidade do produto, realidade imaterial, uma categoria que não é temporal (GROTH, 2011, p.146).

[...] Se consideramos o universo do jornalismo de revista e as variações que este produto jornalístico possui, algo demarcado, principalmente por distintas periodicidades, é possível dizer que cada título (publicação) configura e está configurado por um “tipo” de jornalismo “revistativo”, bem como possui características desse jornalismo em geral. Além disso, a partir de cada título, poder-se-ia observar uma “revistação”. A ideia de uma “revistação”, portanto, ultrapassa questões apenas jornalísticas (...), assim como não está restrita a um público ou a uma temática. [...] (TAVARES, 2011, p.69).

Os produtos brasileiros originais para *tablet* apostam atualmente na “revistação” de eventos da semana para um costume cultural da leitura à noite, horário nobre de muitos meios, inclusive os digitais; e, em segundo lugar, apostam na síntese das notícias mais importantes do dia<sup>8</sup>. Trata-se do ritmo de vida do qual fala Groth.

A esta aposta adequam-se os gêneros, clássicos, mas capazes de fazer esse tipo de “revistação”: reportagem e coluna. A reportagem, entretanto, ganha o formato multimídia, uma potencialidade do *medium* que se adequa a este gênero e bem suportada pelo *tablet*, principalmente por seu tamanho. A outra potencialidade fortalecida neste suporte, a mobilidade, segue o consumo cultural.

Um meio cultural assim entendido é muito mais do que uma ambiência sociológica, uma atmosfera, um quadro exterior (...). Instância instituinte e

<sup>7</sup> (KIRKLAND, 2013).

<sup>8</sup> “A seleção de notícias do Giro é feita pelo repórter responsável do dia, a partir de uma ronda do noticiário, tendo como base o site do Jornal O Globo principalmente. No entanto, os editores frequentemente sugerem incluir uma nota mais relevante, ou retirar uma não tão boa, etc...” Entrevista realizada por Mariana Guedes por e-mail com o jornalista Thiago Jansen, do Globo.



não circunstância acessória, ele “centraliza”, satelitiza e organiza as diversas populações do discurso. [...] Trata-se de uma cultura, simultaneamente, técnica e institucional dotada de modos dominantes e de redes dominadas, de eixo principal e vias secundárias: o emaranhamento complicado, embora descritível de suas cadeias de difusão, centros de estocagem, tipos de circulação. [...] (DEBRAY, 1993, p.251-252).

## Nossa tese

Contrariando as propriedades do *medium* digital, os produtos brasileiros nativos do *tablet* têm uma identidade de ‘revista multimídia analítica’. Na contramão das expectativas dos estudos de Jornalismo digital, tempo multicrônico, atualização contínua, memória, hipertextualidade, interatividade e ubiquidade não interferem no discurso jornalístico produzido a ponto de criar novos gêneros. Assim, a decisão quanto ao conceito do produto, sua linha editorial, cede mais a esta força do costume cultural associado ao dispositivo do que apenas ao *medium*: sistema semiológico (multimedialidade), sistemas de transmissão (interatividade) e estocagem (memória) ou sua lógica espaço-temporal. Os produtos jornalísticos no iPad, com destaque para reportagem e coluna, associam-se mais ao conforto da leitura e ao tamanho do suporte.

Instantaneidade e multimídia, neste caso, modificam o formato, mas não modificam, necessariamente, o gênero. A “argumentação gráfica” (MACHADO, 2009) originada no impresso é apenas modificada multimidiaticamente no *tablet*. O domínio é da sequência argumentativa, resultado do horizonte de expectativas de um produto jornalístico. A novidade, como dito, é o expressivo predomínio da sequência explicativa para um produto diário.

Exceto nas colunas de *Globo A Mais* e *Estadão Noite*, em todas as outras composições foi possível perceber aprofundamento (já que as variáveis controladas na redação) e acréscimo de informações. Mesmo com o *touch* e com uma operação de pensamento em várias janelas, a importância de informação e a interpretação da realidade são intrínsecas ao Jornalismo. A força do texto escrito se explica: sequenciar ou ordenar por importância de informação é

algo bem adequado ao texto escrito. O aprofundamento se revela nas camadas, a grande diferença do analógico para o digital. As lógicas as PI e da PD convivem nestes produtos.

## Referências

- ADAM, Jean-Michel. **La linguistique textuelle**. Introduction à l'analyse textuelle des discours. Paris: Armand Colin, 2006.
- BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. **Australian Journalism Review** 23, n. 2, 2001. p.91-103. Disponível em: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze%2BNetworkJournalism%2B2001.pdf>. Acesso em: fev. 2012.
- BONINI, Adair. A noção de sequência textual na análise pragmático-textual de Jean-Michel Adam. In: MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola, 2005.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <http://xa.yimg.com/kq/groups/22040972/1450934450/name/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: fev. 2012.
- DEBRAY, Régis. **Curso de midiologia geral**. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DOMINGUES, J.A. **O paradigma mediológico. Debray depois de McLuhan**. Covilhã, Livros Labcom, 2010.
- ECHEVERRIA, Javier, (1999) **Los señores del aire: telepolis e el tercer entorno**. Barcelona: Ediciones Destino, 1999.
- ESTADÃO Noite traz análise sobre noticiário do dia. **O Estado de S.Paulo**, Editoria de Economia do portal Estadão, 15 fev.2012. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,estadao-noite-traz-analise-sobre-noticiario-do-dia,112524,0.htm>. Acesso em: 15 fev.2012.
- ESTADO fica mais interativo nos tablets. **O Estado de S.Paulo**, 10 fev.2013. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,estado-fica-mais-interativo-nos-tablets-imp-,1095134>. Acesso em: 03 jun.2014.
- GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido. Fundamentos das ciências dos jornais**. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011.

JAUSS, Robert. **Pour une esthétique de la réception**. Tradução de Claude Maillard. Paris: Gallimard, 1978.

JENKINS, H. **Cultura de convergência**. Tradução Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KIRKLAND, Sam. How news organization are experimenting with 'digestible digital weeklies' on mobile devices. **Poynter.org**, 22 jul.2013,. Disponível em: <http://www.poynter.org/latest-news/media-lab/mobile-media/218609/how-news-organizations-are-experimenting-with-digestible-digital-weeklies-on-mobile-devices/>. Acesso em: fev. 2012.

LAGE, Nilson. **A estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1993.

MACHADO, Irene. Diagramas semióticos em textos comunicacionais. **E-Compós**, v. 12, n.3, p.01-18, set./dez. 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/394/381>

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MAZOTTE, Natália. É tempo de experimentar. O Globo lança primeiro vespertino digital do país desenvolvido para iPad (Entrevista). **Blog Jornalismo nas Américas**. 07 fev.2012. Disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-8953-e-tempo-de-experimentar-o-globo-lanca-primeiro-vespertino-digital-do-pais-desenvolvido->. Acesso em: fev. 2012.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4.ed. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1974.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação) – FACOM-UFBA, Salvador. Disponível em: [http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscom-Producao\\_Cientifica-Luciana\\_Mielniczuk.pdf](http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscom-Producao_Cientifica-Luciana_Mielniczuk.pdf). Acesso em: fev. 2012.

MOUILLAUD, M. **O jornal: forma e sentido**. Brasília: UnB, 2002.

O GLOBO. Novo app do GLOBO leva jornal aos tablets Android, 06 nov. 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/novo-app-do-globo-leva-jornal-aos-tablets-android-10696811>. Acesso em: 03 jun. 2014.

PELLANDA, E.; NUNES, A. **A linguagem própria dos tablets para o jornalismo digital**: estudo de caso do The Daily. Artigo apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2173-1.pdf>. Acesso em: fev. 2012.

SEIXAS, Lia. Como o dispositivo prepara para o gênero jornalístico? In: SOSTER, Demétrio; FIRMINO, F. (Orgs.). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009. p. 19-38.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**. Proposta de novos critérios de classificação. Portugal: LabCom Books, Coleção Estudos de Comunicação, 2009a. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/sinopse/seixas-classificacao-2009.html>. Acesso em: fev. 2012.

SEIXAS, Lia. Gênero periodístico: combinações e regularidades em sítios informativos. In: CABERA, M. A. (Org) **Evolución de los cibermedios**. De la convergência digital a la distribución multiplataforma. Madri: Frágua, 2013. p.301- 318.

SEIXAS, Lia. Gêneros jornalísticos: partindo do discurso para chegar à finalidade. In: MELO, J.M.; LAURINDO, R.; ASSIS, F. de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos teoria e práxis**. Blumenau: Edifurb, 2012. p.27-45.

SOUSA, Jorge Pedro. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso**. Um Guia para Estudantes de Graduação. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

TAVARES, Fred. **Ser revista e viver bem**. 2011. Um estudo de jornalismo a partir de Vida Simples. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade do Vale do Rio Sinos, São Leopoldo.

TUCHMAN, Gaye. **Making news**. A study in the construction of reality. New York: Free Press, 1980.

VAZ, Paulo; FRANÇA, R. Entre o legítimo e o legitimado: a explosão dos acontecimentos nas capas de Veja. **Caleidoscópio. Revista de Comunicação e Cultura**, Lisboa, n. 10, 2011. p.95-106. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/3708>. Acesso em 04 de julho de 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

**Lia Seixas**

Doutora pelo Programa de Comunicação e Cultura Contemporâneas (Pós-COM) da Facom-UFBA. Professora adjunto da graduação e do PósCOM. Obras publicadas: *Gêneros: um diálogo entre comunicação e linguística* (2014) e *Redefinindo os gêneros jornalísticos* (2009). Coordenadora do Núcleo de Estudos em Jornalismo (NJor), pesquisa atualmente critérios de noticiabilidade.

**Mariana Guedes Conde**

Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA) e professora substituta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

**Ieda Tourinho**

Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS).

Recebido: 09.09.2013

Aceito: 22.05.2014