

Práticas e tensionamentos **contemporâneos** no ensino de Jornalismo

Elton Bruno Pinheiro · Rafiza Varão · Zanei Barcellos
organizadores



Práticas e tensionamentos **contemporâneos** no ensino de Jornalismo

Elton Bruno Pinheiro · Rafiza Varão · Zanei Barcellos
organizadores

Brasília
FAC/UNB
2018

capa Rafiza Varão
diagramação Rafiza Varão
revisão Elton Bruno Pinheiro, Rafiza Varão, Zanei Barcellos



FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – FAC-UNB
Endereço: Campus Universitário Darcy Ribeiro - Via L3 Norte, s/n - Asa Norte,
Brasília - DF, CEP: 70910-900
Telefone: (61) 3107-6627
E-mail: fac.livros@gmail.com

DIRETOR

Fernando Oliveira Paulino

VICE-DIRETORA

Liziane Guazina

CONSELHO EDITORIAL EXECUTIVO

Dácia Ibiapina, Elen Geraldês, Fernando Oliveira Paulino, Gustavo de Castro e Silva, Janara Sousa, Liziane Guazina, Luiz Martins da Silva.

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (NACIONAL)

César Bolaño (UFS), Cicilia Peruzzo (UMES), Danilo Rothberg (Unesp), Edgard Rebouças (UFES), Iluska Coutinho (UFJF), Raquel Paiva (UFRJ), Rogério Christofolletti (UFSC).

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (INTERNACIONAL)

Delia Crovi (México), Deqiang Ji (China), Gabriel Kaplún (Uruguai), Gustavo Cimadevilla (Argentina), Herman Wasserman (África do Sul), Kaarle Nordestreng (Finlândia) e Madalena Oliveira (Portugal).

COORDENADORA EDITORIAL

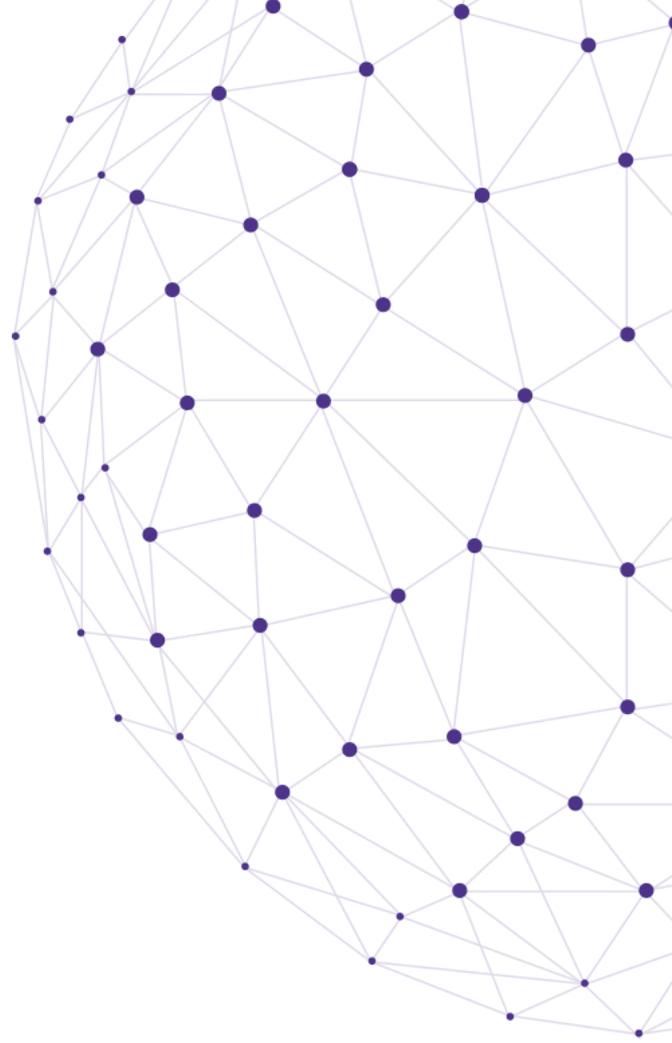
Rafiza Varão

Catálogo na Publicação (CIP) Ficha catalográfica

P912 Práticas e tensionamentos contemporâneos no ensino de Jornalismo /
Elton Bruno Pinheiro, Rafiza Varão, Zanei Barcellos, organizadores. –
Brasília : Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2018.
241 p. : il.

Modo de acesso: World Wide Web: <[https://faclivros.wordpress.com/
category/livros/](https://faclivros.wordpress.com/category/livros/)>.

ISBN 978-85-93078-34-7
1. Jornalismo – Ensino. 2. Diretrizes Curriculares Nacionais. I. Pinheiro,
Elton Bruno, (org.). II. Varão, Rafiza, (org.). III. Barcellos, Zanei, (org.). CDU 37:07



Feliz é o
professor
que
aprende
ensinando

Cora Coralina

Sumário

9 Apresentação

Parte I: TEORIA

- 13 Para que teorias? O fazer e o saber do Jornalismo
Luiz Carlos Iasbeck
- 23 Jornalista profissional: novas competências para o egresso do bacharelado em Jornalismo
Maria Elisabete Antonioli
- 33 A Transitoriedade da mídia impressa para o formato digital: reflexões da narrativa visual, multimídia e multimodal da notícia
Suzana Guedes Cardoso
- 47 Os rumos do ensino do Jornalismo: o desafio de formar um novo profissional
David Renault
- 61 Formação superior em Jornalismo: Análise de diretrizes e propostas de universidades brasileiras
Edileuson Santos Almeida, Ada Cristina Machado da Silveira
- 73 Redações integradas e trabalho jornalístico: O uso das tecnologias para um trabalho emancipado e emancipador
Carlos Figueiredo

Parte II: ENSINO

- 87 **Experiência didática em Jornalismo: ensino com pesquisa sobre sites de notícias de Cuiabá (MT)**
Ana Graciela Mendes Fernandes da Fonseca Voltolini
- 99 **Repórter UFMA e Imperatriz Notícias: relatos sobre as produções audiovisual e em *web* do curso de Jornalismo na UFMA de Imperatriz**
Lívia Cirne, Lucas Reino, Marco Antônio Gehlen, Thaísa Bueno, Vítor Belém
- 109 **Experiência de um ensino de linguagem sonora para curso de Jornalismo**
Nivaldo Ferraz
- 119 **O desafio do ensino do Jornalismo frente às mídias móveis**
Rose Mara Pinheiro
- 129 **O ensino de Jornalismo e a convergência: Integração das redações como proposta pedagógica**
Fábio Sadao Nakagawa, Suzana Oliveira Barbosa, Washington José de Souza Filho
- 139 **Impasses e oportunidades para o ensino de Jornalismo: o binômio perfil multitarefas e os processos de precarização**
Dione Oliveira Moura, Ana Carolina Kalume Maranhão
- 149 **A perspectiva de gênero no ensino do Jornalismo: uma análise dos projetos pedagógicos dos cursos de Curitiba e Ponta Grossa/PR**
Bruna Aparecida Camargo, Karina Janz Woitowicz

163 Ambientes, veículos, processos de produção e
jornalistas mutantes: uma proposta didático-pedagógica
Zanei Ramos Barcellos

Parte III: Diretrizes

177 Novas diretrizes, velhas questões: o currículo do curso de
jornalismo, antes e depois das DCN
Marcio da Silva Granez

189 Cidadania nas DCN e Jornalismo Comunitário: breve
reflexão sobre um panorama nacional do
ensino de Jornalismo
Cláudia Regina Lahni

203A Política de Extensão Acadêmica nas Diretrizes
Curriculares Nacionais do Curso de Jornalismo
Elton Bruno Pinheiro

215 O lugar da ética: Uma análise das recomendações sobre o
ensino de ética e jornalismo nos cursos do Centro-Oeste
após 2013
Rafiza Varão





Parte I

TEORIA



Suzana Guedes Cardoso

A TRANSITORIEDADE DA MÍDIA IMPRESSA PARA O FORMATO DIGITAL

Reflexões da narrativa visual, multimídia e multimodal da notícia

Introdução

No processo de transformações iniciado com a massificação do acesso à Internet no Brasil nos últimos 20 anos, percebe-se uma transição contínua entre o meio impresso e o meio digital na ótica da cultura da convergência midiática e da inovação tecnológica. Ambos são fenômenos contemporâneos que contribuem para a renovação e mudanças nas rotinas produtivas jornalísticas e em reflexões técnicas sobre a construção da notícia.

No início da corrida impulsionada pelas transformações tecnológicas, os meios de comunicação – compostos por grandes e pequenas empresas de mídia – iniciaram a migração de textos, gráficos e imagens da publicação impressa para o digital. Essa solução não funcionou por muito tempo. Entretanto, com inovações constantes do cenário tecnológico, novas apropriações têm se configurado nas práticas jornalísticas.

Com os avanços tecnológicos dos sistemas computacionais, softwares, equipamentos, velocidade das redes comunicacionais, surgimento de aplicativos e, ainda, as recentes apresentações e serviços para os usuários, os meios de comunicação tradicionais deparam com a problemática diária de criar alta legibilidade da notícia, com o maior número de acesso à informação, explorando novas linguagens gráficas, multimídia, multimodal, de interação, de navegação nos sistemas informacionais.

Nessa perspectiva digital, enunciam-se reflexões deste artigo sobre os processos de produção de notícias para estruturas não lineares de leitura, multimodal, multimídia e multiplataforma, tendo como suporte a sintaxe visual e a usabilidade do produto de comunicação *Web*. As ressignificações do paradigma comunicacional produzido pela realidade digital formularam as seguintes questões de pesquisa: Como migrar as informações visuais e textuais das narrativas do meio impresso para o digital, apropriando-se dos conceitos comunicacionais voltados para a *web*? Como implementar a mudança de paradigmas na disciplina *Webdesign* em Jornalismo, no Departamento de Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, diante das características que marcam o meio digital?

O artigo em questão tem como objetivo apresentar a incorporação desses novos conceitos e paradigmas da mídia digital e sua apropriação no ensino desses conteúdos na disciplina *Webdesign em Jornalismo*, parte integrante da reforma curricular do curso de Jornalismo, Departamento de

A interatividade

A realidade tecnológica contemporânea tem incorporado transformações e reflexões sociais, econômicas, culturais e midiáticas. Diferentes formas de uso e consumo de informação têm se estabelecido em um cenário no qual os sujeitos interagem com as mídias de maneira complementar e simultânea. As interações sociais e com os sistemas de comunicação digitais promovidas nos ambientes *web* significadas por Wagner (1997), Moore (2007), e Boyd e Apps (1980, p. 5, *apud* MOORE; KEARSLEY, 2007, p. 240).

Wagner (1997) define a interação como sendo um evento recíproco entre dois objetos e duas ações. Para a autora, as interações ocorrem quando objetos e eventos se influenciam mutuamente. Moore (2007) afirma que o conceito de interação surgiu com John Dewey e foi desenvolvido por Boyd e Apps em 1980. Moore (2007) reitera que, para esses autores, “a interação implica a inter-relação do ambiente e das pessoas com os padrões de comportamento em uma situação” (BOYD; APPS, 1980, p. 5, *apud* MOORE; KEARSLEY, 2007, p. 240).

A interação interfere no comportamento dos indivíduos e influencia o dos membros do grupo. Já a interatividade descreve a capacidade de conexão entre dois ou múltiplos pontos em tempo real. Por exemplo, a interatividade reflete a interação homem e máquina (computador) e/ou computador e computadores, e, em contrapartida, a interação envolve os seres humanos. O conceito de *interatividade*, mais propriamente interatividade *técnico-social*, surgiu com Guillermo Orozco e Jesus Martin-Barbero, no México, nos anos 1980, quando pesquisavam a televisão aberta.

Transposto por André Lemos ao mundo digital, o autor entende que “a noção de interatividade” está diretamente ligada às novas mídias digitais. Na concepção de Lemos (1997)¹, “o que compreendemos hoje por interatividade, nada mais é que uma nova forma de interação técnica, de cunho ‘eletrônico-digital’, diferente da interação ‘analógica’ que caracterizou os media tradicionais”. Lemos (1997) argumenta que diariamente se experienciam-se formas de interação por meio de atividades tecnossociais. Segundo o autor, nossa relação com o mundo é interativa, ou seja, às ações variadas correspondem retroações diversas. Esse tipo de interação é a base da sociedade e, por isto, o autor trata a interação além da interatividade digital, delimitando a interatividade como ação dialógica entre o homem e a técnica. Lemos (1997) acrescenta que

a técnica (ferramenta, objeto ou máquina) é, e sempre foi, inerente ao social. Utilizada no seu sentido mais amplo, ela é constitutiva do homem e de toda vida em sociedade. A interação homem-técnica é assim, uma atividade tecno-social presente em todas as etapas da civilização. O que vemos hoje, com as tecnologias do digital, não é a criação da interatividade propriamente dita, mas de processos baseados em manipulações de informações binárias (LEMOS, 1997).

O telefone e o sinal de trânsito são exemplos de interatividade tecnossocial proposta por Lemos (1997). O autor reitera que “a interatividade digital caminha para a superação das barreiras físicas entre os agentes (homens e máquinas), e para uma interação cada vez maior do usuário com as informações, e não com objetos no sentido físico”. Lemos (1997) também observa que a mídia tradicional – jornal, rádio, revista e televisão – submetia o público a uma pré-escolha junto às informações transmitidas. No entanto, as tecnologias digitais impõem novas formas de circulação de informações, transitando do modelo “um para todos” para “todos para todos”, descentralizando a informação. Em suma, Wenger (1998) entende que *interatividade* é a relação *homem-máquina*, enquanto Lemos a entende como tecnossocial.

Ao apontar quão popular é o conceito de *interatividade* na atualidade, Primo (2003, p. 32) informa que a “referência imediata é sobre o potencial multimídia do computador e de suas capacidades de programação e automatização de processo”. Segundo o autor, ao estudar a interação

.....
1 Texto eletrônico sem numeração de páginas.

mediada por computador, além da transmissão de informações, como na educação a distância, tais discussões tecnicistas não são suficientes. Para ele, reduzir a interação a aspectos tecnológicos, em qualquer situação interativa, significa não levar em consideração a complexidade do processo de interação mediada pelo computador, buscando a relação entre os participantes. Explorando ainda mais o conceito de interação, Primo e Cassol (1999) avaliam que é preciso valorizar os sujeitos e a evolução inventiva e criativa das relações entre os seres humanos, longe do tratamento tecnicista da interatividade.

A interação e a interatividade representam um dos vários capítulos das modificações que vêm ocorrendo na área do jornalismo e das mídias promovidas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Essas interações interferem na maneira pela qual o leitor/usuário interage, consome, reproduz, compartilha a notícia no ambiente *online*.

Do impresso ao digital

O presente artigo expõe as proposições conceituais de Charron e Bonville (2016) na perspectiva das grandes mudanças no campo comunicacional, evidenciando as diferentes fases vivenciadas pelo jornalismo no mundo. No paradigma jornalístico e tipos de jornalismo propostos por Charron e Bonville (2016), remontando as reflexões da história do jornalismo na América do Norte, da origem da imprensa à atualidade, período de transformações profundas, os autores distinguiram *quatro períodos* na história e da prática do jornalismo atribuindo o conceito de *paradigma jornalístico*.

O primeiro paradigma jornalístico de Charron e Bonville (2016) diz respeito aos primeiros jornais que surgiram no século XVI produzidos por impressores que recolhiam, consignavam e difundiam em suas gazetas correspondências, anúncios e outras informações que lhes eram enviadas. “Nesse jornalismo de transmissão, o impresso age, essencialmente, como um elo entre ‘fonte’ e leitores” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 28). Não era comum os gazeteiros falarem diretamente com os leitores, mas se acontecesse, faziam o uso de pseudônimos ou por correspondente. “Nem o gazeteiro, nem o jornalista têm nessa época uma verdadeira identidade discursiva, que só vai ser assumida com o jornalismo de opinião, no início do século XIX” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 29). E, nas transformações das instituições políticas da época (direito ao voto, responsabilidade ministerial e desenvolvimento partidário, etc.) segundo Charron e Bonville (2016, p. 28), o gazeteiro, no papel de editor, inseria o jornal a serviço de lutas políticas. “Os limites dos recursos tecnológicos disponíveis e o analfabetismo de grande parcela da população o impedem de atingir um público mais vasto” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 29). Para os autores, o jornal financiado pelos leitores, pelo mecenato político e em parte pela publicidade era modesto e austero sem focos comerciais.

Os autores contextualizam que no final do século XIX, as trocas comerciais se intensificaram em função de condições melhores de transportes e da industrialização da produção de bens de consumo. Para Charron e Bonville (2016), a produção comercial em escala fez surgir o uso intenso da publicidade que por sua vez cria novas oportunidades de negócios, tornando o jornal um negócio lucrativo. Segundo os autores, ao abandonarem o discurso político, fonte de divisão da população, e ao adotarem conteúdos de interesse de um público geral, os jornais poderiam ter um ganho publicitário maior. Os autores reiteram que as condições técnicas e econômicas da época implicaram na produção e distribuição em vasta escala de bens de consumo, além de permitir construir uma rede de coleta de notícia sobre a atualidade (ferrovia, telégrafo, telefone, etc.), aumentar o número de páginas do jornal e a tiragem (estereotipia, rotativas, papel barato, etc.), ampliando a distribuição. A partir dessa realidade, de acordo com Charron e Bonville (2016), emergiu o *jornalismo de informação* nas grandes cidades norte-americanas entre 1880 e 1910 se tornando a forma dominante de jornalismo a partir de 1920.

Nas décadas de 1970 e 1980, o jornalismo entra em outra fase de transformação. Charron e Bonville (2016) afirmam que a prática jornalística segue cada vez menos o modelo de *jornalismo de informação* se aproximando do jornalismo de comunicação. Segundo Charron e Bonville (2016), os empresários da mídia e investidores, em busca de novos mercados, das inovações técnicas, da desregulamentação e liberalização dos mercados, proporcionaram a multiplicação dos suportes midiáticos e dos serviços de informação.

Charron e Bonville (2016, p. 30) apontam que “a imprensa escrita cotidiana as grandes redes de

televisão, que dominavam a indústria de mídia, veem suas esfacelar-se em proveito de uma nova mídia, mais especializada mais inovadora e que respeita menos as normas estabelecidas”. Os autores reiteram que a digitalização e a miniaturização dos equipamentos, o desenvolvimento das telecomunicações e o aumento da velocidade da internet são técnicas que colocam em questão as normas e as práticas usuais de produção, de difusão e de consumo da informação, inserindo produtores e consumidores de informação em um ambiente midiático em plena mutação. Na visão de Charron e Bonville (2016), ao distanciar de uma concorrência e do volume de mensagens exacerbadas, a mídia e os jornalistas se distinguem dos demais ao se preocupar com as preferências do público.

O estreitamento da relação público, cada vez mais especializado, e jornalista, laços de convivência e de intersubjetividade abrem espaço para os gêneros jornalísticos de crônicas opinativas, de humor e temáticas. Nesse sentido, “o hibridismo entre o discurso de imprensa e as outras formas de discurso midiáticos é tolerado, até mesmo encorajado: a ficção se mistura à realidade; notícias secundárias adquirem o *status* de acontecimento; a informação se faz entretenimento e adota facilmente o tom de humor ou um tom familiar, de conversa; efusão e emoção substituem a explicação; o tom e o estilo do discurso promocional impregnam o discurso da imprensa” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 30).

Em estudos cotejados por Mielniczuk (2003, p. 29) com o intuito de entender as etapas de desenvolvimento da história do jornalismo na *web*, a autora identifica três estágios de evolução. Mielniczuk (2003) sistematiza as fases do jornalismo na *web*, tendo como foco a produção de conteúdo a partir dos estudos realizados por Pavlik (2001). Pavlik (2001, *apud* MIELNICZUK, 2003) afirma que o autor distingue três estágios de evolução, sendo que “na primeira, predominam os *sites* que publicam material editorial produzido, em primeira mão, para as edições em outros meios, as quais o autor denomina de ‘modelo-mãe’” (PAVLIK, 2001, *apud* MIELNICZUK, 2003, p. 29).

Pavlik (2001, *apud* MIELNICZUK, 2003) reitera ainda que em uma segunda fase, os jornalistas criam conteúdos originais para a internet, passando a utilizar *hiperlinks* para outros *sites*, recursos interativos e multimídia (fotos, vídeos e áudio), buscadores na rede digital, índices de cliques eletrônicos em que o leitor usa o mouse para selecionar e clicar conteúdos diferentes, personalização de *sites* e informações permitindo ao usuário criar categorias próprias de notícias, listas de ações e outros conteúdos.

Na terceira fase, Pavlik (2001, p. 431, *apud* MIELNICZUK, 2003, p. 30) “caracteriza-se pela produção de conteúdos noticiosos originais, desenvolvidos especificamente para a *web*, bem como o reconhecimento desta como um novo meio de comunicação. A *web* passa a ser vista como legítima para a distribuição de notícias”.

Na investigação de Mielniczuk (2003, p. 31), a autora aponta que “diferente de Pavlik (2001), que está preocupado com a produção de conteúdos noticiosos, Silva Jr. possui uma preocupação mais abrangente, pensando a categorização a partir da questão da disseminação de informações jornalísticas nas redes digitais”. Para Silva Jr. (2002b, p. 431, *apud* MIELNICZUK, 2003), o autor estabelece três etapas de desenvolvimento de *sites* de jornais: o *transpositivo*, modelo apresentado nos primeiros jornais *online* no qual a formatação e organização seguia fielmente o modelo do jornal impresso; o *perceptivo*, que permitia a inserção de alguns recursos proporcionados pelas novas tecnologias da *web* em relação ao jornalismo *online*, mas ainda permanecendo o caráter transpositivo; e o modelo *hipermidiático*, que inclui recursos hipertextuais, da convergência entre suportes diferentes (multimodalidade) e da disseminação do mesmo produto em multiplataforma e/ou em serviços interativos.

Uma rede multimodal consiste “na arquitetura projetada para capturar a estrutura das redes biológicas e para representar as relações derivadas de inúmeros sujeitos e de vários bancos de dados informacionais” (CARDOSO, 2014, p. 56). Segundo Cardoso (2014), a rede multimodal foi configurada no advento da *web* 2.0 e promovida pela velocidade e interconexão entre os nós informacionais, criando o fenômeno das comunidades virtuais. Cardoso (2014, p. 56) argumenta que “ao redor de cada nó da rede, formam-se as comunidades sociais *online* que possuem interesses e demandas compartilhadas”.

Mielniczuk (2003, p. 31) sugere outras classificações as quais também dividem a “trajetória dos produtos jornalísticos desenvolvidos para a *web* em três momentos: produtos de primeira geração ou fase da transposição; produtos de segunda geração ou fase da metáfora e produtos de terceira geração ou fase do webjornalismo”. Para a autora, essas fases “não são estanques no tempo, e nem são excludentes

entre si, ou seja, em um mesmo período de tempo” (MIELNICZUK, 2003, p. 31). Ela afirma que é possível encontrar publicações jornalísticas para a *web* que são adequadas a diferentes gerações ou outras publicações que remetem a estágios diferentes em um contexto de um conjunto de experiências.

Sem contemplar a história do jornalismo na *web* e nem sistematizá-la, Mielniczuk (2003) organiza os estudos de pesquisadores² na elaboração de três categorias: webjornalismo de primeira, segunda e terceira geração. Mielniczuk (2003) alinha-se às reflexões com Pavlik (2001) ao considerar que na primeira geração do webjornalismo, os produtos comunicacionais reproduziam parte dos conteúdos dos grandes jornais impressos que iniciavam a experienciar o jornalismo *online*. A autora aponta que os jornais impressos transferiam uma ou duas principais matérias de algumas editorias para o *online* que era atualizado a cada 24 horas. Na segunda geração, que teve início no final dos anos 1990, Mielniczuk (2003) identifica que começam a ocorrer novas experiências no fazer jornalístico ao explorar as potencialidades do ambiente em rede de tais links para chamadas para notícias, e-mails para facilitar a comunicação entre jornalistas e leitores ou entre leitores, fóruns e recurso de hipertexto. A autora reitera que no webjornalismo de terceira geração, com a crescente popularização da internet, os *sites* jornalísticos incorporaram recursos multimídia como som, animações, interatividade com chats, enquetes, fóruns de discussões, configuração do produto de acordo com os hipertextos e interesses pessoais.

Barbosa (2008) adota o conceito de *ciberjornalismo*, o jornalismo em redes, e atribui a evolução da quarta geração ao Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), que atua como elemento estruturante na atividade jornalística. Para a autora, a concepção do JDBD dimensiona a pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção do jornalismo em multiplataforma, além de ser “aspecto-chave para a construção de *sites* jornalísticos gerando um padrão dinâmico, em contraposição ao anterior, estático, que havia marcado etapas anteriores” (BARBOSA, 2013, p. 40). Na quinta geração do ciberjornalismo, a autora compreende que a expansão do paradigma do Jornalismo Digital em Base de Dados atua na lógica da convergência jornalística no contexto de inovação e renovação das mídias móveis (*tablets* e *smartphones*). Porém, tais estudos serão objetos de investigação em outro artigo.

É importante apresentar as proposições dos autores Canavilhas (2001) e Palácios (2002). Para Canavilhas (2001), que considera o jornalismo *online* uma transposição do jornalismo escrito, radiofônico e televisivo para o meio digital, o webjornalismo supera o jornalismo *online* por intermédio da convergência entre texto, som e imagem em movimento, ao explorar as potencialidades que a internet proporciona, oferecendo um produto e criando um produto complementar à *web*notícia. Canavilhas (2001, p. 2) afirma que “se, para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimídia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente”. O autor reitera que o jornalista precisa encontrar a melhor maneira de induzir o leitor a romper com as formas de recepção linear da notícia ao acessar a informação não linearmente. A leitura não linear da informação é imposta pelos recursos multimídia incorporados ao texto jornalístico. Para Canavilhas (2001), no webjornalismo, o leitor interage imediatamente após a notícia ser publicada e, portanto, o autor enfatiza que a informação é o “princípio de algo e não um fim em si” e deve funcionar como um “tiro de partida” para o discurso social com os sujeitos (CANAVILHAS, 2001, p. 3).

Palácios (2002) não faz distinção entre os termos *Jornalismo Online*, *Webjornalismo* e *Jornalismo na web* para denominar a produção jornalística que utiliza como suporte a Internet. Nas investigações de Bardoel e Deuze (2000, *apud* PALÁCIOS *et al.*, 2002), apresentam-se quatro conceitos para jornalismo na *web*: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimidialidade. Palácios (1999) agrega à lista os conceitos multimidialidade/convergência,

2 Cf. recomendações de Mielniczuk (2003), ver sobre história do jornalismo na Web: QUADROS, C. I. **Uma breve visão histórica do jornalismo online**. Trabalho apresentado no XXV Intercom. Salvador, 2002; PALÁCIOS, M.; GONÇALVES, E. M. **Manual de Jornalismo na Internet**, disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm>; MOHERDAUI, L. **Guia de Estilo Web: produção e edição de notícias on-line**. São Paulo: Editora SENAC, 2000; RECIO, J. C. M. **La Documentación Electrónica en los Medios de Comunicación**. Madrid: Fragua, 1999; ARMENTIA, J. I. et al. **El Diario Digital: análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios**. Barcelona: Bosch, 2000; ARMAÑANZAS, E. et al. **El Periodismo Electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio**. Barcelona: Ariel, 1996; SHEDDEN, D. **New Media Timeline (1969-1998)**, disponível em: <<http://www.poynterextra.org/extra/Timeline/index.htm>>.

interatividade, hipertextualidade, personalização e memória, que, por sua vez, não refletem as potencialidades exploradas pelos *sites* jornalísticos, segundo o autor.

Palácios *et al.* (2002) refletem que por interatividade entende-se quando o leitor e também usuário se sente parte do processo de interação com a notícia *online* por meio de trocas de mensagens com os jornalistas. Segundo os autores, customização de conteúdo/personalização permite ao leitor/usuário configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses próprios.

As reflexões de Palácios *et al.* (2002) esclarecem que a hipertextualidade é característica do jornalismo *online* por interconectar textos por meio de links nos quais matérias jornalísticas são anexadas a outras notícias, *sites* releases, arquivos de jornais, entre outros.

Quanto a multimídia/convergência, segundo Palácios *et al.* (2002a, p. 3), “no contexto do jornalismo *online*, multimídia refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico”.

Palácios (1999) esclarece que o conceito de memória representa o acúmulo das informações técnica e economicamente na mídia *online* em relação às mídias tradicionais. O autor aponta ainda que “a memória pode ser recuperada tanto no nível do produtor da informação como do usuário” (PALÁCIOS, 2002). O autor reconhece que sem as limitações das mídias tradicionais de tempo e espaço, o jornalismo *online* se caracteriza pela memória múltipla, instantânea, cumulativa e disponibilização de um volume muito maior de informação.

Em estudo organizado por Canavilhas (2014), os conceitos de *hipertextualidade*, *multimídia*, *interatividade*, *memória*, *personalização* são recontextualizados agregando outra categoria: a ubiquidade. O objetivo do livro é delimitar as principais características do webjornalismo, tendo como referência a visão de vários pesquisadores da área.

Para Canavilhas (2014), na hipertextualidade a dimensão do texto é vinculada a blocos informativos ligados por hiperligações ou *hyperlinks* e é fundamental na arquitetura noticiosa aberta e interativa voltada para *web*. As investigações sobre os blocos informacionais, *hyperlinks* textuais, a descentralização da informação e os percursos não linear da leitura de Canavilhas (2014) são derivações da problematização da pirâmide invertida. Ao revisitar a pirâmide invertida, Canavilhas (2007) organizou tecnicamente a construção da notícia para *web* em estrutura de pirâmide deitada (ver Figura 1).

Enquanto que na pirâmide invertida – a técnica de construção das matérias jornalísticas –, as informações mais importantes aparecem no início do texto e as menos importante no final, Canavilhas (2007) propõe que a *web* notícia seja organizada em camadas de informação se distanciando da hierarquização da notícia. Segundo Canavilhas (2007), na pirâmide deitada, o leitor³, ao ser confrontado com múltiplas opções de leitura, estabelece seu próprio percurso de interação com a notícia segundo seu interesse em função dos fatos relatados e vinculados a *hyperlinks*. Segundo o autor, o jornalista não impõe mais o sentido de leitura a partir da técnica da pirâmide invertida, mas sim, o leitor possui a liberdade de escolha de interação.

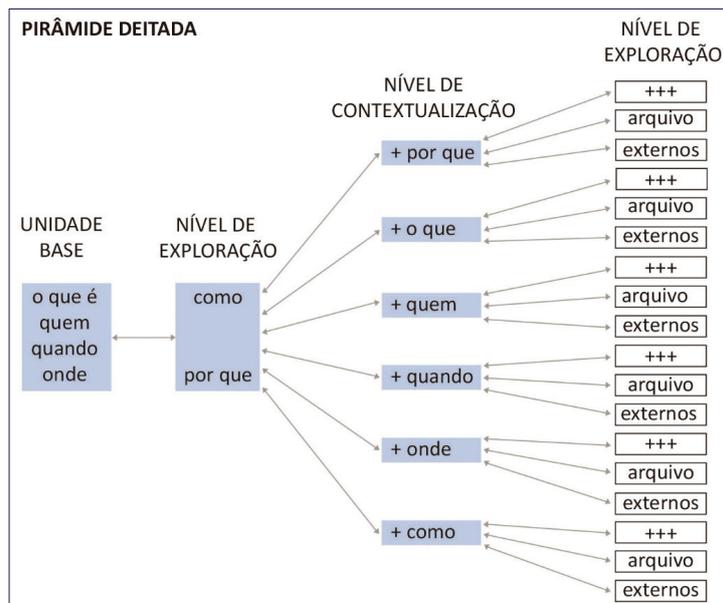
Canavilhas (2007) propõe o modelo da pirâmide deitada com quatro níveis de leitura: a unidade base resume o acontecimento; a explicação vincula ao primeiro nível do *hyperlink* completando a informação essencial sobre notícia; a contextualização adiciona mais informação ao fato jornalístico; e a exploração conduz o leitor por *hyperlinks* a *sites* externos. Desse modo,

a Unidade Base, o lead, responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado. O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W's⁴. O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos (CANAVILHAS, 2007, p. 38).

.....
3 A utilização do termo leitor ou *leitor/usuário* neste artigo segue à apropriação das palavras pelos autores.

4 Questões básicas na apuração do fato jornalístico: “Who was involved? What happened? When did it take place? Where did it take place? Why did that happen?”

Figura 1. Modelo proposto por Canavilhas (2006)



Fonte: disponível em <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.

Canavilhas (2014) estabelece algumas regras, uma gramática hipertextual, para apoiar o leitor no consumo da informação: 1) distribuição homogênea das hiperligações ao longo do texto; 2) indicação ao leitor do tipo de bloco de informação que está direcionado à hiperligação; 3) planejamento da inserção de *hyperlinks* na frase; 4) relacionamento entre palavra e o *hyperlink* e a natureza midiática do bloco informativo.

Outra característica importante no webjornalismo consiste na multimedialidade, que, segundo estudos de Salaverría (2014), apresenta os conceitos de *multiplataforma*, *polivalência* e *combinação de linguagens*. Em *multiplataforma*, Willis (1994), Deuze (2004), Garcia Avilés e Carvajal (2008), e Karlson e Clerwall (2011) (*apud SALAVERRÍA, 2014*) destacam a coordenação logística de distintos meios de comunicação: “referimo-nos àqueles casos onde distintos meios da mesma empresa jornalística articulam as suas respetivas coberturas informativas para conseguir um resultado conjunto” (SALAVERRÍA, 2014, p. 27). Em *polivalência*, o autor destaca o trabalho do jornalista para vários meios distintos. E em *combinação de linguagem*, Salaverría (2014) afirma ser o emprego de diferentes formatos e suas linguagens apropriadas – texto, som, imagem, vídeo, na produção da *webnotícia*.

Rost (2014, p. 55), por sua vez, entende a interatividade 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’)”. O autor reitera que a interatividade está presente na relação entre os jornalistas e leitores, dinamizada pelas tecnologias da comunicação. Rost (2014) reconhece que o conceito de *interatividade* tem assumido uma proporção menor com o surgimento dos termos “transmídia” e “convergência”, abordados em sequência neste artigo, embora aposte em sua apropriação.

Palácios (2014, p. 104) retoma o conceito de *memória* na narrativa da *webnotícia*, desenvolvido em Palácios (1999, 2002), qualificando-a como “elemento de produção de contexto e adição de profundidade para o produto jornalístico”. Segundo Palácios (2014), a memória se representa em algoritmos e buscas automatizadas na realidade dos bancos de dados.

Outro conceito importante voltado para a notícia para a *web* diz respeito à *instantaneidade*. Para Bradshaw (2014), quando a propagação imediata dos fatos pelos leitores ocorre, a instantaneidade do chamado *web publishing* (publicação na *Web*) traz consigo novas oportunidades para os *publishers* (emissoras e editoras) em contextos completamente novos. O autor afirma que se trata de uma instantaneidade não somente em publicar, mas também em consumir e distribuir a informação.

Lorenz (2014) ressalta que a personalização no webjornalismo atende as preferências pessoais dos utilizadores. O autor (2014, p. 140) entende que a “personalização de experiências informativas

pode apresentar várias formas e extensões, sendo a mais habitual deixar o utilizador selecionar os temas mais relevantes para a criação de uma página com base em preferências pessoais.

Finalmente, Pavlik (2014) define o termo *ubiquidade* como a presença simultânea em vários lugares. Ele esclarece que “no contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real” (PAVLIK, 2014, p. 160).

A convergência jornalística

A evolução na imprensa foi marcada pelo tipo móvel aperfeiçoado por Johannes Gutemberg, em meados de 1436, e atingiu o apogeu na atualidade da revolução digital. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), pavimentada pela linguagem binária computacional 0 e 1, consolidou o fenômeno da convergência jornalística ou midiática.

O conceito de *convergência* tem sido investigado por pesquisadores com o advento das tecnologias comunicacionais que marcam os processos de produção, criação e consumo da informação midiática. O principal destaque das investigações de Jenkins (2008) reflete a convergência midiática no contexto do fluxo de conteúdos por meio de múltiplas plataformas. Assim,

[...] por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p. 29).

Jenkins (2008, p. 30) compreende a convergência midiática não como um processo meramente tecnológico, mas sim um processo de transformações culturais “à medida em que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”.

Para Barbosa (2013), o termo convergência é atribuído a Ithiel de Sola Pool, após publicação do seu livro *The Technologies of Freedom* (1983), no qual estabeleceu a noção de convergência de todos os modos de comunicação a partir da tecnologia eletrônica. O desenvolvimento da velocidade das redes, dos computadores e tecnologias *web* nos anos 1990 consolidou a convergência jornalística com a reconfiguração dos meios na integração de redações, gestão de multiplataformas, polivalência midiática e a a multimídia para os conteúdos, segundo López García, Pereira Fariña e Limia (2010, p. 322, *apud* BARBOSA, 2013).

Na visão de Palácios (2014), a convergência tecnológica abre novos cenários e possibilidades que contribuem para facilitar diferentes modos de interação comunicativa às suas audiências ao multiplicar as combinações de formatos, linguagens e estéticas nas diversas telas. As audiências se transformaram de receptores passivos da informação a produtores e emissores de conteúdos ao compartilharem a notícia.

Larrondo *et al.* (2014) inferem que a audiências da mídia tradicional, especialmente a imprensa, está em declínio diante do avanço dos meios digitais noticiosos. Segundo os autores, os hábitos de consumo de notícias mudaram e as receitas de publicidade estão diminuindo, enquanto há uma crescente concorrência para mantê-las. Dailey, Demo e Spillman (2005) e Tameling e Broersma (2001) (*apud* LARRONDO *et al.*, 2014) argumentam que a mídia noticiosa desenvolveu uma ampla gama de estratégias, em geral evitando posições extremas que destacam a convergência como um processo linear culminando na integração das redações. Os autores reiteram que as tecnologias digitais permitiram a coleta e o compartilhamento de todas as informações materiais, independentemente do canal de distribuição final, bem como dos processos de produção. Larrondo *et al.* (2014) afirmam que o objetivo da convergência é aproveitar ao máximo os recursos e resultados das empresas midiáticas nas quais as redações desenvolveram plataformas técnicas comuns para armazenar e compartilhar seu conteúdo audiovisual. Segundo os autores, para manter o fluxo de trabalho na convergência, é importante que a produção seja independente de plataformas específicas, mas se atendo a multiplataformas.

Jenkins (2009) afirma que o conceito de narrativa transmidiática é a narrativa fragmentada (ou

distribuída) em diversas mídias, porém não são interdependentes entre si (SCOLARI, 2018). A Literacia Transmedia é entendida como um conjunto de capacidades, práticas, valores, sensibilidades e estratégias de aprendizagem e intercâmbio desenvolvidas e aplicadas no contexto das novas culturas colaborativas.

Welsh (1995, *apud* GOSCIOLA *et al.*, 2012) afirma que o conceito *Transmídia* foi originado de trans-media composition pelo compositor e instrumentista Stuart Saunders Smith. O conceito foi incorporado à Comunicação em 1995 por Marsha Kinder, professora de Estudos Críticos na Escola de Cinema e Televisão da Universidade da Carolina do Sul. Gosciola *et al.* (2012) reiteram que transmídia é uma história expandida e dividida em várias partes distribuídas em várias mídias integradas que possam expressar o potencial de diferentes meios de comunicação.

Usabilidade e experiência e metas do usuário

Parte do processo de compreensão dos processos comunicacionais e das interações – do sujeito com o sistema interativo e com as informações – consiste em esclarecer o objetivo principal do desenvolvimento e o aprimoramento do sistema digital. Estes objetivos podem ser classificados em dois termos: a *usabilidade* e a *experiência e metas do usuário*. As duas propostas se diferem na maneira como são operacionalizadas, *embora a usabilidade seja fundamental à experiência do usuário*. A usabilidade é derivada da área da Interação Humano-Computador, que tem como objetivo preencher determinados critérios de usabilidade, como, por exemplo, a eficiência. Já a expressão experiência e metas do usuário engloba a qualidade das experiências desses sujeitos, buscando tornar agradável a interação com o sistema para atingir suas metas.

A partir desta mudança de paradigma, o conceito de *usabilidade* foi sendo reconstruído, tendo como norte a crescente expansão dos serviços e dispositivos digitais conectados à rede *web*. No decorrer dos anos 1990, ocorreram mudanças significativas na área da usabilidade, que passou a se preocupar mais com o usuário do que com a arquitetura de sistemas computacionais.

A definição de *usabilidade* consiste em atributos de qualidade que avaliam a facilidade de utilização das interfaces pelo usuário. *Usabilidade* se refere também aos métodos de aperfeiçoamento do uso das interfaces durante o processo de *design*. Nielsen (1994) afirma que a usabilidade não possui um significado singular e unidirecional da propriedade da interface do usuário. Há várias outras características de qualidade empregadas na usabilidade. Entretanto, o principal conceito desenvolvido por Nielsen (1994) é denominado de *utilitário*, o que se refere à funcionalidade do projeto. A *usabilidade* e a *utilidade* são igualmente importantes para determinar se o sistema interativo ou interfaces são úteis.

Ao elaborar métodos para melhorar a facilidade de uso das interfaces durante o desenvolvimento do processo de *design* de interação, Nielsen (1994) definiu cinco atributos, fundamentados no método heurístico, expostos a seguir:

Quadro 1. Atributos de usabilidade, do ponto de vista de Nielsen (1994)

Facilidade em aprender	O sistema é fácil de aprender no primeiro momento em que o usuário inicia uma tarefa.
Eficiência	O sistema deve ser eficiente para o uso. Uma vez que o usuário aprendeu como operar o sistema, mais alta será sua produtividade.
Fácil de lembrar	O sistema é fácil de lembrar. Ao voltar a desempenhar uma tarefa depois de um período de tempo, o usuário não terá que aprendê-lo novamente.
Erros	O sistema precisa oferecer uma taxa de erro baixa durante o uso. E caso o usuário cometa algum erro, haverá a chance de recuperá-lo.
Satisfação	O sistema deve ser agradável para o uso a fim de que o usuário sinta satisfação ao utilizá-lo.

Fonte: Adaptado do texto de Nielsen (1994, p. 26).

Eficácia, eficiência, satisfação são parâmetros clássicos da usabilidade empregados principalmente na avaliação de sistemas interativos e interfaces gráficas. Por *eficácia*, Nielsen (1994)

e Rogers, Sharp e Preece (2011) entendem que o sistema permite que o usuário atinja os objetivos iniciais de interação. A *eficácia* é observada em termos de finalização de uma tarefa e da qualidade dos resultados obtidos.

Para Nielsen (1994) e Rogers, Sharp e Preece (2011), *eficiência* refere-se à quantidade de esforço necessário para se chegar a um determinado objetivo. Quanto menor for o esforço que o usuário fizer para finalizar a tarefa, mais eficiente será o sistema ou a interface. Os desvios de obstáculos que o usuário superar, durante a interação, e a quantidade de erros cometidos podem ser suficientes para avaliar o nível de eficiência do sistema ou interfaces gráficas. No caso, rotas alternativas e atalhos – para o acesso a conteúdos ou para a finalização de tarefas – consistem em uma maneira adequada para tornar o sistema ou a interface eficiente.

Nielsen (1994) e Rogers *et al.* (2011) definem que a *satisfação*, por sua vez, está condicionada ao nível de conforto sentido pelo usuário ao utilizar o sistema ou a interface. A satisfação talvez seja mais difícil de medir e quantificar, pois pode estar relacionada a fatores altamente subjetivos. De maneira geral, a satisfação refere-se ao nível de conforto que o usuário sente ao utilizar a interface e, ainda, à aceitação da maneira pela qual alcança seus objetivos. Entende-se por interfaces as representações gráficas de *hiperlinks*, menus e ícones que facilitam a interação e a comunicação dos sujeitos com os sistemas digitais.

Rosson e Carroll (2002) afirmam que, como os usuários finais se tornaram mais diversificados e menos técnicos, os sistemas interativos podem ser comparados e avaliados em relação à usabilidade – a qualidade de um sistema no que diz respeito à facilidade de aprendizagem, facilidade de uso e satisfação do usuário. Os autores afirmam que o sistema interativo pode identificar três perspectivas distintas – desempenho humano, aprendizagem e cognição, e atividades de colaboração – que contribuiriam para a visão moderna de usabilidade.

O conceito de usabilidade de sistemas interativos digitais parte da compreensão dos atributos de qualidade das interfaces gráficas para facilitar a interação dos sujeitos com os produtos jornalísticos para *web*. A alta usabilidade dos *sites* e portais de noticiosos refletem em maior interação dos sujeitos com conteúdos jornalísticos *online*, tornando efetivo o processo comunicacional.

Método de ensino disciplinar

A criação da disciplina Webdesign em Jornalismo, do Departamento de Jornalismo, Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília, se alinha ao Relatório da Comissão de Especialistas do Ministério da Educação, documento responsável por originar as Diretrizes Nacionais do Curso de Jornalismo. O relatório enfatiza o uso das tecnologias comunicacionais nas rotinas produtivas, em tempo real, dos jornalistas na redações. A questão colocada pelo relatório é como a nova lógica de funcionamento profissional, a partir das TIC, influencia a rotina didático-pedagógica em sala de aula e a formação profissional do discente. Estudos mostram que a intensificação de trabalho e o ritmo da atividade profissional de comunicação amplia a atuação do jornalista com a inserção dos dispositivos móveis (celulares e *tablets*) que por sua vez reconfigura a reprodução dos fatos, desde a sua apuração à divulgação para o público alvo.

A incorporação dos avanços tecnológicos nas estratégias de ensino na disciplina *Webdesign* em Jornalismo, tem sido meta nas dinâmicas em sala de aula. A disciplina tem como objetivo implementar os conceitos teóricos apresentados neste artigo, tais como interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade, multimídia, convergência jornalística, transmídia, pirâmide deitada e usabilidade nas práticas pedagógicas.

A disciplina *Webdesign* em Jornalismo tem como objetivos investigar e analisar o *webdesign* dos *sites* e portais jornalísticos e multimídia enquanto meio facilitador do processo comunicacional e do consumo da informação, cumprindo um papel formativo básico; desenvolver a capacidade de análise da navegação, da arquitetura da informação e das interfaces gráficas dos jornais *online* visando elencar problemas, geração de alternativas e de avaliação de resultados; compreender os princípios do design de notícias, usabilidade e da experiência do usuário na interação com o produto de comunicação *online* e com os conteúdos jornalísticos; estudar a aplicação de fontes tipográficas digitais, composição da página virtual e sistema de cor no desenvolvimento das narrativas visuais dos

produtos comunicacionais voltados para publicação da notícia em um ambiente *web*.

O ponto central da disciplina é habilitar o aluno na construção de narrativas visuais do produto de comunicação digitais segundo a linha editorial, o projeto gráfico, o design de notícias, a arquitetura da informação, a usabilidade do sistema e a experiência do usuário. A programação disciplinar emprega aulas teóricas e práticas na didática de ensino e aprendizagem permitindo ao aluno o conhecimento necessário para a realização dos trabalhos avaliativos. No final do semestre, o aluno terá concluído os seguintes trabalhos: de pesquisa quantitativa referente a alta e baixa usabilidade de dois *sites*/portal de notícia; uma revista digital multimídia; e um *site* noticioso com formatos para visualização em monitores de computador, celulares e *tablets*.

Considerações finais

A migração dos jornais impressos para o meio digital modificou intensamente as rotinas produtivas do fazer jornalístico e conseqüentemente as sintaxes visuais editoriais do design da notícia. Os desafios se impõem no ensino laboratorial do jornalismo digital, visual e em rede - ao conduzir reflexões no desenvolvimento de produtos midiáticos multimídia para múltiplas plataformas da *web*. Tais desafios têm passado também por transformações semestrais na medida em que o cenário tecnológico vai se modificando com o surgimento de novos recursos, aumento da velocidade nas redes, novos aplicativos e softwares, configurações dos computadores entre outros.

Jornais do mundo inteiro têm sofrido com o trânsito do impresso para o digital, perdendo receitas, leitores e relevância política e social. O presente artigo expôs os aportes teóricos de pesquisadores da comunicação buscando engajá-los na construção de conhecimentos por parte dos discente, mediante implementação da mudança de paradigmas causada pelas TIC. Essa reflexão responde a primeira e segunda questões de pesquisa que consistem, respectivamente, em: “Como migrar as informações visuais e textuais das narrativas do meio impresso para o digital apropriando-se dos conceitos comunicacionais voltados para *web*? Como implementar a mudança de paradigmas na disciplina Webdesign em Jornalismo, no Departamento de Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, diante das características que marcam o meio digital?”

As mudanças dos hábitos de leitura e dos papéis dos sujeitos consumidores de informação (de receptores passivos para proativos), o acesso não linear das matérias jornalísticas, a descentralização do discurso social e da produção de conteúdos, a migração dos leitores dos jornais impressos para o meio digital e o acesso de *sites* noticiosos por dispositivos móveis são realidades condicionantes na criação narrativas visuais inovadoras. Tais narrativas visuais inovadoras devem agregar principalmente os recursos advindos de texto, animações, áudios, vídeos, infográficos interativos, telas de rolagens paralelas na maneira de apresentar o acontecimento ao público como, por exemplo, a reportagem premiada do jornal *online New York Times* “Snoll Fall: The Avalanche at Tunnel Creek⁵”, em 20 de dezembro de 2012, sobre uma avalanche ocorrida no estado de Washington em fevereiro daquele ano. A reportagem Snoll Fall é referência para publicações noticiosas *online* e para outras reportagens do próprio *New York Times*. Os recursos visuais e narrativas inovadoras elaborados em “Snoll Fall” são amplamente utilizados por vários *sites* jornalísticos, fenômeno que está relacionado com o avanço da tecnologia do padrão HTML5.

Referências

- BARBOSA, S. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: FLORESVIVAR, J. M.; RAMÍREZ, F. E. (Eds.). **Periodismo Web 2.0**. Madrid: Editorial Fragua, 2008. p. 271-283. Disponível em: <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/wp-content/files-site-antigo/others/2008_Barbosa_RedUCMx.pdf> . Acesso em: 15 jan. 2018.
- BARBOSA, S. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/ LabCom.IFP, Livros LabCom, 2013. p. 33-54. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joacanavilha_noticiasmobilidade.pdf>. Acesso em: 03 fev. 2018.

- BOYD, R. D.; APPS, J. W. **Redefining the discipline of adult education**. San Francisco: Jossey-Bass, 1980.
- BRADSHAW, P. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/LabCom.IFP, Livros LabCom, 2014. p. 111-136. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.
- BRANCH, John. **Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek**. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html/?part=tunnel-creek>>. Acesso em: 15 fev. 2018.
- CANAVILHAS, J. (Org.). Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/ LabCom.IFP, Livros LabCom, 2014. p. 3-24. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em: 18 jan. 2018.
- CANAVILHAS, J. Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In: BARBOSA, S. (Org.). **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã, University of Beira Interior, Portugal: Livros LabCom. p. 25-40. 2007. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2018.
- CARDOSO, S. G. **Interação e usabilidade no metaverso: avaliação das interferências da usabilidade nas interações na web3D**. 2014. 233 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2014.
- CHARRON, J.; BONVILLE, J. de. **Natureza das transformações do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.
- DWYER, T. **Media Convergence**. Open University Press. 2010. Disponível em: <<http://www.myilibrary.com?ID=333829>>. Acesso em: 05 mar. 2015.
- GOSCIOLA, V.; CAMPALANS, C.; RENÓ, D. **Narrativas Transmedia: entre teorías y prácticas**. Bogotá: Editorial Universidade de Rosário, 2012.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. Trad. de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LARRONDO, A. *et al.* **Opportunities and limitations of newsroom convergence: a comparative study on European Public Service Broadcasting Organisations**. Journal Journalism Studies, Taylor & Francis Group, Routledge, p. 277-300. 2014. Disponível em: <<http://Dx.Doi.Org/10.1080/1461670x.2014.977611>>. Acesso em: 22 jun 2015.
- LEMOS, A. **Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais**. 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 7 ago. 2010.
- LORENZ, M. Personalização: análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/ LabCom.IFP, Livros LabCom, 2014. p. 137-158. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246p. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-doformato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>>. Acesso em: 03 nov. 2013.
- MOORE, M.; KEARSLEY, G. Educação a distância: uma visão integrada. São Paulo: Thomson, 2007.
- NIELSEN, J. **Usability Engineering**. San Francisco, Calif.: Morgan Kaufmann Publishers, 1994.
- OROZCO, G. Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales. **Signo y Pensamiento**, v. XXI, n. 41, p. 21-33. vol., 2002. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=86011596004>>. Acesso em: 6 fev. 2011.
- PALÁCIOS, M. **Jornalismo Online, Informação e Memória: apontamentos para debate**. Disponível

em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha_Palácios.doc. Acesso em: 15 jul. 2002.

PALÁCIOS, M. Memória: jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/ LabCom.IFP, Livros LabCom, 2014. p. 89-110. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.

PALÁCIOS, M. *et al.* **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português**. Trabalho apresentado no XXV Intercom. Salvador, 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/3f093aa671de56fc56fb36fe07a7514c.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

PALÁCIOS, M. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21 set. 1999.

PAVLIK, J. V. Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/ LabCom.IFP, Livros LabCom, 2014. p. 159-184. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.

PRIMO, A. F. T. **Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional**. 2003. Tese (Doutorado em Informática na Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação, 2003. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6959/000449573.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 17 maio 2011.

PRIMO, A. F. T.; CASSOL, M. B. F. Explorando o conceito de interatividade e taxonomias. **Jornal Informática na Educação: teoria e prática**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v. 2, n. 2, out. 1999. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286/3756>>. Acesso em: 11 jul. 2011

ROGERS, Y.; SHARP, H.; PREECE, J. **Interaction design: beyond human-computer interaction**. 3. ed. New York: John Wiley & Sons, 2011.

ROSSON, M. B.; CARROLL, J. M. **Usability Engineering: Scenario-Based Development of Human-Computer Interaction**. San Francisco; London: Academic Press, 2002.

ROST, A. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/ LabCom.IFP, Livros LabCom, 2014. p. 53-88.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: University of Beira Interior/ LabCom.IFP, Livros LabCom, 2014. p. 25-51. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.

SCOLARI, C. A. Projeto Transmedia Literacy. **O projeto de pesquisa Transmedia Literacy foi financiado pelo H2020 Research and Innovation Actions. European Commission**. 2018. Disponível em: <<https://transmedialiteracy.org/>>. Acesso em: 05 fev. 2018.

WAGNER, E. D. Interactivity: **From agents to outcomes**. New directions for teaching and learning, v. 1997, n. 71, p. 19-26. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tl.7103/abstract,1997>>. Acesso em: 6 mar. 2009

WENGER, E. **Communities of practice learning, meaning, and identity**. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

