

# Jornalismo digital de quinta geração: as publicações para *tablets* em diálogo com o desenvolvimento da web

Ana Cecília B. Nunes

## **Introdução**

**E**m consonância com o contexto da convergência (Jenkins, 2009) – de uma audiência migratória e que busca seus caminhos para a informação entre nós e nexos (Santaella, 2004) – em diálogo com as mudanças de uma modernidade líquida (Bauman, 2000) e de uma mídia que também é líquida e mutável (Manovich, 2001), vislumbra-se transformações do jornalismo. No que se refere à veiculação de informação nos meios digitais, identifica-se o webjornalismo com suas fases (Mielniczuk, 2003) como parte deste processo.

Assim, propõe-se aqui a análise das transformações do jornalismo em consonância com as modificações de leitura e de leitores, evidenciando que as fases do webjornalismo caminham lado a lado com elas. A partir desta abordagem teórica, convida-se a refletir sobre a apropriação dos *tablets* pelo jornalismo, percebendo características ainda não sistematizadas teoricamente. Parte-se da exploração dos produtos jornalísticos de *iPad*, uma vez que há uma apropriação crescente desta plataforma pelas empresas de mídia e que seu diálogo com o imaginário cultural do papel é evidenciado nestas apropriações: uma tela sensível ao toque que permite a leitura de um material semelhante à edição impressa ou de material totalmente novo.

A análise parte de relatório que analisa 74 aplicativos de *iPad* (Pellanda et al., 2013), pesquisa do Laboratório de Pesquisa em Mobilidade e Convergência Midiática (Ubilab) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), do qual a autora faz parte. A partir destes dados, são propostas algumas categorias destes aplicativos de jornais e colocam-se estes em diálogo com uma análise do cenário dos

aplicativos de *tablets* de jornais de 2016, através da observação dos aplicativos desta plataforma dos 15 maiores jornais do Brasil (ANJ, [2015])

A análise suscita investigações contextuais do jornalismo móvel e delinea um cenário de emergência de um jornalismo de quinta geração: alheio à web, com ampliação do potencial off-line, móvel e com características híbridas entre elementos do jornalismo impresso e digital. Esta perspectiva é colocada em diálogo com as investigações de Barbosa (2013) sobre esta nova geração de jornalismo digital, e as características de medialidade, horizontalidade e *continuum* multimídia elencadas pela autora.

A análise realizada neste artigo propõe também uma possível categorização e o subagrupamento de aplicativos que representam uma transposição do papel, outros produtos em que a “nave-mãe” é impressa e digital, assim como um grupo de aplicativos sem correspondência a outros analógicos ou digitais.

Uma vez que se parte de uma perspectiva culturalista no que se refere à tecnologia, propõe-se observar as alterações culturais e de leitura (Santaella, 2005 e Chartier, 1998), para depois partir para o entendimento das fases do webjornalismo (Pavlik, 2001 e Mielniczuk, 2003) e da emergência do jornalismo de quinta geração que se vislumbra neste cenário. Um jornalismo que não está mais na web e dialoga com características híbridas das mídias digitais e do papel, dialogando com uma audiência que vem se transformando.

Assim, este artigo sistematiza, investiga e contribui para as pesquisas relacionadas à mobilidade, jornalismo e os *tablets*, mapeando o cenário destes produtos e suas características.

### **As modificações da leitura e dos leitores**

Os produtos jornalísticos estão em diálogo com o contexto sociocultural e com uma audiência em constante mutação. O jornal começa a sua história em sua versão impressa e como diz Chartier (1998: 71), “a obra não é jamais a mesma quando inscrita em formas distintas, ela carrega, a cada vez, um outro significado”. Pensa-se nesta afirmação de Chartier (1998) no sentido de um novo significado simbólico que surge a partir da leitura em suportes diferentes. Esta transformação por qual passou também o jornal impresso altera a identidade do meio a partir de sua materialidade: “a evolução do jornal é também marcada pelas modificações inerentes às definições de seu suporte” (Dalmonte, 2009: 57).

Na história, a transição do códex para os livros e jornais impressos com certeza foi um marco na revolução da leitura:

No início da era cristã, os leitores dos códex tiveram que se desligar da tradição do livro em rolo. Isso não fora fácil, sem dúvida. A transição foi igualmente difícil, em toda uma parte da Europa do século XVIII, quando foi necessário

adaptar-se a uma circulação muito mais efervescente e efêmera do impresso. Esses leitores defrontavam-se com um objeto novo, (...) que, ao mesmo tempo, supunha o domínio de uma forma imprevisível, implicando técnicas de escrita ou de leitura inéditas (Chartier, 1998: 93).

Cognitivamente, para Santaella (2004), este leitor de livro é um leitor contemplativo, que corresponde a uma era pré-industrial, nasce no Renascimento e se perpetua até meados do século XIX. Para ela (2004: 24), “a leitura do livro é essencialmente contemplação e ruminância, leitura que pode voltar páginas, repetidas vezes, que pode ser suspensa imaginativamente para a meditação de um leitor solitário e concentrado”. É este o leitor dos primeiros jornais impressos.

Na era industrial, nascem o telégrafo, os jornais, o que Manovich (2001) chama de velhas mídias. Santaella (2004) também enfatiza a industrialização no processo evolutivo de mudança destes leitores e define este leitor (das velhas mídias) como leitor movente, fragmentado. Em sua definição, ele é um leitor intermediário entre o dos livros e o das telas, e lê de forma diferente do primeiro: este é o “leitor de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos, leitor de direções, trações, cores, (...)”.

Com a internet e os computadores pessoais, o cenário se modifica novamente. A internet e a web respondem à demanda cultural latente por informações ubíquas. A partir de 1994, quando a internet deixou de ter uso somente militar e passou a ser também comercial, a comunicação jornalística (midiática) passou a ser digital, e os suportes físicos, como os jornais, passaram a ter também seu conteúdo representado em bits. Como afirma Pellanda (2001), os jornais foram os primeiros veículos comerciais a utilizar a internet para os seus conteúdos, fazendo sites e postando reportagens diariamente. Para o jornalismo, a plataforma traz a possibilidade do hipertexto e da instantaneidade, sendo ferramenta importante para a difusão noticiosa:

(...) o computador é um complemento perfeito para o jornal impresso. Ele permite que a indústria de notícias existente entregue seu produto em tempo real. Isso aumenta enormemente a quantidade de informações que podem ser disponibilizadas, incluindo arquivos, mapas, gráficos e material de apoio (Gilder, 1994: 139, tradução nossa).

Entre estas mudanças de leitura e suporte, Chartier (1998: 93) afirma que a revolução digital foi a mais brutal, pois, segundo ele, tudo é tão novo que não há processo de aprendizagem que seja transmitido de uma geração a outra:

É por isso que esta revolução, fundada sobre uma ruptura da continuidade e sobre a necessidade de aprendizagem radicalmente novas, e portanto de um

distanciamento em relação aos hábitos, tem muito poucos precedentes tão violentos na longa história da cultura escrita.

A afirmação de Chartier deste “ineditismo cognitivo” é discutível, uma vez que, segundo Santaella (2004), as aptidões cognitivas do leitor movente geraram alguns precedentes para a formação deste leitor digital, o imersivo. Por outro lado, certas aptidões tiveram também que ser inteiramente aprendidas por este novo leitor:

O fluxo sequencial do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais radicalmente visíveis, como no livro que encerra, no interior de sua encadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor de embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica: todos estes traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução das estruturas do suporte material do escrito assim como das maneiras de ler (Chartier, 1998: 12-13).

Chega-se ao leitor que Santaella (2004: 33) define como o imersivo, virtual, aquele que está “em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, músicas, vídeos, etc.”. É importante destacar que os três perfis de leitores citados convivem no cenário atual, e que a relação dos leitores com os suportes e a informação se alteraram, porém, o processo não é homogêneo.

### ***Os leitores e as fases do webjornalismo***

A partir das reflexões das alterações de leitura e dos leitores, é possível pensar que também as transformações do webjornalismo levaram em conta processos culturais e cognitivos. Pesquisadores têm dividido o webjornalismo em fases. Pavlik (2001) o faz colocando em ênfase o modo de produção das notícias e o produto final. Para ele, no primeiro estágio, os jornais somente republicam seus conteúdos da “nave-mãe” (Pavlik, 2001: 43, tradução nossa) no on-line. No segundo estágio, os jornais já publicam conteúdos originais e os complementam com fotos, vídeos, hiperlinks, etc. Para ele, o terceiro estágio é identificado por conteúdos produzidos especificamente para a web, pensando-a “como um novo meio de comunicação” (Pavlik, 2001: 43, tradução nossa) e tirando, mais amplamente, proveito das possibilidades da rede.

Mielniczuk (2003) propõe uma divisão enfocando o produto, mas que pode ser expandida também no sentido da produção. Nesta perspectiva, a primeira fase foi uma mera transposição. Como afirma a autora (2003: 8):

Os produtos desta fase, em sua maioria, são simplesmente cópias para a *web* do conteúdo de jornais existentes no papel. A rotina de produção de notícias é totalmente atrelada ao modelo estabelecido nos jornais impressos e parece não haver preocupações com relação a uma possível forma inovadora de apresentação das narrativas jornalísticas. A disponibilização de informações jornalísticas na *web* fica restrita à possibilidade de ocupar um espaço, sem explorá-lo enquanto um meio que apresenta características específicas.

A segunda fase aparece no final dos anos 1990 e começa a utilizar as possibilidades da rede, apesar de ainda muito ligada ao jornalismo impresso. Esta seria a fase da metáfora (Mielniczuk, 2003), em que os hiperlinks passam a ser utilizados.

Para a autora, a terceira fase é a da exploração das características do suporte web: “O cenário começa a modificar-se com o surgimento de iniciativas tanto empresariais quanto editoriais destinadas exclusivamente para a Internet. São sites jornalísticos que extrapolam a ideia de uma versão para a web de um jornal impresso já existente” (Mielniczuk, 2003: 9).

Relacionando isto aos leitores de Santaella (2004), esta primeira transposição parece estar ligada ainda de alguma forma àquele leitor contemplativo, conservando características lineares, apesar de o texto já estar disposto em uma tela. A segunda fase encontra suporte em um leitor movente. E a terceira fase poderia ser relacionada ao leitor imersivo. Esta abordagem leva a concluir que o processo de transformação do webjornalismo dialoga com este processo de transformação de leitura e leitores. A transição do papel para a web tem fases transitórias que dialogam com os três tipos de leitores — que convivem no contexto contemporâneo, assim como convivem as iniciativas digitais de diferentes etapas do webjornalismo, corroborando a perspectiva de que todas estas transformações têm uma base essencialmente cultural e de transição.

Nesta sequência evolutiva, Barbosa (2008) fala em um webjornalismo, ou ciberjornalismo de quarta geração, em que as bases de dados têm papel fundamental neste contexto convergente. Para a autora (2008: 9), “o cenário no qual emerge a quarta geração do ciberjornalismo é marcado pela consolidação das bases de dados como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência jornalística”. Barbosa destaca a propagação de plataformas móveis, da geolocalização, das equipes mais especializadas, das narrativas multimídias, entre outras características que contextualizam o cenário emergente desta nova geração de ciberjornalismo. Santi (2009: 187), em uma apropriação da temática da autora, compila o conceito:

(...) o webjornalismo de quarta geração (4G) vai se utilizar de banco de dados que, devido à tecnologia internet, junto com as linguagens de programação

muito dinâmicas, passaram a gerar páginas que somente existem devido às solicitações do usuário ao navegá-las; e/ou telas que podem apresentar áreas de informações flexíveis em estruturas que possibilitam a correlação de dados e de campos informativos.

As bases de dados amplificaram as possibilidades de navegação, impulsionando um jornalismo digital em que há correlação entre os conteúdos, o que Barbosa (2008: 7) chama de “inter-relacionamento/hiperlinkagem”. Além desta característica, a autora destaca também a dinamicidade, automatização, flexibilidade, densidade informativa, diversidade temática e visualização.

O ciberjornalismo ou webjornalismo de quarta geração dialoga com o cenário vigente de múltiplas telas, da mobilidade, mas não se detém sobre as apropriações e iniciativas específicas deste âmbito móvel. Esta geração coloca as bases de dados em evidência como um propulsor de mudanças, que estão, como afirma Barbosa (2008), em consonância com necessidades sociais, utilizando como referência o pensamento de Williams (2005), visão da qual este artigo também se apropria.

No entanto, estas quatro divisões parecem não corroborar mais a amplitude de produtos do jornalismo digital. Diz-se jornalismo digital, pois publicações como as de *tablet* encontram suporte na internet, mas não estão mais diretamente ligadas à World Wide web. A nomenclatura webjornalismo trazia a ideia de produtos dependentes diretamente deste espaço digital fechado em si mesmo, em que o “www” regia as linguagens, o espaço e inclusive certas características de formatação e design. Um período em que a internet comercial era majoritariamente a web. Sobre este período, Salter (2003: 119, tradução nossa) comenta:

A web foi inicialmente apenas uma parte da Internet, que ligava documentos de texto através de hiperlinks. O *Hypertext Mark-up Language* [HTML] e o *Hypertext Transfer Protocol* [HTTP] utilizados para o www envolveram tanto a Internet que agora a web pode ser utilizada para acessar a maior parte dos outros aplicativos de Internet. Desta forma, a web não somente tornou o acesso à Internet disponível para milhões de pessoas mais do que qualquer outra aplicação de Internet, mas também tornou a Internet mais simplificada em um sentido técnico, e reduziu o número de aplicativos separados requeridos para acessá-la. Além disso, a web é hoje o principal ponto de acesso à Internet, a aplicação com que as pessoas são mais familiares.

Este cenário, porém, não dialoga mais com o contexto atual. A web impulsionou a expansão da internet comercial como algo delimitado (com utilização padrão e linguagem “www”) ao mesmo tempo em que abrangente (possibilitando a inclusão de páginas de diversos assuntos em um universo sem fim). O termo webjornalismo

se vincula a um período em que a informação jornalística estava disponibilizada digitalmente de forma majoritária em páginas de sites na web.

Os aplicativos móveis e a chamada “internet das coisas”, que estão sendo popularizados pelos QR Codes e etiquetas de RFID, ampliam esta noção de internet. Hoje a web é apenas uma fatia da internet, que figura como um universo amplo de possibilidades, com aplicativos móveis situados fora do espaço da web, e a própria internet das coisas, em um cenário em que a cada dia podem surgir novos usos e apropriações para a rede mundial que conecta computadores e dispositivos eletrônicos.

A modificação do papel hegemônico da web na internet se mostra em dados, uma vez que já no ano de 2011, a utilização dos aplicativos móveis superou o uso da web tanto em dispositivos móveis como em computadores nos Estados Unidos (MDG Advertising Agency, 2012, compilados pela Flurry Analytics).

Os termos jornalismo digital e ciberjornalismo dialogam com esta perspectiva atual de produtos digitais, sendo utilizados como sinônimos. Considera-se aqui que o termo jornalismo digital traz uma abordagem mais ampla, com utilização frequente para além da América Latina e englobando quaisquer apropriações jornalísticas que se situem no universo digital, conectado ou não. É importante pensar que em certos aplicativos *mobile*, não é mais preciso estar conectado para fazer a leitura dos conteúdos, sendo necessária conexão à internet somente para a sua atualização. Assim, deixa-se de certa forma o âmbito do ciberespaço: sua existência é dependente da internet (para atualização), mas sua leitura/visualização pode estar alheia à conectividade, mesmo que haja ainda perda de alguns conteúdos que necessitem de conexão, como hiperlinks e vídeos.

Barbosa (2013) também vislumbra a emergência de uma quinta geração do jornalismo digital, com características próprias, pesquisa utilizada aqui como complementar à análise empírica proposta a seguir.

### **A emergência do jornalismo digital de quinta geração**

Como evidenciado, a reflexão teórica indica a emergência de um possível novo estágio do jornalismo digital. No entanto, para a investigação destas características e suas particularidades, uma abordagem complementar empírica se mostra importante.

Para tanto, além da observação qualitativa do cenário, especificamente da publicação *The Daily*, sobre a qual a autora realizou sua dissertação de mestrado, tendo a investigado por dois anos, buscou-se acesso a pesquisas que também se debruçavam sobre aplicativos jornalísticos para *tablets*. Como base, utilizou-se o relatório realizado pelo Laboratório de Pesquisa em Mobilidade e Convergência Midiática (Ubilab) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), que elencou o modo de entrega, o formato da edição e o modelo de cobrança de 74 *apps* de jornais para *iPad*, escolhidos a partir de sua relevância mundial e nacional no mercado da

mídia, e da qual esta autora participou da pesquisa (Pellanda et al., 2013). A partir do relatório, sistematizaram-se as características destes aplicativos presentes no relatório e realizou-se um diálogo destes aspectos e o cenário brasileiro, através da análise adicional dos 15 maiores jornais do Brasil segundo a ANJ ([2015]), dos quais 10 possuem aplicativos para *tablets iPads*. Estes 10 aplicativos analisados em abril de 2016 compuseram o *corpus* empírico da pesquisa juntamente com o relatório mencionado.

Em diálogo com a perspectiva da emergência de um jornalismo de quinta geração, Barbosa (2013: 41) afirma que “o Paradigma Jornalismo em Base de Dados é balizador para inferirmos a existência de uma quinta geração de desenvolvimento para o jornalismo nas redes digitais”. A autora (2013: 43) destaca características no que se refere aos meios, utilizando o conceito de medialidade de Grusin (2010), horizontalidade e “integração de processos e produtos no continuum multimídia dinâmico”. A pesquisa da autora debruça-se também sobre os produtos e destaca as aplicações “autóctones” como as de maior potencial inovador, as quais relacionam-se com o último grupo de produtos elencados acima, chamados aqui de edições digitais.

Assim, como indicado por Barbosa (2013) e apontado pela autora deste artigo em sua dissertação de mestrado (Nunes, 2013), a reflexão teórica e análise contextual possibilitam a identificação da emergência de um novo estágio do jornalismo digital, cujas características estão ligadas às iniciativas móveis. Os produtos desta geração possuem particularidades e apresentam possibilidades jornalísticas não pertencentes às outras quatro gerações. A partir da análise, pode-se afirmar que caminhamos para uma quinta geração de jornalismo digital, cujas características estão ligadas às iniciativas móveis e já possuem certos delineamentos possíveis de serem vislumbrados a partir do produto/*apps* dos jornais:

- independência do espaço web;
- mobilidade;
- amplificação do potencial off-line: conectividade com relevância para atualização e *download* de novas edições, mas não mais para a leitura/visualização. Há uma expansão da capacidade de leitura off-line, como no *The Daily*, em que se pode ler toda a edição off-line. No entanto, links, vídeos e dados ao vivo não podem ser acessados. Há dependência, porém com menor intensidade;
- construção visual, de organização de conteúdo, hierarquização noticiosa e design gráfico com forte influência dos veículos jornalísticos de papel. Esta referência dialoga com influências digitais da própria web, tornando-se um híbrido entre estes dois.

Neste universo de iniciativas jornalísticas *mobile* nos *tablets*, vislumbra-se também segmentações:



- edições que são réplicas do papel ou de sites na web;
- edições digitais que possuem características do papel, mas ainda dialogam com a infinidade de conteúdo que a internet disponibiliza (as quais chamaremos de webmóveis); e
- edições digitais que, além destes atributos, adicionam a questão da finitude — possibilidade de se vislumbrar um caminho a seguir e a possibilidade de esgotar o conteúdo ali compilado —, sugerindo uma linearidade de leitura em que é possível visualizar o início, meio e fim das edições.

Todas são consideradas aqui como edições digitais móveis do jornalismo de quinta geração, porém elas são divididas nos subgrupos mencionados acima.

Na categorização aqui realizada a partir do relatório já mencionado (Pellanda et al., 2013), as edições do primeiro subgrupo dialogam com a questão da adaptação. Um exemplo é o Sunday Examiner, de São Francisco:



Sunday Examiner do dia três de junho de 2012.  
Fonte: Reprodução (2012).

A edição digital é uma réplica da edição impressa, sem interação ou conteúdo extra, veiculada digitalmente em formato PDF. No processo produtivo, dentro das redações, a página diagramada digitalmente segue dois caminhos: para a gráfica, para ser impressa; e para o universo digital, ficando disponível nos dispositivos móveis e por vezes também na web. A “nave-mãe” deste processo são as edições impressas.

Situam-se aqui, ainda, os aplicativos com características semelhantes a sites da web, que se constituem apenas em uma adaptação ou mesmo em uma transposição deles para o formato *mobile*, doravante denominados webmóveis. No relatório (Pellanda et al., 2013), o aplicativo do Chicago Sun-Times é um exemplo deste modelo.



Chicago Sun-Times do dia 27 de dezembro de 2012.  
 Fonte: Reprodução (2012).

Em diálogo com o cenário nacional e a amostragem complementar dos 10 aplicativos selecionados a partir dos 15 maiores jornais do Brasil (ANJ, [2015]), percebe-se que esta categoria representa a maioria destas iniciativas brasileiras. Os aplicativos dos jornais O Globo, Super Notícia (através do *app* do O Tempo), Extra, Aqui (MA), O Tempo e Dez Minutos possuem uma versão PDF sem interatividade, análogo ao oferecido pelo The Sunday Examiner.



Captura de tela da edição de 13 de abril de 2016 nos *apps* do O Globo, Super Notícia e Aqui (MA).  
 Fonte: Reprodução (2016).

O aplicativo da Folha de S. Paulo para *iPad* não oferece o PDF, mas uma solução webmóvel semelhante ao disponibilizado pelo Chicago Sun-Times, como mostrado abaixo.



Captura de tela do aplicativo da Folha de S. Paulo de 22 de abril de 2016.  
Fonte: Reprodução (2016).

Agregando influências da web e do papel, constitui-se o segundo segmento, do qual fazem parte os PDFs interativos, como o do jornal italiano Corriere Della Sera:



Captura de duas telas do Corriere Della Sera de 4 de julho de 2012.  
Fonte: Reprodução (2012).

Da mesma forma, o cenário mundial de 2012 e o nacional de 2016 ainda dialogam. Um exemplo deste modelo é o lançamento em novembro de 2015 do aplicativo denominado Jornal Digital da Zero Hora, publicação do estado do Rio Grande do Sul. Este novo aplicativo convive com o antigo, que é um exemplo de hibridismo entre a web e o papel e que pode ser relacionado com a categoria webmóveis. Este *app* Jornal Digital, como o nome já diz, é focado no impresso, na edição digital dele: uma compilação de notícias em formato que tem na sua base a diagramação e a herança cultural do papel e que possui algumas interatividades digitais.

Além da réplica interativa do jornal de papel, o jornal disponibiliza uma edição exclusiva de *iPad* chamada ZH Noite. Mesmo sem correspondente direto em papel, a diagramação do jornal é análoga ao da ZH matutina de papel. Assim, as duas edições se enquadram nesta categoria de PDF interativo, em um híbrido das características do papel e do digital (web).



Captura de telas do *app* Jornal Digital da Zero Hora de 13 de abril de 2016 (PDF interativo da edição matutina impressa).



Captura de telas do *app* Jornal Digital da Zero Hora de 13 de abril de 2016 (PDF interativo da edição exclusiva para *iPad* Noite).

Fonte: Reprodução (2016).

Além da Zero Hora, o Estado de S. Paulo (Estadão) também utiliza o formato de PDF interativo, assim como o Estado de Minas. Dos 10 aplicativos da amostra dos jornais nacionais de 2016, três utilizam este formato.

Edições como esta ainda têm como “nave-mãe” (Pavlik, 2001) a edição impressa, mas já passam a utilizar certas possibilidades pelo fato de o conteúdo estar distribuído em um dispositivo móvel e sensível ao toque, possibilidades que, por exemplo, o *iPad* oferece. A utilização deste recurso ainda é rudimentar. Agrega-se ao PDF do jornal uma “camada” de conteúdo digital: no lugar de fotos, adicionam-se galerias de fotos ou adicionam-se links, e uma vez que se clique na reportagem, pode-se lê-la através de um *pop-up*, em que pode ser oferecida, adicionalmente, a possibilidade de aumentar ou diminuir a fonte do conteúdo.

Ainda neste grupo, há as edições digitais que possuem características do papel, mas dialogam com a infinidade de conteúdo que a internet disponibiliza, da qual fazem parte aplicativos mostrados no relatório (Pellanda et al., 2013) como o do jornal The New York Times.



Aplicativo The New York Times de 25 de novembro de 2012.

Fonte: Reprodução (2012).

O aplicativo móvel para *tablets* se apropria de referências do impresso e da web: conserva a característica de atualização e a quantidade de conteúdo da web, mas preserva *layout* e virada de páginas alusivas ao papel. É possível navegar por bastante tempo e continuar acessando conteúdos originais, principalmente na seção *Top news*, que possui capa parecida com o site do jornal na web. Há uma hierarquia de leitura definida a cada nova página com características gráficas que lembram uma página impressa, em que se apresentam diversas notícias que podem ser expandidas, através do toque, para leitura completa. Não é possível identificar a extensão dos conteúdos ali disponíveis e nem o número de telas ou páginas com notícias.

Nesta categoria, pode ser relacionado também o aplicativo original de ZH, que convive com o do Jornal Digital.



Aplicativo da Zero Hora em 22 de abril de 2016.

Fonte: Reprodução (2016).

A semelhança entre os dois tipos integrantes desta segmentação é a combinação de características do papel e da web. No primeiro, o papel estabelece o ponto de partida para a adição de conteúdos extras que possuem características inspiradas na web (janelas que abrem *pop ups*, links, vídeos). A web aparece como uma camada complementar ao jornal de papel. No segundo, a web parece ser a base, havendo uma inspiração de diagramação e cores que lembra o impresso, assim como viradas de páginas ou telas. A união entre o impresso e o digital representa o conceito que une estas edições em um único segmento. A “nave-mãe” das iniciativas é uma mescla entre a web e o jornal impresso.

A terceira segmentação deste jornalismo digital de quinta geração são as edições híbridas: neste grupo, não há mais uma “nave-mãe”, sendo este produto nativamente móvel e digital. As páginas buscam utilizar, de forma mais completa e efetiva, as potencialidades do dispositivo com tela sensível ao toque, ao mesmo tempo em que misturam influências analógicas e digitais de maneira tão entrelaçada que se torna um produto híbrido. Da aglutinação, nasce uma nova forma.

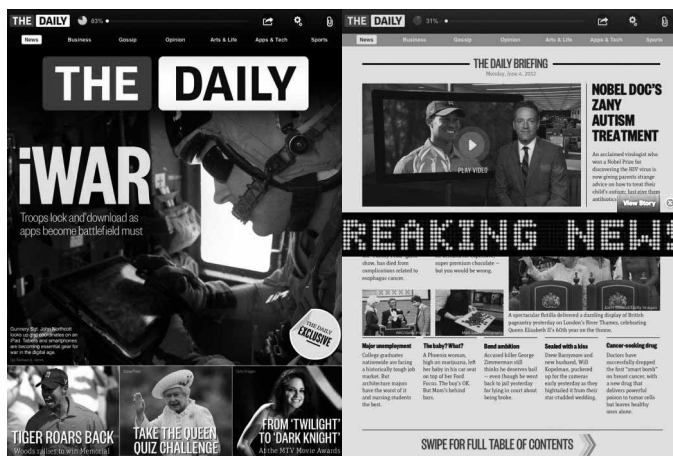
Neste segmento, podem-se citar aplicativos móveis como o Flipboard: o agregador de conteúdo nascido em 2010 se diz em “uma missão para transformar a maneira como as pessoas descobrem, enxergam e compartilham conteúdo, combinando a beleza e facilidade do impresso com o poder das mídias sociais” (Flipboard, 2012). O aplicativo assemelha-se a uma revista com páginas delimitadas, que podem ser “viradas”, em uma analogia ao que se faz no papel, e com diagramação também análoga a materiais impressos, como o próprio Flipboard afirma. A revista digital está disponível somente digitalmente e não possui material correspondente ou similar impresso. Além disso, possui lógica própria, sendo uma edição personalizada para cada indivíduo. Esta seria

uma vertente deste cenário digital: a dos agregadores de conteúdo da quinta geração, dos quais a “nave-mãe” de que fala Pavlik (2001) é a própria rede e as preferências/escolhas de cada um. É personalizado e segue uma lógica própria.



Aplicativo Flipboard.  
Fonte: Reprodução (2012).

Ainda nesta categoria, pode-se citar o aplicativo The Daily, nascido especificamente para o iPad em fevereiro de 2011 e disponibilizado até o final de 2012.



The Daily em quatro de junho de 2012.  
Fonte: Reprodução (2012).



Em ambos os exemplos, há uma hierarquia de notícias que começa a se estabelecer na capa (semelhante a uma revista e com função remissiva). Há também uma ordem de leitura que foi pré-concebida e que é sugerida ao leitor, ou seja, é estabelecida uma ordem progressiva de páginas. Assim, este grupo possui dois sub-segmentos, o dos agregadores de conteúdo, como Flipboard, e o das publicações jornalísticas, com conteúdos compilados pelos próprios periódicos.

O The Daily se encaixa nesta segunda sub-segmentação e foi a primeira publicação exclusivamente móvel e sem versão impressa similar ou idêntica em papel pensada diretamente para *tablets*. Nele, além das características já citadas, adiciona-se a questão da finitude – da possibilidade de se vislumbrar um caminho a seguir e a possibilidade de esgotar o conteúdo ali compilado, sugerindo uma linearidade de leitura em que é possível visualizar o início, meio e fim das edições. A leitura é prevista para iniciar na capa e terminar na última tela, a qual, uma vez que é novamente virada, retorna à capa, como um ciclo que se encerra. A influência do papel se materializa também na questão de ser possível identificar a extensão da edição, apesar da sua imaterialidade. Estes aplicativos podem ter algumas atualizações durante o dia ou apenas uma grande atualização diária (como no caso do The Daily), tendo outros *updates* menores no decorrer das 24h. Com uma finitude vislumbrada por período prolongado, essas publicações diferenciam-se daquelas em que os conteúdos ali disponíveis são ilimitados e atualizados a intervalos pequenos.

Fazendo a relação entre os aplicativos analisados no relatório (Pellanda et al., 2013) e a amostragem brasileira de 2016 analisada pela autora, pode se relacionar nesta categoria apenas um aplicativo/iniciativa digital. O aplicativo do Estado de S. Paulo possui uma edição noturna exclusiva digital, mas que, ao contrário de ser um PDF interativo ou ter diagramação análoga ao papel, possui semelhanças com o design arrevistado do The Daily, apostando em uma nova identidade visual (e cultural) para o ato de ler a publicação.



Captura de tela do Estadão Noite de 13 de abril de 2016.  
Fonte: Reprodução (2016).

## Conclusão

O jornalismo de quinta geração que emerge a partir dos dispositivos móveis e de mudanças culturais de leitura delinea-se com fortes bases no jornal impresso, com hibridismo entre as características da web e dos meios móveis. Evidencia-se uma tendência dos jornais móveis a posicionarem seus produtos digitais como forma complementar de distribuição de um veículo material (off-line), e isto se faz muito presente no cenário nacional e se materializa na análise dos aplicativos brasileiros.

No entanto, pode-se apontar alguns deslocamentos que buscam transformar estes produtos em uma experiência midiática convergente que tem sua produção e distribuição pensada diretamente para este suporte, com representantes tanto nacionais como internacionais.

Frente às diferentes apropriações presentes no jornalismo digital de quinta geração, pode-se materializar as publicações nacionais e internacionais analisadas em três grupos e com as seguintes características, conforme evidencia o diagrama a seguir:

### JORNALISMO DIGITAL DE QUINTA GERAÇÃO: CONSOLIDADO ANÁLISE INTERNACIONAL 2012-2013 E NACIONAL 2016

- Na internet, mas alheio a Web
- Móvel: mobilidade é intrínseca
- Amplificação do potencial offline
- Comunicação como experiência
- Hibridismo entre as características do papel e da Web



O jornalismo de quinta geração a partir da análise dos *apps* de *tablets*.

Fonte: a autora (2016).

Percebe-se que o jornalismo digital de quinta geração, como produto deste contexto social digital móvel, embasa-se fortemente na mobilidade e possui características específicas que perfazem não só o contexto, mas tornam possível a identificação e a divisão destes produtos digitais. As segmentações apresentadas evidenciam o desenvolvimento de iniciativas móveis jornalísticas atuais e representam experiências

das indústrias midiáticas em produzir conteúdo para as plataformas móveis, as quais crescem em uso, e podem representar um caminho em relação à crise do papel.

Finalmente, destaca-se que as mudanças nos produtos jornalísticos digitais estão relacionadas ao contexto cultural de leitura e de transformação cognitiva de apreensão de conhecimento. As fases do webjornalismo e do jornalismo digital caminham em consonância com uma mudança de leitura que traz referenciais cognitivos de outras gerações do jornalismo para apoiar e suportar culturalmente certas rupturas. Mais do que mudanças tecnológicas, as referências ao papel no jornalismo de quinta geração interligam-se com mudanças culturais de leitura e leitores.

Ana Cecília B. Nunes

Professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

Recebido em abril de 2016.

Aceito em setembro de 2016.

### Referências

- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. *Maiores jornais do Brasil*. Brasília, [2015]. Disponível em: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/> Acesso em: 12/04/2016.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Jorge Zahar Editora. Rio de Janeiro, 2000.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã: Livros Labcom, 2013.
- \_\_\_\_\_. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: *CONGRESO INTERNACIONAL DE PERIODISMO EN LA RED*, 3. Madrid: Facultad de Periodismo da Universidad Complutense de Madrid, 2008.
- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: UNESP, c1998.
- DALMONTE, Edson Fernando. *Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratextos e comunidades de experiência*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- FLIPBOARD. About. Palo Alto. 2012. Disponível em: <http://www.flipboard.com/about/> Acesso em: 24 nov. 2012
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- NUNES, Ana Cecília Bisso. *A convergência midiática e editorial no jornalismo móvel: uma análise do The Daily*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.
- MANOVICH, Lev. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2002.
- MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. *Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)*, 2003. Disponível em: [www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc](http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc) Acesso em: 20/11/2011

- PELLANDA, Eduardo Campos. *A Internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagens próprias*. 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.
- \_\_\_\_\_ et al. *Presença dos jornais no iPad*. Laboratório de Pesquisa em Mobilidade e Convergência Midiática (Ubilab). Famedcos, 2013.
- PAVLIK, John. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- SALTER, Lee. Democracy, New Social Movements, and the Internet: A Habermasian Analysis. In: MCCAUGHEY, Martha. AYERS, Michael D. (Ed.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. Nova York: Routledge, 2003.
- SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.
- SANTI, Vilso Junior Chierentin. *O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração*. ECO-PÓS. Volume 12, nº 3. 2009. *Comunicação e Política*. Disponível em: <<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348>&HYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348" page=articleHYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348"&HYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348"&HYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348" op=viewHYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348"&HYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348" path%5B%5D=292HYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348"&HYPERLINK "http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348" path%5B%5D=348"> Acesso em: 20/11/2011.
- WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. Oxford: Routledge, 2005.

## Resumo

Este artigo revisita as fases do webjornalismo (Pavlik, 2001 e Mielniczuk, 2003) e faz um paralelo com as publicações de *tablets*, em uma visão culturalista. Recapitulam-se modificações de leitura e leitores (Chartier, 1998 e Santaella, 2004) traçando interseções entre as transformações culturais e tecnológicas. Através de revisão bibliográfica e pesquisa de aplicativos de notícias para *tablets*, propõe-se a emergência de um jornalismo digital de quinta geração: publicações com independência da web, mobilidade, amplificação do potencial off-line e construção visual, hierarquia noticiosa e design gráfico com forte influência dos jornais de papel. Dialoga-se com Barbosa (2013) que também aponta para um jornalismo digital de quinta geração e suas particularidades. A partir da pesquisa, é proposta uma categorização dos *apps*: um grupo que representa uma transposição do papel; produtos em que a “nave-mãe” é impressa e digital; e um outro de aplicativos nativamente móveis sem correspondência direta a produtos analógicos ou digitais.

## Palavras-chave

Comunicação Social. Jornalismo digital de quinta geração. Mobilidade. Convergência.

## Abstract

*Fifth Generation of digital journalism: Publications for tablets in dialogue with the development of the web*  
This article revisits the stages of webjournalism (Pavlik, 2001; Mielniczuk, 2003) and makes a parallel with tablet publications, in a culturalist perspective. In doing that, modifications of readership and readers (Chartier, 1998 and Santaella, 2004) are recapitulated tracing intersections between cultural and technological changes. Through literature review and analysis of tablet's news apps, it is proposed the emergence of a fifth generation of digital journalism: publications with web independence, mobility, amplification of off-line potential and visual construction, news hierarchy and graphic design with strong influence from the print newspapers. It revisits Barbosa (2013) that also points to a fifth generation of digital journalism and its particularities. From the research, it is proposed the following categorization of news apps: applications that represent a transposition of the paper; other products, which have print and digital “mothership”; a group of standalone apps, which have no correspondence to other analog or digital media outlets.

## Keywords

Social Communications. Fifth generation of digital journalism. Stages of webjournalism. Mobility. Convergence.