

As novas possibilidades do jornalismo transmídia: Um estudo de caso do Uol Tab¹

Lorena Aracelly Cabral de OLIVEIRA²

Valquiria Aparecida Passos KNNEIP³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Analisaremos as reportagens especiais Uol Tab do portal de notícias UOL, sob a ótica do jornalismo transmídia, buscando entender sua linguagem e elementos empregados. O instrumental metodológico baseou-se em pesquisa bibliográfica e estudo de caso. A motivação e justificativa deste estudo se deve a estrutura que propõe uma nova forma de fazer jornalismo e apresentar conteúdos, onde a informação, a interatividade e o formato multimídia contribuem como representação deste novo cenário midiático. Os fundamentos teóricos basearam-se em autores como Jenkins e Renó e Flores com foco em narrativa transmídia e jornalismo transmídia.

PALAVRAS-CHAVE: Uol Tab; jornalismo transmídia; interatividade; multimídia.

INTRODUÇÃO

Atualmente não utilizamos apenas os meios de comunicação tradicionais como TV, Rádio e Jornal impresso para se informar sobre o que acontece no mundo. A informação disponível na Internet representa um novo meio para a prática do jornalismo, com potencialidades que o formato impresso não dispõe, possibilitando a combinação de vários formatos num mesmo meio.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 diz que 67% dos brasileiros utilizam a internet para se informar. As mudanças ocorridas ao longo dos anos têm apontado um novo panorama no jornalismo ao indicar o crescimento de novos hábitos de leitura. Ferreira e Palácio (1987), defendem que o processo de leitura é dotado de uma série de opções. O leitor não responde simplesmente aos estímulos do meio, e sim desenvolve estratégias para trabalhar com o texto de tal maneira que seja possível compreendê-lo. Algo possibilitado pelo advento da Internet onde imagens, sons, infográficos e até games contribuem dando sentido para as novas práticas informativas.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio, TV e Internet do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFRN, email: lorycaoly@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFRN, e-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br.

O conteúdo jornalístico tradicional disponível na internet somente em forma de texto adaptou-se as novas possibilidades que a tecnologia oferece criando uma nova capacidade de informar de maneira mais dinâmica unindo diversos suportes para a construção do que Jenkins (2008) vem a chamar de narrativa transmídia.

Segundo Jenkins, “uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (2008, p. 138). Assim a história central serve como ponto de partida para o progresso de todos os novos rumos, porém, cada novo texto é independente em relação ao entendimento da história.

A união da informação com o formato multimídia constituem a fórmula para a criação do Uol Tab. Buscando inovar na criação de conteúdo jornalístico com uma nova roupagem o portal UOL permite que o usuário tenha experiências variadas ao acessar a reportagem. Construir com êxito uma mídia que reúne conteúdo de qualidade em formatos criativos, com temas interessantes e interativos, para Ferrari, só é possível se compreendermos as mudanças ocorridas no meio:

Entender o poder da mídia é o primeiro passo para a construção de produtos inovadores e instigantes do ponto de vista editorial. Conteúdo original é necessário quando se busca uma audiência significativa para o produto e não simplesmente marcação de território na Internet. (FERRARI, 2004, p. 52).

As inúmeras possibilidades comunicacionais presentes na atualidade contribuíram para o que Renó e Flores (2012) denominam de jornalismo transmídia que “é a notícia contada a partir de diversas histórias (independentes), em distintos meios (e linguagens) que em conjuntos oferecem uma nova história passível de comentários e circulação por redes sociais em dispositivos móveis” (RENÓ; FLORES, 2012, p. 87). Características presentes no projeto do portal Uol que será identificado nessa pesquisa como Uol Tab.

A análise justifica-se em virtude da importância de estudar essa nova forma de fazer jornalismo e apresentar conteúdos levando em consideração a união de novos suportes. Assim, podemos pensar que a forma como a informação é apresentada, mais ágil e visualmente diferente com a adição inclusive de publicidade dentro do projeto produz conteúdo relevante e contribui para as diversas experiências do público com a notícia.

Quanto à metodologia empregada nessa pesquisa, a coleta de dados se deu por levantamento bibliográfico, e foi desenvolvida partir de material já elaborado pertinente ao tema, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Quanto à técnica, esta pesquisa se utilizou do estudo de caso que, segundo Gil é “[...] estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado [...]” (GIL, 2008, p. 57). O Uol Tab se enquadra nestes fenômenos contemporâneos, pois realiza de forma inovadora a prática do jornalismo transmídia em portal de Internet no Brasil, sendo relevante o estudo e acompanhamento do mesmo.

Uma Proposta de Jornalismo Transmídia

O jornalismo transmídia, como cita Tárzia (2013), atua como uma adequação da tática de utilizar estrategicamente várias plataformas para narrar uma notícia de forma complementar, com engajamento dos chamados prosumidores (aqueles que não apenas consomem, mas também produzem e disseminam informação na rede, ainda que esta produção seja controlada e limitada à sua própria rede de contatos).

Fato comprovado pelo Reuters Institute⁴ em seu relatório anual 2015, o Digital News Report que afirma que os brasileiros são os que mais compartilham notícias por redes sociais/e-mail (47%); são os que mais comentam notícias por redes sociais (44%); e também, os que mais consomem notícias online (72%).

Renó e Flores (2012) ressaltam que a narrativa transmídia está um pouco distante da prática jornalística e de seus tradicionais autores. É necessário investir em maneiras distintas de apresentar as notícias, tornando-as atrativas para os jovens, os principais leitores do amanhã. Estes possuem hábitos de navegação diferentes, com acessos a conteúdos audiovisuais, animados e interativos diferentes dos chamados usuários tradicionais. Levando em consideração que “a execução de uma narrativa transmídia no jornalismo deve ser pensada, tendo sempre como base o interesse que ela despertará no público” (DINIZ, 2011, p. 11)

É notório que ao evocarmos jornalismo transmídia devemos pensar em uma história com inúmeras possibilidades e mídias que ela possa ser inserida. Ford (2007) ressalta a importância de uma notícia transmídia:

⁴ Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/> Acesso em: 10 jul 2015.

O propósito de uma notícia transmídia é informar os leitores da melhor maneira possível, e utilizando uma combinação de formas de mídias para fazê-lo absorver a informação que faça sentido em um mundo no qual tais parcerias estão se tornando plausíveis em todas as plataformas de conteúdo, e a publicação na internet fornece os meios pelos quais se pode montar um pacote de texto, áudio, vídeo e imagens em uma cobertura de alcance global (FORD, 2007).

O planejamento e a execução de uma narrativa transmídia no jornalismo podem e devem ser contadas em diferentes ferramentas midiáticas. Uma de suas principais características é a interatividade, o leitor pode participar espalhando espontaneamente em suas redes sociais, ampliando o alcance desta para além do veículo que a gerou ampliando o alcance desta para além do veículo que a gerou.

Dito isso, é preciso traçar um roteiro de navegação da reportagem transmídia, para isso Renó (2011) sugere a criação de um Fluxograma Algorítmico Circular Rizomático, que tem como principal função idealizar como serão contadas as histórias e em quais canais. Renó (2011, p. 15) afirma que “é um roteiro visual que permite experimentar os distintos caminhos dos conteúdos e as relações entre eles para depois produzir de forma mais eficaz”.

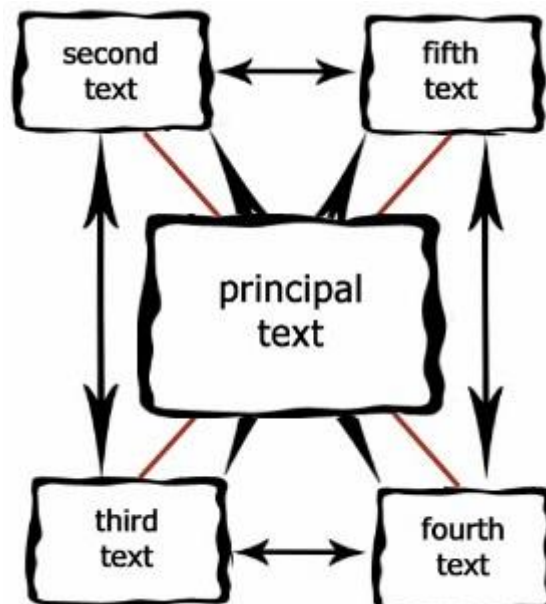


Figura 1: Fluxograma Algorítmico Circular Rizomático
 Fonte: RENÓ, 2011.

Com o fluxograma proposto pelos autores em mãos é preciso definir a informação principal. No jornalismo utilizamos, preferencialmente, o textual como destaca Renó e Flores (2012, p. 98) “de preferência, o texto base deve ser escrito com um resumo e também uma contextualização do tema para que o leitor mantenha interesse na leitura”, para em seguida escolher vídeos, áudios, fotos, infográficos, mapas, games, comics⁵. Todos esses elementos aliados à interatividade permitem ao usuário comentários e compartilhamento da mensagem. Algo que Jenkins (2007) já ressaltava: “cada mídia faz sua própria contribuição para o desvelamento da história”.

Tendo em mente que a notícia no jornalismo transmídia não necessita estar presente em todas as plataformas, como afirma Renó e Flores (2012, p. 98) “é importante notar que nós não precisamos de fazer os cinco fragmentos. Podemos fazer menos, se não houver um bom conteúdo para todos, e nós também podemos fazer mais fragmentos, quando os cinco não são suficientes”.

Precisamos ter em mente que a notícia/conteúdo vem em primeiro lugar, e a partir disto, o mesmo conceito deverá orientar todas as narrativas secundárias. Seguindo o roteiro proposto pelo fluxograma, utilizamos a prática conhecida como *webwriting* que é “o conjunto de técnicas para a distribuição de conteúdo em ambientes digitais” (RODRIGUES, 2001, p.5), adaptando a notícia às diferentes plataformas.

A Nova Proposta do Uol Tab

Fundado em abril de 1996 e pertencente ao Grupo Folha, o portal Universo Online, mais conhecido como UOL, o pioneiro em conteúdo noticioso online no Brasil. Segundo o seu site⁶, o UOL possui mais de 7,4 bilhões de páginas vistas todos os meses e sua *home page* recebe mais de 50 milhões de visitantes únicos por mês, contando com mais de 1000 canais de notícias e 7 milhões de páginas.

Criado como um novo produto editorial do portal de notícias UOL, o Uol Tab (www.tab.uol.com.br), é um conteúdo jornalístico voltado a análises profundadas de diversos temas oportunos ao cotidiano da sociedade, que abrange as áreas de

⁵ Nos Estados Unidos, os quadrinhos são comumente chamados de “comics” (abreviação de comic book), o termo deriva de “comic strips” (tiras cômicas), devido a sua origem nas tirinhas de jornal. MESSIAS, José. 2010, p. 01.

⁶ Disponível em: <http://sobreuol.noticias.uol.com.br/> Acesso em 20 jul 2105.

sustentabilidade, mobilidade, consumo, comportamento e tecnologia. O projeto multimídia com espaço para marca patrocinadora, conta com conteúdo especial, composto de textos, infográficos, imagens e vídeos.

Segundo o próprio site, a missão do Uol Tab “é entregar uma experiência única e interativa com conteúdo de alta qualidade, em formatos inovadores e com total independência editorial”. Atualizado semanalmente sempre às segundas-feiras desde 13 de outubro de 2014 e está em sua 38ª edição⁷. Estima-se que o projeto atinge cerca de 4,5 milhões de internautas que visitam a página pelo computador, e mais 1,5 milhão de internautas que acessam por dispositivos móveis como smartphones e tablets⁸.

Com formato publicitário diferenciado, o projeto apresenta apenas uma marca patrocinadora a cada semana. Os formatos utilizados são comerciais de 30 segundos e vinhetas de 5 segundos, havendo a possibilidade que a marca crie algo exclusivo. Segundo Quinn (2004), o modelo de negócios baseado na convergência jornalística promove operações comerciais conjuntas ao divulgar um produto jornalístico em outro e ao oportunizar publicidade em múltiplas plataformas. A empresa de telecomunicações Vivo foi a primeira patrocinadora a associar sua marca com o projeto, seguido da fabricante de automóveis Fiat.

A empresa Mesa & Cadeira, que cria protótipos para dilemas de inovação, esteve à frente do projeto juntamente com doze profissionais, entre brasileiros e estrangeiros com habilidades e experiências diferentes, referências em suas áreas de atuação onde metade do grupo está ligada às áreas de inovação e comunicação.

O projeto Uol Tab é finalista em duas categorias: Multimídia e Meio Ambiente do prêmio Excelência Jornalística 2015, oferecido pela Sociedade Interamericana de Imprensa a SIP, uma organização sem fins lucrativos que defende a liberdade de expressão em todas as Américas, feito que comprova o sucesso do projeto como afirma Rodrigo Flores, diretor de conteúdo do UOL, “a indicação para um prêmio tão importante confirma que estamos no caminho certo ao investir em conteúdo aprofundado sobre temas relevantes para a sociedade”⁹.

No Uol Tab, é escolhido um tema e trabalhado de maneira detalhada como uma grande reportagem multimídia contendo vários elementos: linguístico, sonoro, icônico ou

⁷Até o dia 20 de julho de 2015.

⁸ Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2014/10/13/uol-lanca-o-tab-novo-projeto-editorial-interativo.htm>. Acesso em 06 jul 2015.

⁹ Disponível em: <http://www.segs.com.br/demais/47693-uol-tab-e-finalista-do-premio-excelencia-jornalistica-da-sociedade-interamericana-de-imprensa.html> Acesso em: 06 jul 2015.

estilístico (CANAVILHAS, 2007). Diniz (2011, p. 9) diz que “a reportagem, principalmente aquela que é trabalhada como uma série especial, independentemente da mídia principal utilizada, é o gênero que mais facilmente poderia conter partes da narrativa em outras mídias”.

Das 38 reportagens transmídias analisadas no projeto Uol Tab, foram encontrados os seguintes elementos: texto, fotos ou ilustrações (algumas reportagens utilizaram ilustrações no lugar das fotografias para melhor ilustrar o texto), vídeos, áudios, infográficos, mapas, comics, testes e/ou games. No Uol Tab as 38 matérias analisadas apresentam textos, ou seja, correspondem a 21%, sendo o vídeo o segundo elemento mais utilizado presente em 14% das reportagens, seguido dos testes e/ou games com 17%, os infográficos com 15%, as fotos com 14%, em sequência ilustração presente em 7% das reportagens, áudio em 3%, mapas em 2% e o elemento comics corresponde somente a 1% das reportagens pois apareceu somente em uma.

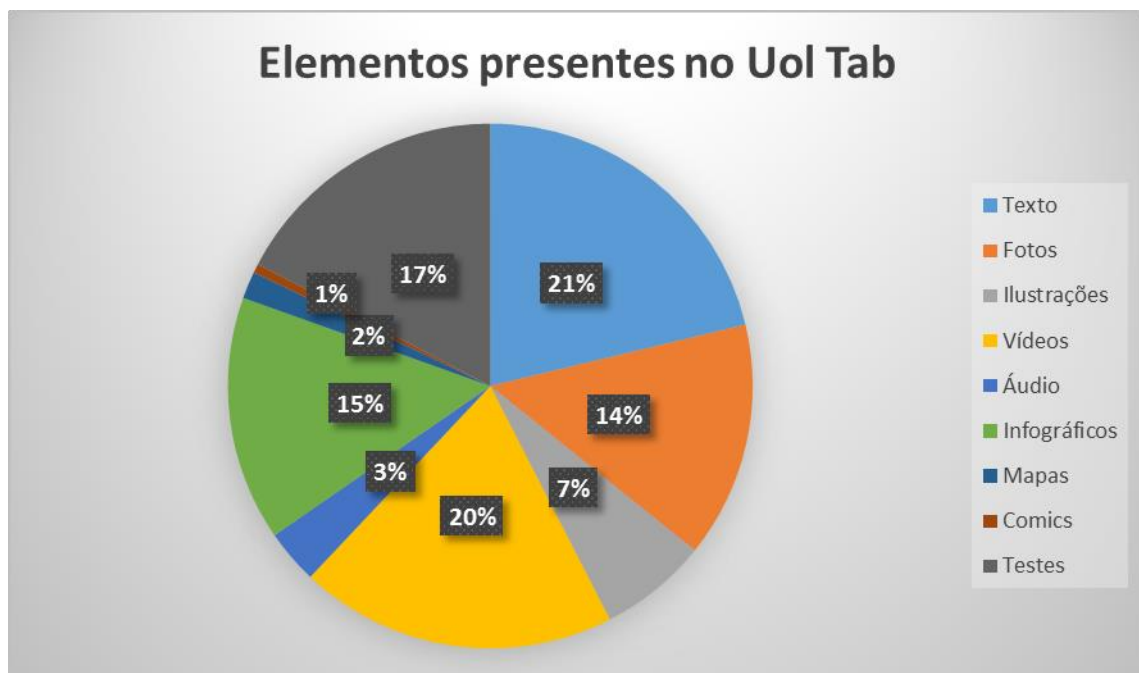


Gráfico 1: Elementos presentes no Uol Tab. Fonte: Produção Própria.

Percebemos que o projeto Uol Tab utilizou em suas 38 reportagens analisadas uma média de 5 diferentes tipos de elementos. De acordo com o gráfico, podemos verificar que

24 matérias apresentam 5 tipos diferentes de elementos. O máximo de recursos distintos utilizados nas matérias foram 6 e estiveram presentes em apenas 4 reportagens. Atentamos que somente 4 reportagens apresentam 3 diferentes tipos de elementos.

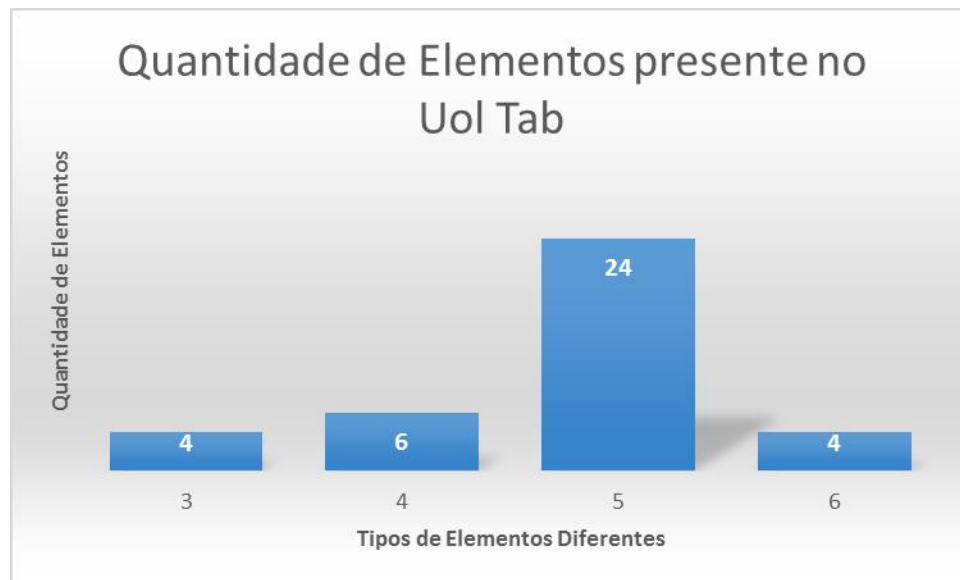


Gráfico 2: Quantidade de Elementos presentes no Uol Tab. Fonte: Produção própria

Todas as reportagens analisadas se iniciam com uma grande imagem que cobre toda a largura da tela, algumas imagens contém movimentos e tem aparência de um gif¹⁰ animado. Ao rolar a tela aparece uma publicidade de cinco segundos da patrocinadora do projeto. Para logo em seguida a reportagem ter início com um pequeno texto que apresenta o tema da semana. Esse pequeno texto apresenta as possibilidades de compartilhamento da reportagem pelas mídias sociais *facebook*, *google + e twitter*. O público ao compartilhar este conteúdo nas mídias sociais acrescenta comentários e sua experiência com a reportagem. Fechine (2014) diz que:

A cultura participativa define, nessa perspectiva, novas práticas de uso das mídias associadas, sobretudo, ao compartilhamento, à publicação, à recomendação, aos comentários, ao remix e à reoperação de conteúdos digitais (criados e disponibilizados em meios digitais, especialmente na Internet) (FECHINE, 2014, p. 11).

¹⁰ Graphics Interchange Format (Gif) é um tipo de formato de imagem utilizado na internet que é composto de várias imagens compactadas em um só arquivo para armazenar ícones e pequenas animações. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/04/o-que-e-gif.html> Acesso em 08 jul 2015.

Algumas reportagens como a de número #36 “Design na Cidade”¹¹, ao lado do texto inicial apresentam também ícones que auxiliam a navegação, recurso que demonstra a transmidialidade da reportagem. Uma vez que o leitor pode iniciar sua leitura ou experiência da maneira que julgar conveniente, já que as partes são independentes. Coimbra (1993) ressalta que o gênero reportagem reúne tantas informações que é difícil organizar todas elas em um modelo cronológico. Sendo uma das características fundamentais da reportagem transmídia é a sua estrutura fragmentada.

As fotografias seguidas do texto escrito são um dos principais elementos utilizados no projeto Uol Tab. De acordo com Ferreira (2003, p. 4) “a imagem fotográfica na web, assim como no impresso, em certas ocasiões assume o papel de texto autônomo”. Na reportagem #14 “SP Subterrâneos”¹² a imagem fotográfica aparece como elemento principal no qual foram reunidas diversas fotografias em um slideshow acompanhadas de legendas expondo os túneis existente na capital de São Paulo. Essa mesma reportagem é a única em todo o projeto Uol Tab que oferece a opção de um passeio virtual aos túneis, esse *video-tour* nos oferece a possibilidade de visualização completa dos ambientes.

Já as ilustrações são utilizadas em substituição as fotografias para traduzir artisticamente uma notícia ou opinião, ou como ressalta Hermes (2007, p. 3) quando “o assunto é uma doença, em que a ilustração traz uma iconização de caráter mais ameno, misturando aspectos da realidade com a artificialidade da arte”. Como ocorre na #13 “Tarja Preta”¹³ que fala sobre o uso descontrolado de remédios controlados conhecidos popularmente como tarja preta.

Praticamente todas as reportagens do Uol Tab contém vídeos, que em sua maioria são depoimentos de personagens que ilustram o tema. Os vídeos têm em média de três a cinco minutos de duração e diferem de uma reportagem convencional pois não apresentam repórter, passagem e off. Os vídeos exibem semelhanças com documentários, onde as personagens narram sua história em primeira pessoa intercalando com adição de imagens onde o que está sendo dito ganha maior destaque.

O recurso do áudio é utilizado com depoimentos, com sons que ilustram ou ambientalizam a reportagem e somente em uma única matéria¹⁴ agregou música e informações como uma grande reportagem radiofônica.

¹¹ Disponível em: <http://tab.uol.com.br/design-cidade/> Acesso em: 09 jul 2015.

¹² Disponível em: <http://tab.uol.com.br/subterraneos/> Acesso em 14 jul 2015.

¹³ Disponível em: <http://tab.uol.com.br/remedios/> Acesso em 14 jul 2015.

¹⁴ Reportagem #10 “O Fetiche pelo vinil” disponível em <http://tab.uol.com.br/vinil/> Acesso em 09 jul 2015.

Presente em 27% das reportagens, os infográficos são apresentados no Uol Tab para melhor “representar informações técnicas como números, mecanismos e/ou estatísticas, que devem ser sobretudo atrativos e transmitidos ao leitor em pouco tempo e espaço” (CAIXETA, 2005, p. 1). Algumas matérias disponibilizam infográficos interativos animados que exigem o manuseio do usuário para efetuar algum tipo de ação tornando a experiência muito mais dinâmica e intuitiva.

Como o que aparece na matéria #35 sobre a “Gentrificação” que retrata o processo de valorização imobiliária da capital paulista, exibindo em um infográfico animado. Neste infográfico temos a possibilidade de observar em uma animação o valor do metro quadrado nos bairros de São Paulo em três diferentes anos, como podemos ver na figura abaixo:

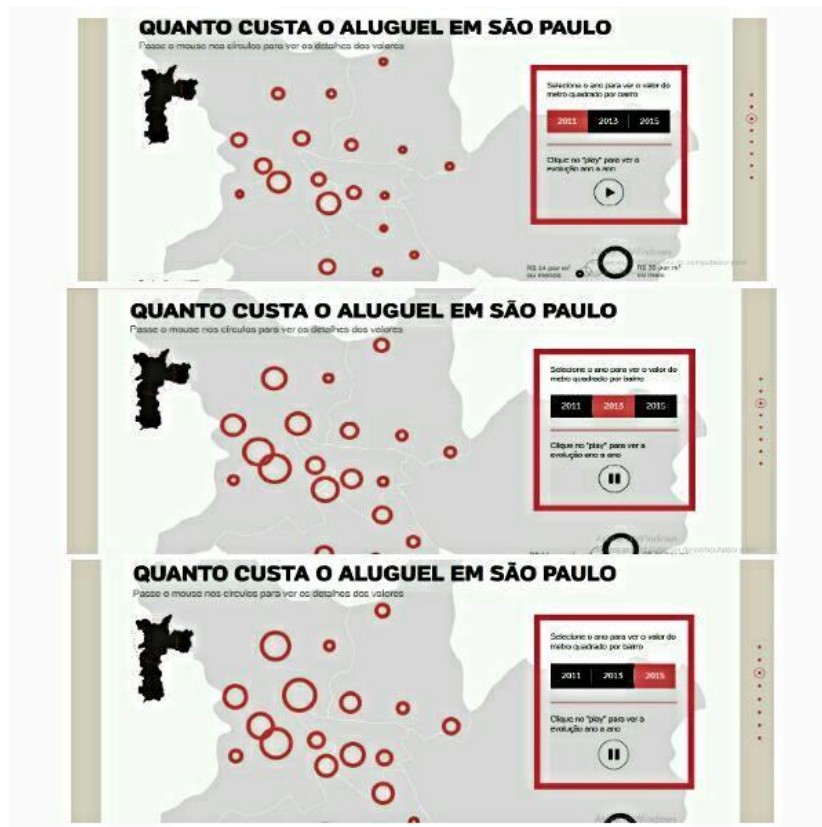


Figura 2: Exemplo Infográfico animado.

Fonte: Gentrificação – Uol Tab. Disponível em: <http://tab.uol.com.br/gentrificacao/>

Diversas reportagens trazem o recurso de testes que em algumas aparece sendo chamado de enquetes ou jogos como na #23 “Atletas sob o Controle”¹⁵ sobre jogadores profissionais de videogame. Nessa matéria o usuário tem a possibilidade de coletar dez cogumelos que estão escondidos ao longo da reportagem. Sua interface remete a um jogo de videogame onde é possível acompanhar seu desempenho através de uma barra inserida na parte inferior. Este recurso amplia a interatividade aspecto fundamental no jornalismo transmídia. Como afirma Renó e Flores:

Diferença entre Jornalismo transmídia sobre outras formas de narrativa jornalística é que com a narrativa transmídia é possível utilizar as possibilidades de comunicação presentes na sociedade pós-moderna, onde a mobilidade a liquidez de estruturas, ou seja, a interatividade, assumem papéis importantes no campo da comunicação, como envolver e atrair o receptor para interpretação participativa da mensagem (RENÓ E FLORES, 2012, p. 81).

O elemento comics aparece somente em uma reportagem do Uol Tab a de número #7 “A Nova Bolha”¹⁶ que retrata o conteúdo personalizado na internet, ilustra de maneira bem-humorada um garçom servindo o que viria a ser os reais desejos dos personagens na tirinha *Como seria na vida off-line(...)*. O comic é definido por Carlos Scolari (2013) como o produto comunicacional onde o público fala o que o produtor não teve coragem de falar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos perceber que o Uol Tab apresenta várias características transmídia e vem se mostrando ao longo dos meses como um projeto inovador que explora as potencialidades do jornalismo transmídia. Unindo diversos formatos numa grande reportagem que tem como base o texto, mas que ainda sim tira proveito dos diversos elementos utilizados como vídeos, fotografias, infográficos entre outros.

As reportagens especiais mostram grande liberdade narrativa abordando temas atuais com detalhamento, permitindo esmiuçar assuntos com profundidade e humanização de temas.

¹⁵ Disponível em: <http://tab.uol.com.br/e-sports/> Acesso em 12 jul 2015.

¹⁶ Disponível em: <http://tab.uol.com.br/nova-bolha/> Acesso em 12 jul 2015.

O projeto Uol Tab possibilita uma participação do usuário não somente na navegação pelos conteúdos oferecidos, como também a partir da distribuição desses conteúdos pelas redes sociais. Sentimos falta de espaços na própria reportagem para comentários, sugestões e críticas, algo como um fórum ao fim da matéria que permitisse os leitores discutir sobre o tema proposto semanalmente.

A navegação pelo Uol Tab ocorre sem grandes problemas. A publicidade se mostra incisiva em suas aparições, mas não é algo que prejudique a experiência do leitor com a reportagem, uma vez que em sua primeira aparição dura apenas cinco segundos e na segunda, sendo esta um pouco mais demorada tem se a possibilidade de pular.

Podemos perceber que as narrativas transmídias no jornalismo digital são o caminho para as grandes reportagens pois o leitor está cada vez mais interessado em interagir com o conteúdo e com seus elementos escolhendo seu próprio roteiro de leitura.

REFERÊNCIA

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

CAIXETA, Rodrigo. **A arte de informar**. (Associação Brasileira de Imprensa). Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556> Acesso em: 11 jul 2015.

CANAVILHAS, João. Webnoticia: proposta de modelo periodístico para la WWW. Cavilhã: Labcom, 2007.

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**: um curso sobre sua estrutura. São Paulo, Ática, 1993.

DINIZ, Talita Rampazzo. **(In)conclusões sobre a narrativa transmídia no jornalismo**: sobre o que pode ser e o que se deseja. Trabalho apresentado ao DT 1 Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0833-1.pdf>. Aceso em 10 jul 2015.

FECHINE, Yvana. **Transmídiação e cultura participativa**: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. In: Revista Contracampo, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. Págs: 5-22.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

FERREIRA, Jorge Carlos Felz. **A Imagem na Web: fotojornalismo e Internet**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/felz-jorge-imagem-web-fotojornalismo-internet.pdf>>. Acesso em 19 jul 2015.

FERREIRO, E. PALÁCIO, M. G. **Os Processos de Leitura e Escrita: novas perspectivas**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1987.

FORD, Sam. **Transmedia Journalism: A Story-Based Approach to Convergence**. In: Convergence Culture Consortium, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa social**. 6º ed., São Paulo: Atlas, 2008.

HERMES, Gilmar Adolfo. **As Ilustrações no Design de Jornais**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0690-2.pdf>>. Acesso em 21 jul 2015.

JENKINS, Henry. **Game design as narrative architecture**. 2007. Disponível em: <<http://web.mit.edu/21fms/People/henry3/games&narrative.html>> Acesso 09 jul 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph. 2008.

QUINN, Stephen. **Na intersection of ideals: journalism, profits, technology and convergence**. In: Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, v. 10, n. 4, Thousand Oak, CA and New Delhi: Sage Publications, 2004.

RENÓ, Denis. **Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir**. Tenerife: Editora ULL, 2011.

RENÓ, Denis. FLORES Jesús. **Periodismo Transmídia**. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratórios de médios interactivos. Madri: Editorial Fragua, 2012.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: pensando o texto para a mídia digital**. 2. ed. São Paulo: Berkeley, 2001.

SCOLARI, Carlos. **Narrativas transmedia**. Madrid: Deusto, 2013.

TÁRCIA, Lorena. **O jornalismo transmídia em versão original**. In: Observatório da Imprensa 26 fev 2013. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed735_ojornalismo_transmidia_em_versao_original>. Acesso em: 10 jul 2015.

UOL TAB. **Site Oficial**. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/>>. Acesso 21 jul 2015.