
Arquitetura da notícia em aplicativos jornalísticos¹

Alexandra Fante²

Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, SP
Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal
Centro Universitário Ingá – Uningá, Maringá, PR
Faculdade Maringá, Maringá, PR

RESUMO

O jornalismo multimidiático se apropria das possibilidades disponíveis na Internet, mas também das presentes em hardwares, como os dispositivos móveis – tablets e smartphones e, ainda em softwares. Assim, para estar nos dispositivos móveis, os meios de comunicação tiveram que adaptar os conteúdos para telas menores. Usaram a opção de sites responsivos ou de aplicativos. Para entender como as notícias são apresentadas pela Folha de S.Paulo, Estado de S.Paulo e O Globo – empresas brasileiras e, Público, Observador e Expresso – portuguesas, nos respectivos aplicativos, usou-se a pesquisa de cunho misto e o estudo de conteúdo para apresentar as características de hardware, software e também de conteúdos. Como resultado pontuou-se as características da arquitetura da notícia nos aplicativos jornalísticos observados.

PALAVRAS-CHAVE: aplicativos jornalísticos; arquitetura da notícia; jornalismo móvel; jornalismo multimídia. webjornalismo.

INTRODUÇÃO

A convergência midiática é tornou-se um requisito para a sobrevivência dos meios de comunicação. Oferecer apenas conteúdos off-line pode resultar na perda de audiência, alcance e até mesmo a morte de empresas jornalísticas. Automaticamente, oferecer conteúdos multimidiáticos remete à chance de potencialidade. Em um primeiro momento, quando houve a possibilidade dos meios de comunicação migrarem para a web, enxergaram apenas o viés de estarem em mais um canal. É por esta razão que não houve a preocupação e/ou a pretensão, a priori, de produzir especificamente para a Internet. Os conteúdos off-line eram apenas transpostos do modelo off-line para o online.

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo em cotutela com a Universidade da Beira Interior de Portugal. Coordenadora dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Design Gráfico, no Centro Universitário Ingá – Uningá e docente nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, na Faculdade Maringá, ambos em Maringá - Paraná. e-mail: alexandrafante@yahoo.com.br.

Apresentemente, décadas após acontecer essa migração para o online, ainda é possível ver conteúdos do offline na íntegra ou adaptados. A produção específica não é uma regra.

Com o objetivo de compreender como os jornais brasileiros Folha de S.Paulo, Estado de S.Paulo e O Globo e, os portugueses Expresso, Observador e Público disponibilizam o conteúdo nos respectivos aplicativos³ jornalísticos, foram observados durante 6 meses, de julho a dezembro de 2016, resultando em duas semanas construídas para cada um, totalizando 84 notícias⁴. O período foi designado para garantir a diversidade de temas, evitando datas e acontecimentos que pudessem ter um viés específico.

A cada data da semana construída, foi colhida a décima notícia postada, incluindo os comentários. O estudo teve o cuidado de capturar notícias nos períodos da manhã, tarde e noite, na editoria Últimas Notícias.

Para a recolha e a organização de dados foram criadas duas fichas de análises, uma para a verificação das possibilidades de hardware e software e, a segunda, para a observação do conteúdo veiculado.

A partir das observações são pontuadas características da arquitetura da notícia, definida por Nishiyama (2017, p. 255) como

[...] um emaranhado de elementos que contemplam a notícia planejada com diferentes elementos multimídia, estruturada textualmente, apresentada por gênero e formato(s), que perpassa pelo design gráfico e uma plataforma e permita a interação, a partir das funcionalidades do *software* (*app*) e do *hardware* (*smartphone*) e as características do webjornalismo. Não é tratado aqui sobre o ponto de vista do papel do jornalista ou a recepção de conteúdo.

Este artigo traz alguns resultados que visam compreender como se dá a construção da arquitetura da notícia em apps brasileiros e portugueses, comparando os resultados às discussões teóricas contemporâneas.

DOS SITES PARA OS APLICATIVOS

³ Ao citar a palavra aplicativo(s) será usado a abreviação app(s).

⁴ Notícia, neste artigo, remete a todo conteúdo jornalístico.

Foi com a potencialidade da Internet, que converteu texto, som e imagens em movimento, que surge o webjornalismo, oferecendo uma nova experiência com a notícia (CANAVILHAS, 2001).

A partir da Internet, os processos de investigação, produção e consumo da notícia foram alterados. A busca por fontes e a investigação ganham um território abrangente, que extrapola os contatos pessoais e os servidores das empresas de comunicação, para se deparar com documentos digitalizados e redes interativas. A produção passa a exigir múltiplos conhecimentos dos jornalistas com as ferramentas digitais. E para o consumo surgem diferentes formas de interagir com a notícia, desde apps à conteúdos multimidiáticos (SALAVERRÍA, 2005; BASTOS, 2011).

No webjornalismo, a notícia ganha novas características e passa a ser apresentada de diferentes formas. Com as multifuncionalidades e mobilidade dos smartphones e tablets, as possibilidades de experiências do sujeito são aumentadas e, a partir deste tempo, chama-se este formato de jornalismo móvel. O processo de remediação (BOLTER; GRUSIN, 2001), que geraram adaptações das mídias tradicionais para o webjornalismo, refazem o processo para o jornalismo móvel, agregando novas características e remodelando os meios. O jornalismo móvel é definido como

Um conjunto de práticas de produção, edição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em dispositivos portáteis digitais que agregam conexão ubíqua, conteúdos por demanda adaptados ao contexto do usuário e integração de múltiplos formatos midiáticos (REZENDE, 2016 p. 26).

É preciso destacar o papel dos smartphones e tablets, em um ambiente móvel, sem fio e com conexão de alta velocidade, sendo estes suportes essenciais do jornalismo móvel, assegurando fluidez nos processos que envolvem a notícia (REZENDE, 2016; SILVA, 2008). Esses elementos se inter-relacionam, permitem e potencializam o deslocamento físico e informacional.

O jornalismo móvel ganha novos contornos pelas multifunções dos dispositivos móveis, como conectividade (rede celular, *wi-fi* e *bluetooth*), ferramenta de localização (GPS), saídas (vibração, alto falante e tela), sensores (*touchscreen*, câmera, microfone, acelerômetro e giroscópio), são de uso pessoal, portáteis e possíveis de serem acessados em movimento (SILVA, 2008; LEMOS, 2007; NISHIYAMA, 2017).

O jornalismo móvel tem como plataforma de hardware o smartphone, equipamento que, diferente de outros anteriores, estão sempre próximos aos seus usuários, gerando identidade, proximidade e mobilidade. Um requisito essencial é a conexão *always on* (PELLANDA, 2009). E, junto aos apps, a notícia chega ao sujeito por *pushed news* (LUNA; FANTE, 2017), que são pequenas chamadas de texto que ativam a tela do smartphone, o som e ainda, a vibração do aparelho. Ao tocar a chamada, que é uma primeira função da informação, a pessoa é levada para o app e pode ler a notícia na íntegra.

Até chegar ao jornalismo móvel, há quatro fases tecnológicas que influenciam os jornais brasileiros. A primeira fase se dá com a apresentação das novas tecnologias, adaptação e implantação e ocorre entre 1983 e 1987, sendo a Folha de S. Paulo a pioneira. É entre 1988 e 1993 que acontece a segunda etapa, chamada de Instigamento, despertou jornalistas para enxergar o jornalismo não apenas no modelo mensagem – emissor – receptor. A terceira fase, denominada Deslumbramento e Ousadia, acontece de 1994 a 2000 e tem como diferencial a interface do Windows 95, o surgimento dos primeiros jornais online e a conexão em banda larga. É a partir do ano 2001 que acontece a fase denominada de Dependência, Questionamento e Superação, e determina que as práticas sejam atreladas às novas tecnologias, conexão banda larga, computadores com bons processadores e armazenamento de dados (PADILHA, 2012, p.121-124).

Pontua-se quatro motivos das empresas de comunicação terem escolhido migrar para a Internet: 1) Vê-la como espaço segmentado, com maior alcance, gerando rentabilidade; 2) Receio de ser o fim do impresso; 3) A possibilidade de incluir videotexto nas notícias; 4) Migração dos concorrentes para a nova plataforma (BASTOS, 2010).

A partir da migração para a web, o jornalismo se desenvolveu em fases. A primeira é a Transpositiva, que trata da migração idêntica do conteúdo off-line para o online, conforme aponta Mielniczuk (2001, p. 3)

É muito interessante observar as primeiras experiências realizadas: o que era chamado então de jornal online não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias. Este material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso.

O pensamento mais interativo vem na segunda fase, que apresenta as primeiras produções para a web, com o uso dos hipertextos – é o marco de uma inovação ao jornalismo (MIELNICZUK, 2001). As duas primeiras fases são chamadas de Jornalismo Online (CANAVILHAS, 2007).

A terceira geração do jornalismo, chamada de Webjornalismo, permite novas experiências para o indivíduo, com produções, layouts e textos exclusivos para a Internet (CANAVILHAS, 2001; MIELNICZUK, 2001).

Na fase a que chamamos webjornalismo / ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura (CANAVILHAS, 2001, p. 2).

São as bases de dados que definem o terceiro e quarto estágios, alterando as rotinas de pré-produção, produção, circulação, consumo e pós-produção. Assim, na quarta geração, o jornalismo apresenta maior força da multimídia e outras características da web. Já a base de dados implica a capacitação da equipe de trabalho e a organização de integração da informação.

A quinta geração tem uma ligação direta com os dispositivos móveis, num novo ciclo de inovação, precedido pelos apps (BARBOSA, 2013).

A nova e atual geração do jornalismo resultou no aprimoramento dos produtos, dos processos, inovou os negócios e resultou em formatos e conteúdos adequados a uma sociedade que possui a comunicação atrelada ao corpo, e assim, ao cotidiano, por meio dos dispositivos móveis, vencendo a distância com a informação através da velocidade, das atualizações constantes, da instantaneidade (presente na ubiquidade e na tecnologia *push news*, por exemplo) e da adequação do conteúdo frente às novas plataformas, com os *apps* jornalísticos. A circulação de notícia se dá com mobilidade física e informacional, satisfazendo o anseio de informação do público, sem limitações de tempo e espaço (NISHIYAMA, 2017, p. 61).

Barbosa (2013, p. 38-44) defende, porém, que entre a quarta e a quinta gerações houve uma remediação agressiva, ao qual chamou de “pós-remediação”, que produziu descontinuidade, além de potencializações. A partir deste ponto, o jornalismo que passa por uma “midiamorfose” (FIDLER, 1997) incorporada pela web, configurada pela ubiquidade e pela mobilidade, possíveis pelos suportes móveis e os *apps*.

Os pioneiros no Brasil na produção de conteúdo exclusivo para apps jornalísticos foram O Globo, O Estado de S. Paulo e a Folha de S. Paulo (BARBOSA, SILVA, NOGUEIRA, ALMEIDA apud NISHIYAMA, 2017, p. 62) e isso foi determinante para a escolha da amostra. Já o Público e o Expresso foram escolhidos pela relevância e credibilidade jornalística em Portugal. No entanto, ressalta-se que o Observador, também português, é o único app nativo entre a amostra. Ou seja, nasceu como app, ao contrário dos demais que migraram do impresso.

Foi abordado até aqui as fases da migração do jornalismo para a web, depois as gerações de desenvolvimento do jornalismo na web e, em seguida será apresentada as fases tecnológicas que influenciaram o jornalismo móvel. Este resgate pretende vislumbrar o caminho histórico e tecnológico que resultou na inovação do jornalismo, em um momento mais recente.

Silva (2015) afirma que o início da história tecnológica que permeia o jornalismo móvel acontece a partir de 1970, com a microeletrônica, o desenvolvimento do computador pessoal e a miniaturização de equipamentos como câmeras digitais, por exemplo. Mais recentemente, o *touch screen* é o maior diferencial em relação às plataformas físicas (SILVA, 2013).

A primeira fase denominada Tele Analógica, acontece entre 1960 e 1970, resultado do legado do telégrafo sem fio e tecnologias com portáteis como os gravadores de rolo. A segunda fase, Portátil Analógica, acontece a partir de 1980 com o gravador analógico portátil – o walkman, que usava fitas magnéticas. A partir de 1990 se dá a terceira fase chamada Mobilidade Expansiva e é marcada pela digitalização e o surgimento de câmera digital e notebook. Neste momento têm-se equipamentos portáteis e móveis, mas com limitação de software. A quarta fase chamada Ubíqua vem nos anos 2000 e é consolidada, principalmente, pela conexão 3G – a partir de 2007 e, a emergência dos smartphones. A fase chamada de Alta Performance e Era Pós-PC, é a quinta e, se beneficia da conexão 4G e a alta definição de imagens (Full HD). É neste momento que a Smart TV, o armazenamento em nuvem e a cultura de apps se consolida (SILVA, 2013). “Os smartphones se apresentam como coadjuvantes nessa reconfiguração do jornalismo, que cerca todos os processos de produção, veiculação, distribuição, circulação e consumo, em formatos multimídias” (NISHIYAMA, 2017, p. 64).

No campo da comunicação, o ato inovador em geral se refere a ações presentes em processos comunicacionais que geram produtos novos e inovadores, ou introduzem mudanças nas teorias da comunicação e linguagem. Além disso, consideração deve ser dada a elementos tais como formatos, narrativas e os processos de sua recepção, formação de hábitos e criação de audiências, bem como novas formas de organização da comunicação enquanto um negócio (PALACIOS *et al*, 2015, p.12).

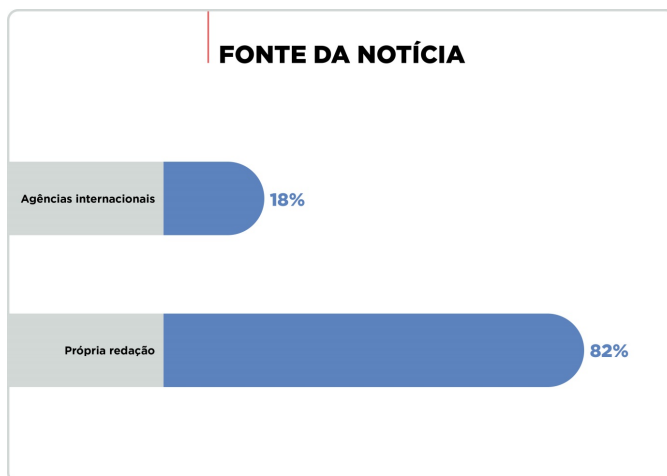
A inovação se apresenta “sob forma de sucessivas ondas de mudanças e *upgrades* que funcionam como um contínuo e gradual desenvolvimento de um produto ou de métodos de produção” (PALACIOS *et al*, 2015, p. 14).

É com base nas características de mobilidade informacional e física, multimídia, memória, personalização, ubiquidade, instantaneidade, interatividade e hipertextualidade, a partir de apps jornalísticos e de smartphones que a observação foi feita, conforme expõe-se a seguir.

ANÁLISE

Em um mundo globalizado, em que há nas empresas uma lógica do macro, ou seja, uma tendência para a abordagem do jornalismo internacional, ao invés do local, o enxugamento das redações e a exigência da polivalência de funções dos jornalistas, quantificou-se se a produção das notícias publicadas são produzidas pelos próprios jornalistas ou por agências internacionais.

GRÁFICO 1 – Fonte das notícias analisadas



A própria redação foi responsável por 82% de todo os conteúdos veiculados nos apps observados. Em 18% das notícias havia a produção de informação enviada pelas agências Reuters, New York Times, Lusa, Independent e uma sem citação ao nome, denominada como

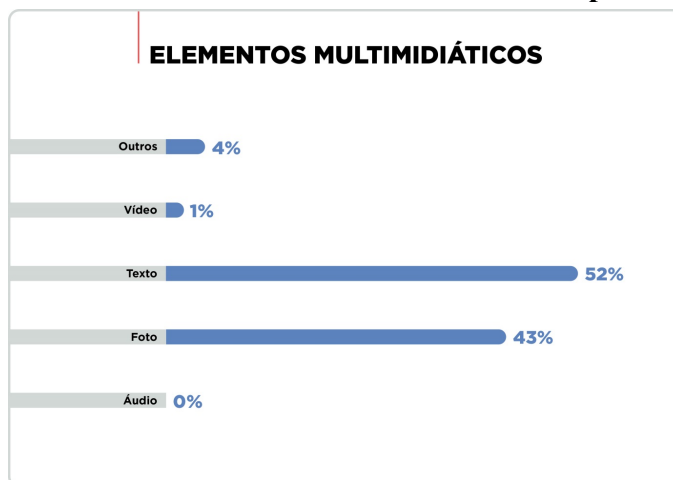
agência internacional. O Estado de S.Paulo se destaca por ser o único a postar conteúdo

com produção de 100% pela própria redação. O *Expresso* foi o que mais usou notícias produzidas por agências, principalmente as da portuguesa Lusa, sendo 36% do conteúdo total. A *Folha* e o *Observador* tiveram 29% das matérias produzidas por agências e o *Público* e *O Globo*, 7%.

Após o cruzamento de informações, percebeu-se que o *Estado*, tendo 100% da redação responsável pelo conteúdo, resultou em 43% de matérias com abordagem regional e estadual. Ao contrário, o *Expresso* que utiliza em seu conteúdo 36% de matérias produzidas pela agência Lusa, reflete a abordagem em 72% como sendo de interesse nacional.

Conforme abordado anteriormente, a Internet trouxe a possibilidade da junção de áudio, texto e imagens em movimento em uma única plataforma. Esta inovação, no entanto, não se mostra como requisito na produção jornalística. A monomídia é uma forte característica.

GRÁFICO 2 – Elementos multimidiáticos presentes nas notícias analisadas



O gráfico 2 assinala mais de uma opção para cada item, justificado pela definição da convergência dada por Jenkins (2009), que envolve meios diferentes para um conteúdo. Destaca-se que texto e foto continuam como no impresso, a contemplar o jornalismo móvel e,

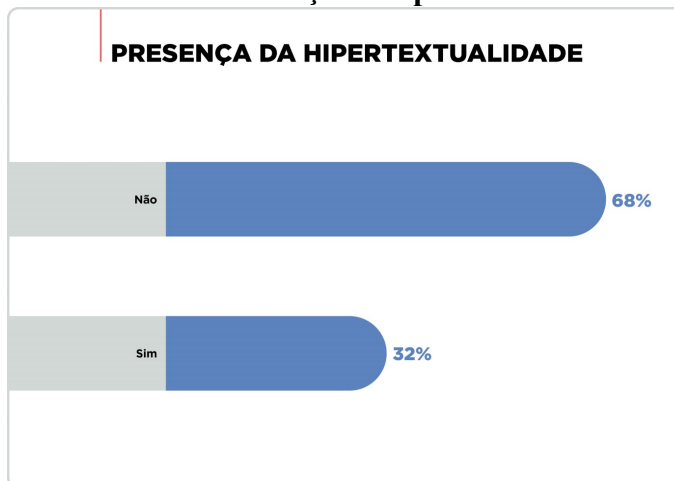
há apenas uma mudança acanhada na adoção de outras mídias pelos meios de comunicação. Das 84 notícias, apenas duas apresentam vídeo na composição estrutural e outras sete oferecem a opção para acessar galeria de fotos, trazem prints de telas do Twitter, ilustração ou linha do tempo. O *Estado* e o *Expresso* optaram pela publicação apenas de textos e fotos, na amostra geral. O *Público* expôs 3% do conteúdo com a inserção de prints do Twitter, além dos textos e fotos. O *Observador* trouxe 4% das notícias com prints do Twitter e 4% com a inserção de vídeos. O *Globo* usou a ilustração em 4% das notícias. A *Folha* agregou 13% do seu conteúdo com galerias de fotos e linha do tempo.

Ressalta-se que os vídeos que fazem parte da notícia, rodaram no próprio app e funcionaram sem ruídos. Isso demonstra a capacidade de processamento dos servidores, juntamente com as dos smartphones.

Os conteúdos observados não apresentaram a narrativa transmídia, mostraram-se únicos e independentes, sem ligações com outras plataformas ou abordagens, por isso, não atende a lógica da *transmedia storytelling* (JENKINS, 2009). Renó (2012) defende que a narrativa transmídia propõe um novo padrão estético ao jornalismo, mais complexo, que explore diferentes mídias, em vários canais, estimulando a participação e o aprofundamento na notícia. Este é um modelo que não contemplou a amostra.

A hipertextualidade, primeira inovação do jornalismo a partir da web, pretende conectar diferentes informação e textos entre si. Esta característica permite que os textos sejam publicados em blocos menores, tenham mais informações por meio de enlaces, resultando em maior aprofundamento. Por entender o valor desta característica, foi um item mensurado na pesquisa.

GRÁFICO 3 – Presença da hipertextualidade nas notícias analisadas

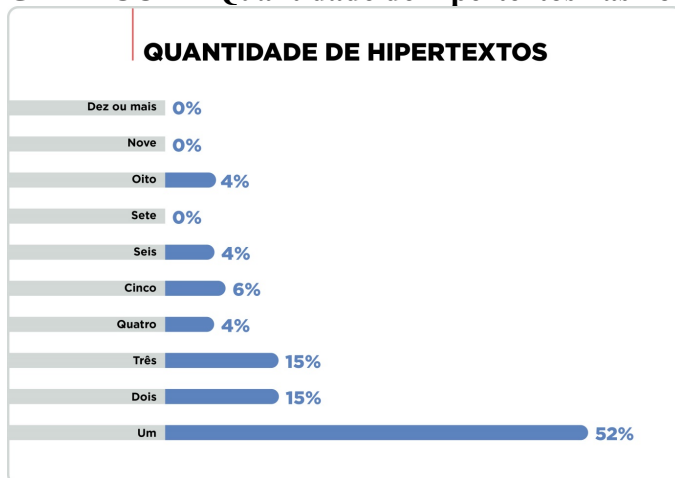


Totalizam 68% a quantidade de notícias que não possuem nenhum hipertexto na estrutura. O jornalismo móvel, pode-se afirmar, se apresenta em um modelo transpositivo. A partir dos resultados, levanta-se a hipótese que os meios de comunicação se preocupam mais

em apresentar os conteúdos em uma nova plataforma, os apps, do que usar as potencialidades, protelando as adaptações.

Dos 32% de notícias que possuem hipertexto, tabulou-se a quantidade de enlaces (SALAVERRÍA, 2005) dispostos em cada uma. Esta contagem tem como objetivo verificar o número de enlaces e assim, que remete a possibilidade de aprofundamento de informações.

GRÁFICO 4 – Quantidade de hipertextos nas notícias analisadas

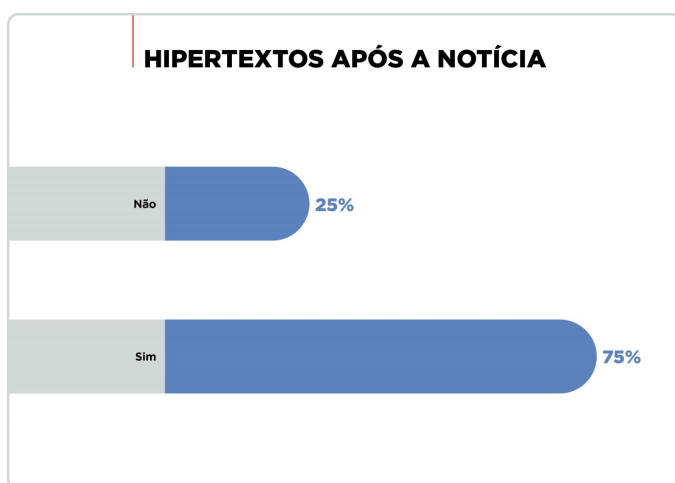


Verificou-se ainda que quantidade de notícias que possui o hipertexto na estrutura é baixa. O Globo opta por não utilizar hipertextos nas notícias e, este é um padrão adotado pela empresa. O Expresso também adota um padrão ao usar apenas um hipertexto em cada matéria

jornalística. A Folha se destaca como o app que mais tomou o uso da hipertextualidade, sendo o esporte e a política os temas com mais enlaces.

O número de hipertextos disponíveis após a notícia é, contudo, inversamente proporcional aos números inseridos na notícia, conforme mostra o gráfico seguinte.

GRÁFICO 5 – Quantidade de hipertextos após as notícias analisadas



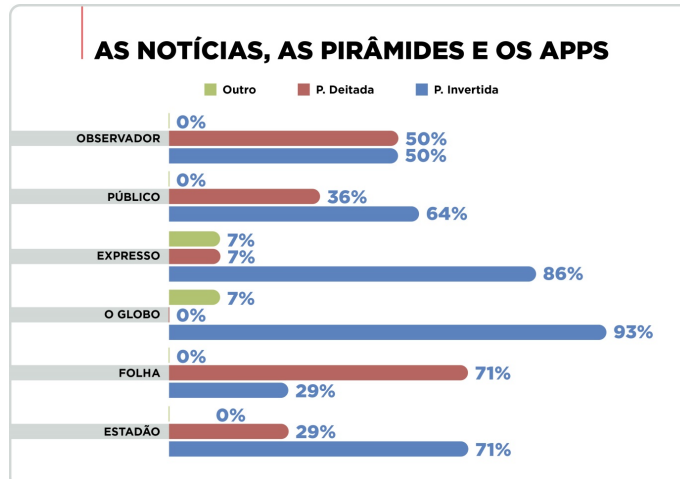
O Globo mantém nula a possibilidade de inserção de hipertextos após a notícia. O Público e a Folha adotam um padrão e publicam hipertextos após todas as notícias, resultando a presença em 100% da amostra. Em seguida, optam pela funcionalidade o Expresso (79%), o Estadão (71%) e o

Observador (50%). Esta análise se justifica para entender se a adoção de hipertextos nos conteúdos é uma questão de escolha, falta de competência técnica do app ou de escolha do jornalista. Com o resultado mostrado na última aferição conclui-se que a adoção de hipertextos na notícia é uma escolha.

Para o jornalismo móvel é preciso repensar a estrutura da notícia e a necessidade da criação de textos em blocos, com links e a possibilidade de personalização de leitura e interação. Essa estrutura é possível, segundo o arcabouço teórico, por meio da

organização das informações pela pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2006), uma evolução da pirâmide invertida (ERBOLATO,1991). Desta forma, este foi outro item mensurado.

GRÁFICO 6 – Estruturas das notícias analisadas, por app



Percebe-se que o formato da pirâmide invertida prevalece nas notícias publicadas nos apps. A atenção se dá, principalmente, para a plataforma do O Globo, que ignora qualquer possibilidade de inovação. A alternativa “outro” se trata a apenas de notas.

Considerou-se definidor do formato de pirâmide deitada a presença de, no mínimo, um hipertexto na notícia.

Conclui-se, após a análise de dados cruzados, que a maior frequência de conteúdo produzido por agências se apresentou organizado a partir da tradicional estrutura da pirâmide invertida. O que remete, diretamente, que as redações possuem maior acesso aos servidores particulares e assim, habilidade de criar hipertextos a partir dos conteúdos já produzidos pela empresa de comunicação.

Sobre a memória, tem-se como objetivo saber se, e como, está disposta na base amostral. O resultado está disponível no próximo gráfico.

Diretamente proporcional ao uso da pirâmide invertida, a maior incidência de resgate de memória se apresentou na própria narrativa jornalística, totalizando 74%. Da amostra, 4% referem-se à informação publicada em formato de nota, sem nenhuma menção de resgate de memórias ou orientando o indivíduo sobre o tema – casos verificados no O Globo e Estado. Nestes 4% também se referem outros formatos, como a galeria de fotos apresentada pela Folha, que traz a abordagem de conceituação histórica. O conteúdo do Observador se destaca entre todos, publicando em 36% das matérias, a memória por meio de hipertextos. Ignorar esta característica é remeter a um jornalismo off-line e estático.

GRÁFICO 7 – A disposição da memória nas notícias analisadas



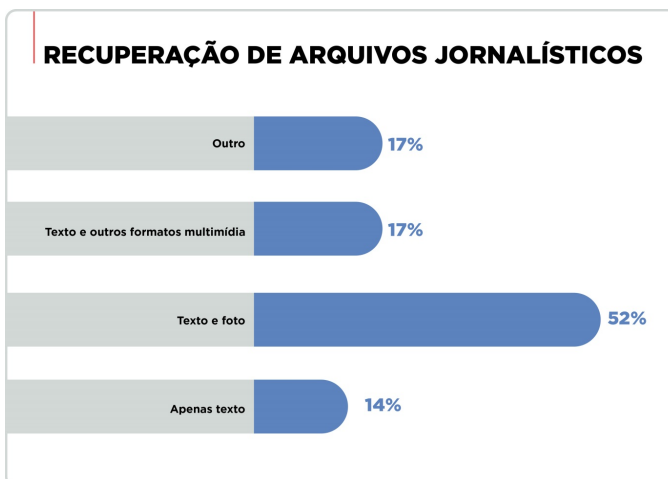
No app do Estado, a busca por notícias específicas e pela caixa geral se deu com uma seção denominada “acervo” e por uma linha do tempo, organizada por data decrescente.

O Expresso, Observador e Folha permitem a busca em um campo denominado geral. O

Globo não fornece opção, não há possibilidades de busca, o que o interagente tem à disposição são os últimos acontecimentos que estão visíveis na tela, no momento do acesso.

A partir da amostra composta pela hipertextualidade, questiona-se que tipos de arquivos jornalísticos os links davam acesso. A questão coloca à prova a ligação independente de conteúdos, o resgate da memória e, ao mesmo tempo, a observação da convergência de conteúdo e tecnológica.

GRÁFICO 8 – Recuperação de arquivos jornalísticos da memória nas notícias analisadas



O Globo opta por não incorporar no conteúdo hipertextos e, assim, impossibilita a busca por memórias. Da amostra recolhida no Expresso, apenas uma notícia possuía hipertexto, que deu acesso apenas a um texto, sem qualquer outra interatividade. O

Observador e a Folha utilizam além de texto, arquivos em formato de PDF, infográficos, galerias de fotos, animação, tabelas e mapas e, de forma independente, sem o uso de textos, linha do tempo, além de documentos em PDF, galeria de fotos e encaminhamento para outros sites. Pontua-se que apesar do app do Observador ser nativo e a Folha não, ambos adotam características semelhantes neste ponto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se que a estrutura do conteúdo jornalístico apresentado nos apps, em geral, se assemelha aos dos sites e até mesmo do offline, sem possibilidades de interatividade e multimídia, com exceção do Observador que é um app nativo. A interatividade nos conteúdos é mínima e não há experiências imersivas relevantes.

Os apps portugueses se mostram mais adaptados ao jornalismo móvel, sendo mais intuitivos e amigáveis, apresentando novas possibilidades tácteis, com a estrutura baseada no formato da pirâmide deitada, mais adoção de hipertextualidade e personalização. O Observador – único nativo, é o que mais se apropria das possibilidades de hardware e software, além de recursos multimidiáticos na estrutura narrativa.

O apps brasileiros se mostraram conservadores, sem grandes mudanças em relação ao modelo impresso. O Globo se destaca por ser o app com menor possibilidade de interação, entre todos os brasileiros e portugueses investigados. Já a Folha é o que mais adota as características do jornalismo móvel entre os brasileiros, com mais opções de tactilidade, multimídia e hipertextualidade. A disparidade entre a apresentação da notícia, os recursos agregados e o próprio funcionamento do app da Folha e os demais brasileiros é amplo.

A arquitetura da notícia no jornalismo móvel envolve o design e as possibilidades interativas e de acesso dos apps, remete à estruturação do conteúdo - que passa pelos critérios de notabilidade, gêneros e formatos jornalísticos, utiliza a multimídia, estimula a interatividade táctil e de conteúdo e, a imersão de conhecimento. A partir desta definição, constatou-se que o jornalismo móvel transita entre as características do off-line e do online, especificamente o webjornalismo. Não há a adoção de um padrão, tecnológico ou de conteúdo, adotado pelos meios de comunicação. Nem tradicional, nem inovador.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org). **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013.

BASTOS, Helder. **Ciberjornalistas em Portugal: Práticas, Papéis e Ética**. Lisboa: Livros Horizonte, 2011.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 2000.

CANAVILHAS, João M. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. 2001. Disponível em www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602. Acesso em: 10 jan. 2015.

_____. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2006. Disponível em www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602. Acesso em: 10 jan. 2015.

_____. **Webnotícia: Propuesta de Modelo Periodístico para la www**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2007.

FIDLER, R. **Mediamorphosis**. Barcelona: Granica, 1997.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Matrizes: USP**, v.1, n.1, 2007, p.121-137. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/29/43>. Acesso em: 07 fev. 2015.

LUNA, Diógenes D'Arce C. de.; FANTE, Alexandra. O fato jornalístico narrado por meio de notificações: um olhar sobre a aplicação dos critérios de noticiabilidade na produção das *pushed news*. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (orgs). **Jornalismo móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Labcom, 2017.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. 2001. Disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em 14 mar. 2016.

NISHIYAMA, Alexandra Fante. **Arquiteturas da Notícia em Dispositivos Móveis: Análise de aplicativos jornalísticos brasileiros e portugueses para smartphones**. Tese. Universidade Metodista de São Paulo em cotutela com a Universidade da Beira Interior de Portugal. São Bernardo do Campo, 2017. Disponível em <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1723>.

PADILHA, Sônia Costa. **O webjornalismo mediado pela cultura social**. Estudo comparativo: Portugal e Brasil. Covilhã - Portugal, UBI, LabCom, 2012.

PALACIOS, Marcos; BARBOSA, Suzana; SILVA, Fernando F. da; CUNHA, Rodrigo. **Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos**

em *tablets e smartphones*. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Orgs). **Jornalismo para dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2015.

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

RENÓ, Denis P. Jornalismo transmídia: uma realidade. In: LONGHI, Raquel; d'Andréa, Carlos (Org). **Jornalismo convergente**: reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, 2012.

REZENDE, Ivan S. **Aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis**: Uma exploração pela Teoria Ator-Rede. Tese de Doutorado. 2016. Universidade da Beira Interior, Covilhã – Portugal.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción periodística en internet**. Navarra – Espanha: EUNSA, 2005.

SILVA, Fernando F. da. Jornalismo e tecnologias da mobilidade: conceitos e onfigurações. Artigo apresentado no **II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber**, de 10 a 13 de novembro de 2008. Disponível em <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Fernando%20Firmino%20da%20Silva.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2015.

_____. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015.

_____. **Jornalismo móvel digital**: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. Tese de Doutorado em Comunicação, pela Universidade Federal da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, 2013. Disponível em <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>. Acesso em: 01 mai. 2016.