

Jornalismo em dispositivos móveis: uma análise do conteúdo da revista Superinteressante

Yago Modesto ALVES¹
Liana Vidigal ROCHA²

Resumo

O presente estudo busca comparar a forma em que o conteúdo da revista Superinteressante é apresentado nas versões impressa e digital para tablets, com o intuito de descobrir se a versão digital é uma transposição da revista impressa, ou explora as potencialidades que os dispositivos móveis oferecem, oriundas do webjornalismo. Para tanto, analisa a reportagem de capa de três edições da revista, comparando a versão impressa com a digital, além de analisar as características do webjornalismo nesta última. Apresenta também uma revisão bibliográfica sobre as características dos tablets e as tendências e possibilidades nas produções jornalísticas neste este meio.

Palavras-chave: Superinteressante. Dispositivos móveis. Tablet. Webjornalismo.

Abstract

The present study aims to compare the way that the content of Superinteressante magazine is presented in print and digital versions for tablets, in order to find out if the digital version is a transposition of the printed magazine, or explore the potential that mobile devices offer, coming of webjournalism. It analyzes the cover story of three issues of the magazine, comparing the print to digital, in addition to analyzing the characteristics of webjournalism in the digital version. It also presents a literature review on the characteristics of tablets and trends and possibilities in journalistic productions this this way.

Keywords: Superinteressante. Mobile devices. Tablet. Webjournalism.

¹ Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: ymodesto_07@hotmail.com

² Professora Doutora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFT e líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia. E-mail: lividigal@uol.com.br

Introdução

Na contemporaneidade, novas tecnologias são criadas para facilitar a vida humana, e, junto a elas, a comunicação também evolui, possibilitando o surgimento de novas mídias. Foi assim com o rádio, posteriormente a televisão, e atualmente a ascensão da internet. Nesta última, novas plataformas de acesso e produção de notícias vêm sendo criadas, reaprimorando o conceito de jornalismo móvel.

Assim como afirma Nunes (2013), a mobilidade anda junto com o jornalismo desde seus primórdios, uma vez que o jornal impresso nada mais é do que um meio de comunicação móvel, já que o público pode ler e levá-lo para onde quiser. Porém, a cultura da convergência e o surgimento das novas tecnologias fez com que o cenário de produção e consumo móvel de informações se ampliasse.

Neste novo cenário, os dispositivos móveis passam a ter inúmeras funções e serviços que antes eram oferecidos de forma isolada em diferentes aparelhos, passam a funcionar em um só. Uma dessas tecnologias é o tablet, um tipo de computador, que se assemelha fisicamente a uma prancheta, com tela sensível ao toque.

O tablet se popularizou mundialmente depois que a multinacional norte-americana Apple lançou o Ipad. Uma de suas principais utilidades é acesso à internet, captura e visualização de fotos, vídeos, leitura de livros, jornais e revistas, e para entretenimento com jogos. Várias empresas de tecnologia começaram a produzir sua marca de tablets, e ano após ano as vendas destes dispositivos crescem no mundo. É por isso que os veículos de comunicação viram nesta plataforma móvel e digital novas possibilidades de produção de conteúdo e de negócio, como é o caso das revistas.

Desta forma, começa-se a fazer pesquisas para chegar à forma mais apropriada possível de se fazer jornalismo para tablets. Por estar ligado à internet, já que para ter acesso a qualquer conteúdo jornalístico neste dispositivo é preciso está conectado na web, algumas das características do webjornalismo podem ser aplicadas aos jornais e revistas publicadas nos dispositivos móveis.

Uma das revistas que, além da versão impressa, também vende suas edições para tablets é a Superinteressante. Publicada mensalmente pela Editora Abril desde 1987, seus temas principais são comportamento, tendências, cultura, saúde, tecnologia e

história. Começou a ser vendida nos tablets em março de 2011. Além do conteúdo de sua versão impressa, a Superinteressante digital promete também acesso a conteúdos adicionais multimídias, além de uma experiência na leitura, favorecida pelas potencialidades do tablet.

Este artigo busca descobrir se o conteúdo da versão para tablet da revista Superinteressante é uma transposição da revista impressa, ou explora as potencialidades que os dispositivos móveis oferecem, oriundas do webjornalismo. Para isso, é comparada a forma em que o conteúdo é apresentado nas duas versões, impressa e digital para tablets, em uma mesma edição da Superinteressante.

Os tablets e as novas possibilidades de negócio

Entre 2012 e 2013, o Brasil teve um aumento de mais de 200% na venda de tablets, segundo uma pesquisa da Gfk (*Growth from Knowledge*)³. Com a popularização dessa nova plataforma digital, os veículos de comunicação viram a ascensão de um mercado promissor para publicações de jornais e revistas.

Considerados como a “quarta tela”, os dispositivos móveis encontram-se em estágio ascendente de adoção, seja por parte das organizações jornalísticas, bem como de outros produtores de conteúdo, seja por parte do público, que, a cada dia, consome mais informação, entretenimento e constrói suas relações sociais por meio desses aparatos que já integram a paisagem urbana, sobretudo das grandes cidades, dada à sua extensiva utilização. (BARBOSA; SEIXAS, 2013, p.57)

Um dos fatores que favoreceu o crescimento do mercado de revistas para tablets é a possibilidade deste dispositivo em acessar conteúdo por meio de aplicativos (*apps*). Assim, Cunha (2011, p.55) frisa que:

A tendência é de cada vez mais os usuários passem a instalar aplicativos e evitem digitar endereços na barra do browser. Isso tem ocorrido com as revistas que passaram a criar aplicativos para acessar tanto o conteúdo de sua página na internet – de forma personalizada e adaptada para o dispositivo – quanto para disponibilizar edições

³ GFK. **Número de tablets vendidos no Brasil cresce mais de 200% em 2013**. 2013. Disponível em: <<http://www.gfk.com/br/news-and-events/press-room/press-releases/Paginas/NUMERO-DE-TABLETS-VENDIDOS-NO-BRASIL-CRESCE-MAIS-DE-200-EM-2013.aspx>>. Acesso em: 9 jul. 2014.

avulsas, que são vendidas nas bancas e, a partir de agora, disponibilizadas para o formato digital.

Esta difusão e o crescimento do uso de revistas em aplicativos irromperam um desafio para as empresas jornalísticas em relação a um novo perfil nas redações de hoje, com profissionais capazes não só de escrever notícias, mas também produzir códigos e programar aplicativos para dispositivos móveis (CUNHA, 2011). Segundo Giorno (2012, p.74), esta realidade ainda é uma dificuldade a ser enfrentada nas redações do “mundo afora”. Para a autora, elas precisam “compreender que os tablets inauguraram mudanças fundamentais no mundo editorial; foi criada uma nova indústria e uma nova redação dentro de grandes empresas de comunicação”.

De acordo com Canavilhas (2012, p.7), a chegada desses novos dispositivos deu as empresas de comunicação “a oportunidade de lançar novos formatos jornalísticos mais apelativos e adaptados a utilizadores cada vez mais exigentes”. Mas, por ser uma plataforma nova, pesquisadores e jornalistas tentam descobrir a maneira de produzir conteúdo jornalístico para tablets. Pedro Dória, editor executivo de Plataformas Digitais do jornal O Globo, afirmou numa reportagem do canal Globo News que ainda é difícil saber com exatidão como fazer jornalismo para tablet.

Segundo ele, o tablet é multimídia como a web e profundo como o papel. “Mas não é tão trivial assim. Tem as vantagens do digital, mas se comporta como papel. O próprio uso das pessoas está nos dizendo isso. mas tablet não é papel. Demoramos dez, 15 anos para aprender a fazer jornalismo na web. Daqui a dez anos, saberei como responder à pergunta sobre como fazer jornalismo para tablets”. (BARBOSA; SEIXAS, 2013, p.63)

Com o surgimento da internet e das novas tecnologias de comunicação, as práticas de leitura também vem sofrendo constantes modificações. Agner *et all* (2012) constata que, com isso, as empresas de comunicação veem a necessidade de se inserir em um mercado marcado pelo crescimento de pessoas que preferem consumir notícias pelo computador ao invés das matérias impressas. “A internet e as mídias sociais estão mudando o conceito e processo de coleta e disseminação de conteúdo, e colocando em risco o tradicional modelo de negócios do jornalismo impresso”. (AGNER *et all*, 2012, p.3).

As potencialidades dos tablets nas revistas jornalísticas

Apesar de estar num suporte diferente, Paulino (2013) aponta que as revistas digitais para tablets mesclam características com a mídia impressa. Dentre elas a autora destaca: periodicidade, segmentação, portabilidade e identidade gráfica. Em relação à periodicidade, ela afirma que a revista digital não requer atualização contínua. Desta forma, assim como na versão impressa, a publicação digital também pode ser bimestral, mensal, quinzenal ou semanal. “O fato da revista digital não ter atualização dinâmica das notícias faz com que a apuração e o aprofundamento de uma informação ou notícia sejam favorecidos”. (PAULINO, 2013, p.20).

As revistas digitais também mantêm a característica da portabilidade, porque o tablet, assim como a revista impressa, é fácil de manusear e carregar. Além do mais, o aplicativo da revista é capaz de simular o folhear da publicação impressa. Em relação à identidade gráfica, Paulino (2013, p.20) salienta que:

Cada revista tem sua identidade gráfica, a qual é formada por logos, capas e outros elementos gráficos e editoriais, tais como tipográfica, cores, diagramação, fotos e ilustrações. Os tablets mantêm toda identidade gráfica do meio impresso e ainda agregam outras mídias ao documento.

Souza (2013) traz duas potencialidades na composição do dispositivo que interferem na leitura das publicações jornalísticas: a tactabilidade e o uso de sensores internos. Ele considera que:

[...] o principal diferencial na utilização do iPad como dispositivos de leitura é a presença da tela táctil e dos sensores, como acelerômetro e giroscópio. Independente da interface dos aplicativos, esses dois elementos oferecem uma alteração na relação com o usuário durante o consumo. Assim, quanto maior e mais variado for o uso destas tecnologias mais adaptada a publicação estará ao dispositivo (SOUZA, 2013, p.145).

A tactabilidade está ligada à interface de interação pertencente aos tablets, que é o *touchscreen*. A figura a seguir apresenta os gestos tácteis mais comuns para se interagir com um tablet.

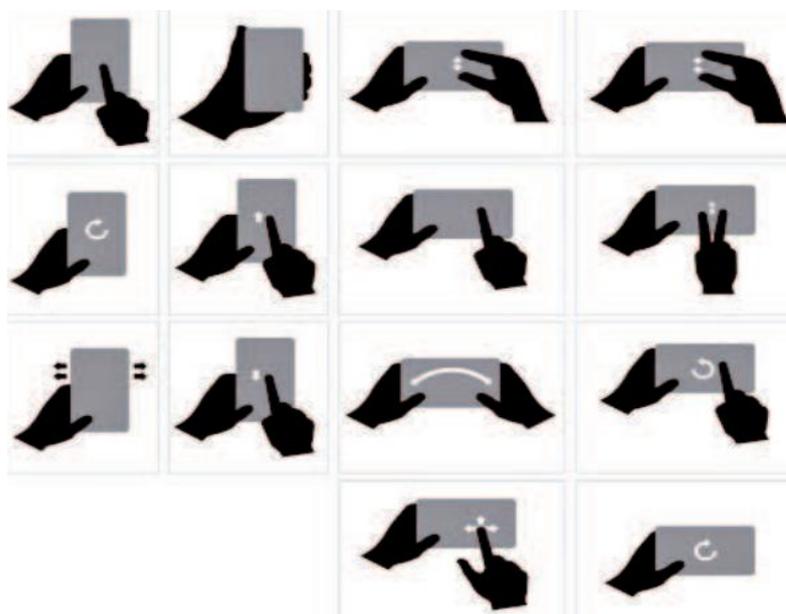


Figura 01 - Possibilidades de toque na tela de tablets para navegação de conteúdo
Fonte: (DUALPIXEL, 2012 *apud* PAULINO, 2013, p.22)

Em relação ao manuseio, Paulino (2013) afirma que o toque na tela é umas das características dos tablets que mais os aproximam à mídia impressa, já que o ato de folhear uma revista é muito parecido em ambos os suportes. Ela afirma ainda que “com o toque na tela, o leitor pode interagir com os recursos disponíveis para apresentar um elemento editorial, fotos, gráficos e animações”. (PAULINO, 2013, p.24).

O uso dos sensores internos se dá principalmente pelas ações relativas à movimentação do aparelho, que, no caso da maioria das revistas digitais, é capaz de disponibilizar a visualização de conteúdo tanto no formato horizontal quanto vertical (ver Figura 2).



Figura 02 - Visualização dupla das revistas no formato digital para tablets
Disponível em < <http://goo.gl/z6yLgf>> Acesso em: 11 jul. 2014

Todas essas potencialidades do dispositivo favorecem uma nova experiência na leitura de publicações jornalísticas, porque a narrativa neste ambiente também é diferente. Para Horie e Pluvillage (2011 *apud* PAULINO, 2013), um dos maiores diferenciais que a revista para tablets fornece ao leitor em contradição a revista tradicional é essa narrativa. “Diferente por ter uma linguagem nova, que reúne o que há de melhor na mídia impressa com a mídia digital: conteúdo segmentado, personalizado, portátil, com recursos multimídia, interativo e hipertextuais” (p.18).

Com essa afirmação, pode-se perceber que este diferencial está em algumas características já conhecidas do webjornalismo. Em sua Tese de doutorado, Souza (2013) propõe uma definição de revistas digitais. Depois de estudar as características das publicações para tablets, ele propôs que as revistas digitais são as publicações que mantêm as propriedades da revista, além de algumas das características do webjornalismo.

João Canavilhas e Santana (2011, p.55) afirmam que essa tendência da revista digital para tablets se apropriar das mesmas potencialidades do webjornalismo se dá pelo fato “dessa forma de jornalismo também ter como suporte a internet, existindo, por isso, muitas semelhanças”. Souza (2013) reforça esta ideia, afirmando que as características do webjornalismo também servem de parâmetro para as publicações jornalísticas em ambiente digital.

O acesso às informações em revistas digitais se dá através do ciberespaço - seja em aplicativos projetados para consumo de conteúdo online ou offline. Assim, o webjornalismo replica-se e reflete-se também na construção de conteúdo informativo para tablets (SOUZA, 2013, p.106).

Com a ascensão das publicações jornalísticas no meio online, foram identificadas características que fazem parte, de forma parcial ou integral, na produção de conteúdo para web. Canavilhas (2007) identifica sete características do webjornalismo: multimídia, hipertextualidade, interatividade, personalização, capacidade de memória, instantaneidade e ubiquidade. Palacios (2003) e Mielniczuk (2003) consentem com Canavilhas (2007), não discutindo apenas a ubiquidade, e em relação à instantaneidade, utilizam o termo atualização contínua. Luciana Moherdau (2007) identifica mais outras duas características: imersão e conteúdo dinâmico.

Porém, nem todas elas podem ser aplicadas às revistas digitais. Paulino (2013) destaca apenas a leitura multimídia (multimídia), interatividade e o hipertexto como as principais características das revistas digitais para tablets. Souza (2013) atenta-se ainda para questão da memória.

A Superinteressante

O objeto de pesquisa deste trabalho é a revista Superinteressante, publicada mensalmente pela editora Abril. O veículo foi escolhido por ser uma revista que vem sendo premiada por seu conteúdo, diagramação, projeto gráfico, além da utilização de ilustrações e infográficos inovadores. Vendida nos tablets desde 25 de março de 2011, a editora Abril anunciou a chegada da Super nesta plataforma, prometendo uma experiência nova aos leitores:

Com recursos nunca antes vistos, infográficos inéditos e muito mais interatividade. (...) As páginas são adaptadas para o formato vertical e horizontal, possibilitando uma melhor navegação por parte dos usuários. Um índice multimídia indicará, na página, todos os recursos disponíveis: vídeos, fotos, interatividade e os anúncios. Além disso, durante a leitura, por meio de um menu inferior, será possível acessar qualquer página da edição⁴.

⁴ PUBLIABRIL. **Novidade: SUPERINTERESSANTE chega ao iPad em março.** 2011. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/noticias/488>>. Acesso em: 4 jul. 2014.

A revista promete em sua versão digital, além de todo conteúdo da edição impressa, acesso a extras como jogos e vídeos⁵. A partir daí surgiu o seguinte problema: O conteúdo da versão para tablet da revista Superinteressante é uma transposição da revista impressa, ou explora as potencialidades que os dispositivos móveis oferecem, oriundas do webjornalismo? Para tanto, esta pesquisa comparou o conteúdo das revistas nas duas versões, impresso e digital, e analisou as características do webjornalismo neste último.

Para esta análise foram escolhidas as edições 334, 335 e 336 da revista, equivalente aos meses de junho, julho e agosto de 2014, respectivamente. Ao limitar o corpus de análise para três edições seguidas foi possível descobrir uma tendência do veículo em relação ao uso das características do webjornalismo na versão digital para tablets. A amostragem escolhida limitou-se a reportagem de capa de três edições, por entender que esta recebe atenção especial dos editores em sua formulação.



Figura 03 - Capa das edições 334, 335 e 336 da Superinteressante (esq à dir)
Fonte: Superinteressante Digital (Captura de tela)

Para a análise, primeiramente foi necessário descrever as reportagens de capa nos dois suportes, impresso e digital. Na descrição, já foi possível identificar as semelhanças e divergências no conteúdo das duas versões.

⁵ SUPERINTERESSANTE. **SUPERINTERESSANTE digital**. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/ipad/>>. Acesso em: 10 ago. 2014.

Para analisar as características do webjornalismo nas reportagens da versão digital da revista Superinteressante foi necessário elencar as categorias de análise. Através de uma pesquisa bibliográfica, foi possível identificar as características do webjornalismo que também estão presentes nas revistas digitais para tablets, segundo Paulino (2013) e Souza (2013). Destas, escolheu-se então as que são analisadas nesta pesquisa: hipertextualidade, multimídia e interatividade.

A análise buscou identificar a presença ou não das características do webjornalismo nas reportagens da versão digital da Superinteressante e, se presente, os tipos e classificações de cada uma delas. Desta forma foi possível perceber uma tendência em relação ao tipo de hiperlinks (hipertextualidade), elementos multimídia (multimídia) e de que forma a interatividade é explorada na revista (interatividade).

Operadores de análise das características do webjornalismo nos tablets

Abaixo são detalhadas as categorias de análise de cada uma das características do webjornalismo aqui destacadas: multimídia, hipertextualidade e interatividade. Vale ressaltar que ainda é difícil encontrar um material específico para análise de revistas digitais. Portanto, muito do que é proposto são as utilizadas em páginas da web, aqui adaptadas ao contexto, características e limitações das revistas digitais para tablets.

a) Hipertextualidade

Em relação à hipertextualidade, identificou-se o tipo de link usado na narrativa. Segundo Barbosa e Mielniczuk (2011), os links podem ser narrativos ou não narrativos. É narrativo aquele que direciona a um conteúdo que diz respeito à matéria jornalística. Elas classificam os links narrativos em outros dois tipos (aqui adaptados ao tablet):

Links disjuntivos: O conteúdo aparece na página do tablet. A página permanece, muda-se apenas o conteúdo.

Links conjuntivos: O conteúdo abre em uma janela sobre a página, ao estilo *pop up*.

Outra classificação é proposta por Paul (2007), que considera o hiperlink como contexto nos elementos da narrativa digital. O link pode ser interno, quando é direcionado para algum conteúdo que está dentro da revista, ou externo, quando o

conteúdo abre fora do aplicativo. Se esse link traz um conteúdo diferente do que está exposto, ele é suplementar, se não, é duplicativo.

b) Multimídia

Em relação à multimídia, identificou-se a utilização dos recursos multimídia, como áudios, vídeos, infográficos multimídias e outros, além de analisar a utilidade destes elementos na reportagem.

No caso dos elementos comuns a mídia impressa (fotos e infográficos), identificou-se a maneira que este conteúdo é apresentado no ambiente digital. Neste caso, o ambiente favorece que o conteúdo que seria estático apareça de forma dinâmica. Para os infográficos, levou-se em conta como elemento desta característica apenas os considerados multimídias. Segundo Teixeira e Rinaldi (2008), infográficos multimídia são aqueles que efetivamente fazem uma integração conjunta de texto, imagem, som e vídeo.

c) Interatividade

Em relação à interatividade, observou-se a forma em que ela está inserida no contexto da revista digital, direcionando as possibilidades de interação do usuário com o seu conteúdo. Aplicado à web (aqui adaptado às revistas digitais), Paul (2007) propõe o elemento relacionamento, que é definido pela versatilidade. “Os elementos de relacionamento são aqueles que são conscientemente designados na produção da história pela pessoa que desenvolveu o conteúdo para dar ao usuário um certo tipo de experiência com o conteúdo” (p.125). Desta forma o conteúdo pode ser aberto, quando é possível interagir com ele sem ficar limitado a ler/assistir/ouvir, ou fechado, quando é o contrário.

Nos tablets, a interatividade está ligada também com a navegabilidade, onde as revistas utilizam ícones de navegação, como por exemplo, indicar onde deve ser feita a movimentação do dedo na tela, o uso do *scroll*⁶ (barra de rolagem), e indicadores de vídeos ou galerias interativas.

⁶ O *scroll* funciona quando há longos textos e, ao invés de dividir esse texto em páginas, opta-se por sua inserção em uma janela que pode revelar seu conteúdo oculto. Para tal, basta o usuário tocar na janela e “puxar” o conteúdo com o movimento dos dedos (GIORNO, 2012, p.119).

Comparação das revistas nos suportes e análise geral da versão digital

De modo geral, nas três edições analisadas, a versão digital para tablet apresenta o mesmo conteúdo da impressa. Não foi possível identificar nenhum conteúdo adicional na revista digital. O que se pôde perceber é que o número de páginas na versão digital é sempre maior do que na impressa, isso porque a limitação do espaço para texto no tablet é menor, por conta do tamanho da tela.

Em relação ao conteúdo, as únicas divergências estão relacionadas ao uso das características do webjornalismo. Apesar de o conteúdo ser o mesmo, alguns boxes e infográficos das três reportagens foram adaptados na versão digital, explorando principalmente a hipertextualidade e interatividade na plataforma tablet.

A tabela abaixo resume a presença das três características do webjornalismo nas três reportagens analisadas nesta pesquisa, permitindo assim uma melhor compreensão das informações obtidas (ver Tabela 1).

	Multimedialidade	Hipertextualidade	Interatividade
Reportagem 1 Edição 334	Não há	Hiperlinks disjuntivos internos Hiperlinks externos duplicativos	Interatividade através dos hiperlinks Interatividade através do <i>scroll</i> vertical e horizontal
Reportagem 2 Edição 335	Não há	Não há	Não há
Reportagem 3 Edição 336	Não há	hiperlinks disjuntivos e internos Hiperlinks conjuntivos e internos	Interatividade através de hiperlinks Interatividade através do <i>scroll</i> vertical.

Tabela 1 - Resumo dos tipos e características do webjornalismo encontradas nas edições analisadas
Fonte: Autoria própria

A partir da descrição foi possível constatar que o conteúdo da revista digital é exatamente o mesmo da versão impressa, não apresentando nenhum adicional. Porém, algumas partes da reportagem estão adaptadas às possibilidades que o tablet oferece, tanto na questão da interface quanto ao uso de hiperlinks interativos.

O conteúdo adaptado, em duas das três edições analisadas foram os infográficos e os boxes. A tendência da revista é trazer este conteúdo de forma dinâmica no tablet, utilizando hiperlinks e recursos interativos.

Esta tendência não foi constatada apenas na edição 335. Nela, todas as páginas que apresentam boxes junto a ilustrações estão estáticas. Na edição 336, um dos infográficos também não foi adaptado à dinamicidade oferecida no tablet.

Portanto, as características do webjornalismo só estão presentes nas reportagens das edições 334 e 336. Destas, apenas um dos hiperlinks analisados é externo, que se direciona a uma página da web. Por se tratar de uma revista digital que está dentro de um aplicativo, é comum que a maioria dos hiperlinks seja interno para que o leitor não saia do aplicativo. Além do mais, o conteúdo dos hiperlinks também está presente na revista impressa, por isso se apresenta na versão digital, ou de forma conjuntiva, através de uma janela, ou disjuntiva, na própria página.

Foi possível perceber ainda que, pelo fato da revista digital ainda ser muito ligada a sua versão impressa, em relação ao relacionamento da interatividade, seu conteúdo é fechado. A interatividade também está ligada a hipertextualidade, através do toque na tela para abrir o conteúdo dos links. Quando há um hiperlink interativo, ele é indicado na página através de um ícone, no caso o desenho da mão. Outra tendência da Superinteressante em relação à interatividade é o uso do *scroll*, que faz com que um texto grande, de um box, por exemplo, caiba no espaço de uma só página.

Considerações finais

O principal objetivo desta pesquisa foi descobrir se a revista Superinteressante digital para tablets é uma transposição de sua edição impressa, ou se ela explora todas as características que o meio oferece. Para tanto, antes de tudo, foi necessário entender o que é uma revista para tablets e as principais características das produções jornalísticas neste meio.

Através da pesquisa bibliográfica, foi possível descobrir que estas características são oriundas do webjornalismo, como a multimídia, interatividade e hipertextualidade. Além disso, a pesquisa mapeou as características dos tablets, que favorecem ao leitor uma experiência singular no consumo de produções jornalísticas.

Quando a *Superinteressante* começou a ser vendida nos aplicativos para tablets, no início de 2011, a editora Abril prometia na versão digital, além de todo conteúdo da edição impressa, acesso a conteúdos multimídia, como jogos e vídeos. No início desta pesquisa, acreditava-se que, desde então, a revista tivesse passado por mudanças para encontrar a melhor forma de se adaptar ao formato, como é comum quando se trata de se inserir num mercado em ascensão.

A partir da análise realizada nas três edições, é possível afirmar que a revista *Superinteressante* não adapta por completo a edição impressa para versão digital, pouco utilizando as potencialidades do webjornalismo. A hipertextualidade e a interatividade aparecem de forma tímida e a multimídia é inexistente.

O que se percebe é que apesar da tentativa de oferecer um conteúdo diferenciado numa nova plataforma, a *Superinteressante* parece não ter preocupação em explorar todas as potencialidades que o meio digital no suporte tablet pode favorecer. Em uma das edições analisadas (Julho/2014 – nº 335), a reportagem da amostra é uma mera transposição estática da mesma edição na versão impressa.

Apesar da interatividade e hipertextualidade estarem presentes nas outras duas edições analisadas, esperava-se encontrar conteúdos multimídias, como vídeos, fotos e até *newsgames* - já que a própria editora Abril, ao vender seu produto, promete um conteúdo exclusivo na edição digital -, mas não foi o caso.

Por ser um tema novo, pesquisadores ainda tentam descobrir a forma mais eficaz de se produzir conteúdo jornalístico para tablets, ou, no caso das revistas que já são publicadas no ambiente impresso, como adaptá-la para este novo meio. Porém, com os estudos já realizados e apresentados neste artigo, nos leva a entender que a pesquisa científica está à frente do mercado, trazendo, ainda que a priori, de que forma as revistas digitais podem se aproveitar das potencialidades do webjornalismo adaptadas ao tablet.

Referências

AGNER, Luiz et al. **Avaliação de usabilidade do jornalismo para tablets**: interações por gestos em um aplicativo de notícias. Anais da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE, 2012.

BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana. Ferramenta para Análise de Hipertextualidade em Cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (Org.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**: (Volume 1: Modelos). Covilhã: Labcom, 2011. p. 43-50.

BARBOSA, Suzana; SEIXAS, Lia. Jornalismo e dispositivos móveis. Percepções, usos e tendências. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.). **Jornalismo e Tecnologias Móveis**. Covilhã: Labcom, 2013. p. 51-73.

CANAVILHAS, João. **Webnotícia**: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Covilhã, 2007.

_____. **Jornalismo para dispositivos móveis**: informação hipermultimediática e personalizada. Actas do IV CILCS - Congreso Internacional Latina de Comunicación. 2012.

CANAVILHAS, João; SANTANA, Douglas C. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia a emancipação. **Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 53-66, 2011.

CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. **Revistas no cenário da mobilidade**: A Interface das edições digitais para tablets. 150 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

GFK. **Número de tablets vendidos no Brasil cresce mais de 200% em 2013**. 2013. Disponível em: <<http://www.gfk.com/br/news-and-events/press-room/press-releases/Paginas/NUMERO-DE-TABLETS-VENDIDOS-NO-BRASIL-CRESCE-MAIS-DE-200-EM-2013.aspx>>. Acesso em: 9 jul. 2014.

GIORNO, Daniela Paes de Castro. **Análise das novas possibilidades sintáticas e semânticas do design editorial da revista Veja São Paulo Luxo no suporte dos tablets**. 2012. 144 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Tecnologia da Inteligência e Design Digital, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 246 f. il. 2003. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web**: produção e edição de notícias on-line. 3.ed. São Paulo: Senac, 2007.

NUNES, Ana Cecília Bisso. **A convergência midiática e editorial no jornalismo móvel: Uma análise do the daily**. 2013. 168 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Pucrs., Porto Alegre, 2013.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória. In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), **Modelos do Jornalismo Digital**, Salvador: Editora Calandra, 2003.

PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007. p. 122-139.

PAULINO, Rita. Conteúdo digital interativo para *tablets*-ipad: Uma forma híbrida de conteúdo digital. In: PAULINO, Rita; RODRIGUES, Vivian (Org.). **Jornalismo para Tablets: Pesquisa e Prática**. Florianópolis: Insular. p.15-27. 2013.

PUBLIABRIL. **Novidade: SUPERINTERESSANTE chega ao iPad em março**. 2011. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/noticias/488>>. Acesso em: 4 jul. 2014.

SOUZA, Marcelo Freire Pereira de. **Revistas Jornalísticas para Tablet: Uma análise comparativa entre os modelos convergente e nativo digital**. 279 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

SUPERINTERESSANTE. **SUPERINTERESSANTE digital**. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/ipad/>>. Acesso em: 10 ago. 2014.

TEIXEIRA, Tattiana; RINALDI, Mayara. Promessas para o futuro: as características do infográfico no ciberjornalismo a partir de um estudo exploratório. In: VI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2008. São Paulo. **Banco de dados**. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2008. Disponível em: <<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coordenada8tattianateixeira.pdf>>. Acesso em: 11 set. 2014.