



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

ALEXANDRO MOTA DA SILVA

NA CONTRAMÃO:
UMA WEBREVISTA A CAMINHO DOS *OUTSIDERS*

Salvador-Bahia
2013

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**



NA CONTRAMÃO
Uma webrevista a caminho dos *outsiders*

Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação – Jornalismo.
[Memorial Descritivo]

Realização: Alexandro Mota
Orientação: Prof^ª. Dr^ª. Suzana Barbosa

Salvador-Bahia
2013

ALEXANDRO MOTA DA SILVA

**NA CONTRAMÃO:
UMA WEBREVISTA A CAMINHO DOS *OUTSIDERS***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado do Curso de Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom – UFBA) como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação – Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª. Suzana Oliveira Barbosa

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dr^ª. Suzana Oliveira Barbosa (Orientadora)

Prof^ª Dr^ª. Maria Lucineide Andrade Fontes (avaliadora interna)
(Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia)

Ms. Tatiana Maria Silva Galvão Dourado (avaliadora externa)
(Jornalista, mestre pelo PósCOM/Universidade Federal da Bahia)

Salvador, 05 de setembro de 2013

AGRADECIMENTOS

Sou profundamente grato a Maria Antonieta, por ser mãe. E não há contribuição maior do que esta. Desculpo-me pelas minhas madrugadas insones e pelo abuso de, pela manhã, ter que insistir para eu acordar. Agradeço a toda a minha família.

Aos professores e funcionários da Faculdade de Comunicação da Ufba. Este não é um trabalho de um semestre, mas resultado destes últimos quatro anos, nos quais estes me conduziram a uma visão crítica da Comunicação e do mundo. Faço questão de citar nominalmente os mestres André, Cláudio, Edson, Fernando, Graciela, Helô, Lia, Malu, Mauricio, Moisés, Monclar, Palacios, Ricardo, Simone e Suzana, esta última, um agradecimento especial por, cuidadosamente, ter me orientado neste projeto.

Agradeço aos colegas dos estágios por onde passei voltando a ressaltar que este é um resultado de um processo. A Anderson, Bruno, Daniela, Divo, Einar, Gabriela, Jorge, Juan, Leo, Linda, Lorena, Mariana, Rafael, Renato, Socorro, Thais e Victor, com quem - observando ou ouvindo conselhos - aprendi a ser repórter.

Sou imensamente grato a todos os amigos que esta faculdade me trouxe, sem exceção. Porém, é difícil não ressaltar a participação de alguns que levo para a vida e que me ajudaram nesta etapa com opiniões e estímulos. Agradeço especialmente a Luana (uma irmã que encontrei) e a Ana Carolina. Dividimos os três as angústias deste fim de curso. E agradeço a Fernando, exemplo de dedicação. Também lembro aqui de Marília e Danielle, com quem fizemos parcerias de sucesso ao longo do curso.

Aos amigos mais incríveis do mundo: Priscila – sem a qual este projeto não seria o mesmo, Gessé – pela generosidade intelectual, Marcos (o seco), Léo, Gilvan, Gabi e Jaci. Obrigado pelo conforto que me dão, pela torcida e por serem minha fortaleza. Sou grato a Marcos pela companhia, compreensão e por esse meu atual brilho nos olhos. Também sou muitíssimo grato a Leandro, pelos ensinamentos e acompanhamento do início dessa jornada.

Agradeço as pessoas de bom coração e honestas que me rodeiam, especialmente a Ive César, por ter encontrado e devolvido uma mochila com equipamentos e com o que um repórter pode

ter de mais valioso: o bloquinho de anotações, no caso, o deste TCC. Também agradeço as fontes, pela disponibilidade.

Agradeço a Deus. Sei que é dele essa energia positiva que sempre sinto. E, por fim, as madrugadas, essa musa inspiradora.

*Debaixo d'água tudo era mais bonito
Mais azul, mais colorido
Só faltava respirar
Mas tinha que respirar*

*Debaixo d'água se formando como um feto
Serenó, confortável, amado, completo
Sem chão, sem teto, sem contato com o ar
Mas tinha que respirar
Todo dia (...)*

*Debaixo d'água por encanto sem sorriso e sem pranto
Sem lamento e sem saber o quanto
Esse momento poderia durar
Mas tinha que respirar*

Arnaldo Antunes

O melhor de ir para a rua espiar o mundo é que não sabemos o que vamos encontrar. Essa é a graça maior de ser repórter. (Essa é a graça maior de ser gente.)

Eliane Brum

RESUMO

O presente memorial detalha a concepção e o processo de produção da webrevista *Na Contramão*, bem como sua fundamentação teórica. Hospedada no endereço www.revistanacontramao.com.br, *Na Contramão* pauta comportamento e cultura através da linguagem (visual e textual) do jornalismo de revista convergente com os ideais de hipertextualidade, personalização, interatividade e multimídia, próprios do fazer jornalístico na Web. A busca por uma atualização do conceito de *outsiders* – para a Sociologia, indivíduos que têm comportamentos que apresentam desvios em relação às regras estabelecidas por grupos ou fixadas pela tradição – inspirou a temática bem como as pautas desta webrevista, apresentada em uma única edição.

Palavras-chave: Webjornalismo; Webrevista, Outsiders.

ABSTRACT

This essay details the design and production process of the web magazine *Na Contramão* (In the wrong way) as well as its theoretical foundation. Hosted at www.revistanacontramao.com.br, *Na Contramão* discusses behaviour and culture through language (visual and textual) inherent of printed news converging with the ideals of hypertextuality, personalization, interactivity and multimediality, fit for web journalism. The search for an update for the concept of outsiders - in Sociology, individuals who have behaviors that deviate from established rules by groups or fixed by tradition - inspired the theme as well as the guidelines of this web magazine, presented in a single edition.

Key-words: Web journalism; Web magazine, Outsiders.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1- Capa única	34
Ilustração 2 – Ilustração da capa da reportagem <i>Virgem?!</i>	35
Ilustração 3 - Capa do livro de Howard Becker	38
Ilustração 4 - Versão preta (para fundo branco) da logomarca da webrevista.	38
Ilustração 5 - Planejamento feito em janeiro	39

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 TEMA: OS OUTSIDERS.....	17
2.2 SUPORTE.....	20
2.2.1. O fazer jornalístico na internet	20
2.2.2. A webvista	23
2.2.3. Dispositivos móveis	27
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	29
3.1 PROPOSTA EDITORIAL.....	31
3.2. IDENTIDADE	37
3.3. PROGRAMAÇÃO, WEB E ESTRUTURA	38
3.4. REDES SOCIAIS	40
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS	43

1. INTRODUÇÃO

A principal motivação para que eu optasse pelo curso de Jornalismo foi a minha inquietação com os desajustes da sociedade. Inquietação essa que, na minha inicial visão utópica, jamais me seguraria em uma cadeira de outro curso que não me permitisse, no exercício da profissão aprendida, externar e incitar anseios de mudanças. Muitos fatores ao longo dos últimos anos apaziguaram este meu anseio, tão clichê entre meus colegas de curso, de “mudar o mundo”. No lugar do desapontamento, no entanto, surgiu um encantamento pela possibilidade de interpretar fenômenos, de ser canal da multiplicidade de vozes, de tornar conhecidos os problemas e as soluções do dia-a-dia. Entendi até que certos desajustes são importantes para manutenção da democracia, por exemplo.

Para a conclusão deste curso, tinha como expectativa a execução de um produto que me permitisse explorar as mais diversas linguagens aprendidas e, principalmente, me desse a leveza de fazer algo cuja temática me excitasse. Percebi também, ao longo destes últimos três anos, que as pautas de comportamento não só me estimulavam, mas me davam a liberdade de ser criativo e de experimentar linguagens, jeitos de reportar. Apesar desse planejamento, ainda no último ano do curso, o *lead* do TCC não era claro para mim.

Durante uma das aulas do sexto semestre, um tema que sempre me provocou o frenesi que procurava veio à tona: os movimentos de contracultura dos anos 60. Ficaram nos meus pensamentos as questões que envolvem esse movimento, sem que eu fizesse uma relação com o TCC logo de início. Buscando conexões com a atualidade, pensava que ainda hoje temos resíduos deste movimento, tanto ao ponto de termos (sociedade) a liberdade, inclusive, de negar certas conquistas defendidas pelo movimento de contracultura.

Foi daí que cheguei à minha questão: quem são as pessoas que vão contra a cultura vigente hoje? Não quis, com a resposta para esse questionamento, dizer que temos na atualidade um movimento de contracultura tal como na década de 60, mas que existem pessoas “na contramão” (definição que veio a ser o título do projeto).

A primeira orientação para elaboração do anteprojeto, ainda com o professor Adriano Sampaio, me fez chegar ao livro *Os estabelecidos e os outsiders: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*, de Norbert Elias e John L. Scotson (2000). Seus

conceitos, fundados na sociologia do desvio, me pareceram mais pertinentes à aplicação do indivíduo ou grupo ou comportamento que desvia da regra. Concluí que os estudos da sociologia do desvio são uma corrente que não é datada, ao contrário do movimento de contracultura. Mais adiante, os escritos de Howard S. Becker (*Outsiders. Estudos de sociologia do desvio*, 2008) me foram mais esclarecedores e atuais do que o primeiro para aguçar a percepção em busca desses desvios de comportamento.

Apesar desta necessária fundamentação teórica na sociologia do desvio, não queria tornar secundário neste trabalho as histórias de interesse humano, o inusitado, a expressividade das personagens da realidade. O *outsiders* se tornou um conceito inspirador para as pautas, jamais algo estritamente delimitador. Um dos objetivos deste trabalho foi o de exercitar um olhar jornalístico – não sociológico, nem antropológico - sobre esse fenômeno na atualidade.

Na Contramão é uma webrevista que pauta comportamento e cultura. Este produto foi inspirado no *New journalism*¹ (não necessariamente em sua totalidade), buscando-se aprofundamento das temáticas que aborda e que também correspondesse aos pedidos de objetividade, atualização e preocupação com o visual da plataforma que foi por mim escolhida para abrigá-lo: a Web.

A produção destinada para este suporte tem como principal preocupação o aproveitamento do potencial da chamada Web 2.0, principalmente a partir das ferramentas que passaram a ser disponibilizadas de modo gratuito. Jamais pretendi criar um produto cuja plataforma fosse algo secundário. Isto é, este não é um projeto que cabe em uma revista impressa, ou em um livro-reportagem, ou em uma série de programas radiofônicos. Isso por que se trata de um produto pensado e construído dentro de um plano discursivo de hierarquização das informações e concatenação de linguagens e mídias que só cabe dentro da World Wide Web. Para João Canavilhas (2007), o uso da Web como um simples suporte é negar a essência da mídia e desprezar a hipertextualidade como base do Webjornalismo.

Em *Na Contramão*, outras características como a preocupação com o visual, tratamento editorial, distintos formatos para o conteúdo jornalístico e um passeio por um tema condutor - os *outsiders* - encaminham esse produto para o formato de uma webrevista que se enquadra na terceira geração do Webjornalismo.

¹ Formato textual que teve origem na imprensa norte-americana. Nem jornalismo, nem literatura, mas ambos, juntos pela construção de uma linguagem romanesca não ficcional. Tom Wolfe, Gay Talese e Truman Capote são as principais referências do gênero.

É na chamada fase do Webjornalismo de terceira geração que temos, segundo Barbosa (2004), conteúdos online mais deslocados da metáfora do jornal impresso. Como dito anteriormente, *Na Contramão* é um produto desde o seu planejamento pensado para Web. A terceira geração abriga conteúdos desenvolvidos exclusivamente para este meio que correspondem a algumas características. Mielniczuk (2003) lista interatividade, personalização, hipertextualidade, memória e instantaneidade como requisitos para essa definição.

Analisando *Na Contramão* por estes critérios, encontramos a possibilidade do usuário escolher uma navegação própria, construindo uma linearidade narrativa particular, correspondendo, assim, aos critérios de interatividade e personalização (PALACIOS, 2002). Com uso de vídeos, áudios, texto, animações e imagens, a webrevista concentra em um só ambiente o formato multimídia. Sua linguagem é hipertextual, porém não tem em si atualização contínua (instantaneidade), devido a escolha por uma única edição com arquitetura de conteúdo fechada, mas usa uma página na rede social Facebook como forma de atualizar os debates iniciados na webrevista. O conteúdo ficará disponível irrestritamente na Web, possuindo, assim, o caráter "arquivista" (PALACIOS, 2002) dos produtos na WWW.

O objeto desta webrevista são os indivíduos que identificamos como *outsiders* na atualidade. Para contar as suas histórias, trazemos os testemunhos, dados e a palavra de fontes especialistas em conteúdos de distintos formatos jornalísticos que expressam um recorte dessa realidade. A hospedagem do produto foi feita no endereço www.revistanacontramao.com.br. O público esperado, em sua maioria, é de jovens, estudantes e profissionais das áreas afins ao projeto, usuários da WWW. O acesso ao conteúdo será irrestrito e contará com ampla divulgação através das redes sociais.

Diante de um contexto de crise no mercado de revistas² e de impressos no geral, *Na Contramão* é um produto que visa fazer experimentações de formatos na *Web*. Formatos estes que não necessariamente são novos no mercado, mas aqui, produzidos dentro de um ambiente acadêmico, preza pela reflexão do momento e da possibilidade de maturação do *modus operandi*.

² No mais recente episódio que denota essa crise, sob o eufemismo de "reestruturação", a editora Abril S.A., iniciou o mês de agosto de 2013 anunciando cortes em seus títulos e, conseqüentemente, de funcionários. Encerrou as atividades das publicações "Alfa", "Bravo!", "Gloss", "Lola" e do portal Club Alfa. 150 profissionais foram demitidos e também ocorreram mudanças na estruturação de diretorias. A empresa divulga que a posição foi estratégica para o posicionamento de suas marcas mais fortes.

Para os teóricos que estudam critérios de noticiabilidade, a controvérsia, a raridade, o incomum e até mesmo o conflito são elementos que justificam o valor-notícia de um conteúdo jornalístico. Gislene Silva (2005) faz um levantamento de alguns desses critérios: controvérsia é um valor-notícia listado pela pesquisadora Pamela Shoemaker. Já raridade é um critério destacado por Walter Lippmann e Mário Erbolato, ambos consideram ainda o conflito, bem como Shoemaker e Manuel Carlos Chaparro. Na relação de valor-notícia proposta por Erbolato ainda estão presentes a confiança e o interesse humano. Para Fraser Bond o que é incomum e o que provoca emoção, entre outras características, têm capacidade de despertar o interesse e a atenção do público. (SILVA, 2005).

Logo, pautar comportamentos, indivíduos ou grupos que são exceções, que promovem rupturas e caminham contra a tradição, é uma possibilidade factível no Jornalismo. Apesar de relevantes e jornalisticamente justificáveis, os temas e grupos que circulam pelos conceitos de *outsiders* são, muitas vezes, marginalizados não só na sociedade, mas também pela grande imprensa. Em geral, “ser diferente” é explicado de forma estereotipada e, na grande maioria das vezes, é dada a voz a especialistas que dizem “como melhorar”, “o que fazer se seu filho/a”, “como cuidar de”, tornando secundários os reais protagonistas do tema em questão. Abordagens essas que beiram a patologia, sem a consideração ou observação dos personagens realmente envolvidos na trama.

A webrevista foi construída buscando-se evitar essas formas de enquadramento citadas acima, privilegiando a ampliação do debate sobre o tema nas esferas das relações humanas, econômicas e culturais, considerando não sofrer com as pressões e as necessidades de “ganchos” do jornalismo diário praticado nas grandes organizações. Em *Na Contramão*, os personagens têm destaque nas narrativas, são as suas histórias e opiniões que iniciam e conduzem os temas.

É por entender que, com muita responsabilidade, o jornalismo tem a incumbência de produzir elementos simbólicos e culturais, que este produto se justifica e distingue por um relato humanizado que pensa em um leitor capaz de inferir e refletir sobre os temas em questão. Nesse sentido, Cremilda Medina (2007) pontua:

Não há narrativa nem matéria jornalística que não seja produção cultural, o que se diz da realidade à nossa volta é representado simbolicamente no discurso jornalístico. E quem interpreta a realidade é um leitor da contemporaneidade que produz sentido, produz significados perante o acontecimento social, econômico, político, artístico, esportivo, científico, ambiental etc. O leitor cultural observa, colhe informações dos acervos e de fontes vivas, cria elos de contexto e elege o protagonismo daqueles que vivem a situação de sua narrativa. E aí se consuma a humanização como eixo central da leitura cultural. Se o jornalista distribuiu nas

mídias apenas os sentidos oficiais, ele não passa de um mero administrador da renda simbólica estratificada. Mas além de exercer a função de um simples administrador, pode ousar a renovação e até a reestruturação plena dos significados em voga – o que revela a grandeza de um leitor cultural (MEDINA, 2007, p. 32).

Dar visibilidade ao sujeito que é “o de fora”, ao que permite o exercício de sair das nossas bolhas sociais de convívio possibilita irrigar valores tão fundamentais como o respeito e a tolerância, o que ressalta a importância social deste projeto. Do ponto de vista acadêmico, construir esse trabalho e fundamentá-lo dentro dos padrões científicos exigidos para a produção de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) não só me permitiu o exercício da prática jornalística, como também exigiu recorrer a campos afins das Ciências Sociais, área essa que considero importantíssima para a formação de um profissional de Comunicação.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 TEMA: OS OUTSIDERS

O conceito de *outsiders* foi desenvolvido pelo sociólogo alemão Norbert Elias (2000)³, por uma necessidade metodológica de categorizar posições identificadas em seu estudo etnográfico que foi realizado em uma cidade do sul da Inglaterra e publicado pela primeira vez no ano de 1965. O termo *outsiders* surge em oposição à *established* (do inglês, estabelecidos) e não ganhou tradução para o português por não haver, na nossa língua, uma palavra que considere seu sentido literal, que seria algo como “o de fora”.

Inicialmente, os estudos de Elias em Winston Parva - nome fictício que atribuiu à cidade da periferia urbana inglesa - pretendia analisar os casos de delinquência na localidade. Chamou a atenção do pesquisador, no entanto, as relações desiguais de poder entre os moradores mais antigos e os mais novos. Os residentes que já moravam há três gerações na região (identificados como “os estabelecidos”) atribuíam para si características humanas superiores, excluía os recém-chegados da relação social não-profissional (já que todos, antigos e novos moradores, pertenciam à classe operária, trabalhadora) e mantinham suas posições através de meios de controle social identificados por Elias como as “fofocas elogiosas” e as “fofocas depreciativas”.

Para Elias, que era considerado um *outsider* na academia⁴, a delimitação da posição dos *outsiders* era feita pelos estabelecidos, que indicavam, nos primeiros, a falta de um “carisma grupal”, algo que os estabelecidos acreditavam ter, assim, deixando claro que essa relação estabelecidos-*outsiders* partia de uma coesão – ou a falta dela – do grupo.

O conceito *outsiders* é universal (ELIAS, 2000) e não-datado, podendo ser identificado em diversas outras relações de poder ao longo da história da humanidade. A posição dos estabelecidos é exemplificada com o termo “aristocracia”, usado em Atenas para

³ Com tradução de Vera Ribeiro, a versão de Os Estabelecidos e Os Outsiders (Elias, 2000) se refere a outsiders apenas no plural, acreditamos que pelo autor ter um entendimento de outsiders enquanto grupo. Elias só usa “outsider” (singular) quando se regere a “grupo outsider”, mantendo o plural em “grupos outsiders”. Já a tradução de Maria Luiza Borges para Outsiders (BECKER, 2008) considera tanto o plural quanto o singular do termo. Neste trabalho adotaremos ambos os usos do termo.

⁴ Elias sofria preconceito por contrariar um pensamento dominante entre seus pares, tanto que teve sua obra reconhecida tardiamente. Em suas pesquisas, buscava identificar o poder nas configurações sociais. “Sua história de vida foi marcada pela situação de limbo entre a inclusão e a exclusão, antes de chegar à academia, como judeu, e na academia por ser um pensador que contrariava os dogmas da ciência moderna” (SILVA, 2010, p. 51).

definir quem eram os detentores das relações de poder. O autor, também, traça outros paralelos nos quais as definições podem ser empregadas, como nota-se na citação:

Essa é a autoimagem normal dos grupos que, em termos do seu diferencial de poder, são seguramente superiores a outros grupos interdependentes. Quer se trate de quadros sociais, como os senhores feudais em relação aos vilões, os "brancos" em relação aos "negros", os gentios em relação aos judeus, os protestantes em relação aos católicos e vice-versa, os homens em relação às mulheres (antigamente), os Estados nacionais grandes e poderosos em relação a seus homólogos pequenos e relativamente impotentes, quer como no caso de Winston Parva de uma população da classe trabalhadora, estabelecida desde longa data, em relação aos membros de uma nova povoação de trabalhadores em sua vizinhança (ELIAS, 2000, p. 19).

Apesar dos *insights* de Elias para a delimitação do conceito, destacamos neste trabalho as contribuições de um dos mais influentes cientistas sociais contemporâneos, o estadunidense Howard S. Becker (2008), relevantes para o amadurecimento da sociologia do desvio (que aparece com a Sociologia Americana no fim dos anos 50). Becker, com o qual concordamos, se atém especificamente à problemática dos *outsiders* (sendo importante destacar que este é um conceito indissociável do de estabelecidos).

O autor conceitua que *outsider* pode ser tanto quem infringe as regras impostas pelo grupo, mas também o grupo pode ser considerado *outsiders* por esse primeiro, caso não considere legítimas as regras que lhe estão sendo impostas. O autor relativiza níveis de aceitação entre o que julgamos desviante ou não, e faz um apanhado das possíveis definições de desvio, criticando-as: 1) Visão estatística: é desviante tudo que varia excessivamente à média (o autor considera simplória essa abordagem). 2) Visão patológica: faz analogia com a medicina e os desajustes orgânicos (apontado pelo autor como de difícil aplicação quando se considera o plano comportamental ou psicológico, em analogia ao orgânico). 3) Visão sociológica (mais comum): dualidade entre funcionais (traços sociais de quem promove estabilidades) *versus* não funcionais (dos que rompem a estabilidade), o que o autor considera frágil (BECKER, 2008, p. 17).

Por fim, após esse panorama, o americano conclui que o desvio é um “produto de uma transação que tem lugar entre algum grupo social e alguém que é visto por este grupo como infrator de uma regra”, levando em conta que o “desvio não é uma qualidade que reside no próprio comportamento, mas na interação entre a pessoa que comete um ato e aquelas que reagem a ele” (BECKER, 2008, p.27). Quando se refere a regras, o autor não aponta necessariamente para as leis, mas as “regras operantes efetivas de grupo, aquelas mantidas

vivas por meio de tentativa de imposição” (BECKER, 2008, p.27). Ele aborda tanto os *outsiders* que de alguma forma têm traços de ilegalidade (como sua pesquisa com usuários de maconha, que nos Estados Unidos é algo socialmente reprovado e também contra a lei), mas também pesquisa a vida de músicos de casa noturna: como eles se diferem dos demais músicos, como se desassociam de outros prestadores de serviço etc.

Becker ressalta também em seu livro que os *outsiders* não formam um grupo homogêneo e, levando em conta o alto nível de complexidade das organizações sociais na modernidade, aponta que é difícil chegar a uma concordância do que são regras e como elas devem ser aplicadas. Para os estudos da sociologia do desvio, o *outsider* é uma forma de posicionar-se no mundo. Entendemos com isso que, em tempos em que pluralidade é um termo da moda, estar em um contexto de exceção, ruptura ou contradição ainda é sinônimo de constrangimento, preconceito e desconhecimento.

Como já exposto, nossa identificação de *outsider* na atualidade não reflete uma pesquisa nem metodologias científicas específicas do campo das Ciências Sociais. Inspiramo-nos nas características apresentadas pelos autores acima citados para refletir sobre que grupos ou indivíduos podem ser considerados *outsiders* hoje. Considerando que o conceito é flutuante dentro da ótica que se enquadra os estudados, primeiro percebemos alguns deslocamentos ao longo dos anos. Um desses está no campo da sexualidade: a virgindade, tema abordado em uma das pautas de *Na Contramão*. A virgindade, como mostra nossa reportagem⁵, era sacralizada e hoje é dispensável para o início de uma vida conjugal. A perda da virgindade banalizou-se de modo que, entre jovens de classe média universitários ser virgem é fator de constrangimento. Assim, a virgem, em um contexto em que o sexo é banalizado é uma *outsider*. Já em um meio cristão, a desvirginada antes do casamento ainda é desviante.

Podemos ilustrar os *outsiders* na atualidade, ainda, com histórias de pessoa que optam por uma medicina alternativa em tempos de tão grande desenvolvimento dos fármacos. Ou jovens integrantes de grupos de música eruditas em tempos em que poucos acordes são as principais referências musicais do país (esses dois últimos não são pautas desenvolvidas em *Na Contramão*). Mais a frente, detalharemos outros casos que identificamos, por livre inspiração, como *outsiders*.

⁵ Disponível em: <https://revistanacontramao.jux.com/1401393>

2.2 SUPORTE

2.2.1 O FAZER JORNALÍSTICO NA INTERNET

Na academia há diferentes nomenclaturas para o jornalismo que se pratica na internet: jornalismo digital⁶ jornalismo online, jornalismo multimídia ou ciberjornalismo. Adotarei o termo Webjornalismo, considerando a definição de Luciana Mielniczuk (2003) e Canavilhas (2007), que levam em consideração as interfaces gráficas da rede. Para Mielniczuk, “a internet envolve recursos e processos que são mais amplos do que a Web, embora esta seja, para o público leigo, sinônimo de internet” (MIELNICZUK, 2003, p.26). O professor da Universidade da Beira Interior (Portugal), João Canavilhas, reforça o conceito:

Considerando que el concepto de periodismo está directamente relacionado con el soporte técnico y el medio que difunde las noticias (Murad, 1999), nos parece que la palabra webperiodismo es la que mejor se adecua al periodismo hecho en y para internet, más específicamente, en la parte de internet denominada World Wide Web. Por lo tanto, lo que entendemos por webperiodismo es el periodismo que utiliza las herramientas de internet para investigar y producir contenidos periodísticos difundidos por la Web, y que tiene un lenguaje propio compuesto por textos, sonidos, imágenes y animaciones, conectados entre sí a través de enlaces (CANAVILHAS, 2007, p. 6).

O Webjornalismo tem três fases bem definidas e já se aponta o amadurecimento de outras gerações. Grosso modo, a primeira fase refere-se a um momento de reprodução *fac-símile* da versão do produto jornalístico impresso, com interface gráfica estática. O aprimoramento visual e início do uso do *hiperlink* marcam a segunda fase e, já no terceiro momento, temos a ampliação dos recursos multimídia e a possibilidade de interação do consumidor da informação. Para Barbosa (2004), chegamos “num estágio consolidado para boa parte dos usuários, que contribui para se experimentar novos formatos de produtos e de narrativas, além de novos enfoques para os conteúdos, bem como para a sua apresentação e disponibilização”.

Com emergência destes novos formatos e formas de fazer jornalismo citadas por Barbosa, temos hoje duas outras fases em amadurecimento. Barbosa (2007) considera que o

⁶ Segundo Canavilhas (2007), o digital se refere a introdução de computadores para o processo de produção de notícias (não só para o web, já que, seguramente, essa foi a única evolução comum a todos os suportes nas duas últimas décadas). De modo que o termo não é específico o suficiente para designar o jornalismo na web.

jornalismo na e para a internet vai, cada vez mais, se valer do uso da base de dados, o que cria uma etapa de transição entre a terceira e a quarta geração do jornalismo digital, por ela denominada Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD). Pesquisas do Projeto Laboratório de Jornalismo Convergente (Facom-Ufba) também apontam uma quinta fase do desenvolvimento do jornalismo em redes digitais, que, de acordo com Barbosa (2013), é debatido paralelo ao que se entende hoje por convergência jornalística, sendo as mídias móveis (como os *smartphones e tablets*) “agentes propulsores de um novo ciclo de inovação, no qual a emergência dos chamados aplicativos jornalísticos autóctones para *tablets* são produtos paradigmáticos” (BARBOSA, 2013, p 34). Não há uma valoração dessas fases, apesar de ser uma progressão, o que as distingue são as características de cada momento.

Buscando referências e similares para este trabalho, navegamos sem um critério metodológico ou científico por *sites* de revistas brasileiras. Foi possível observar que no cenário das empresas de comunicação que produzem revista no Brasil, o mais frequente é a posição do uso do jornalismo *online* ainda na segunda geração. O modelo editorial das principais editoras de revista do país opta pela transposição do conteúdo impresso para o *online* deixando o conteúdo multimídia, quando existe, ou por conta dos extras da reportagem impressa (sendo este suplemento apontado através de endereço eletrônico na diagramação – algo que vem se tornando mais frequente, mas ainda não está completamente instalado) ou relacionado a algumas das produções pensadas para alimentação do portal de notícias da publicação.

Nem sempre a Web faz parte do planejamento e da rotina produtiva natural entre o pensar e executar as pautas e distribuir os conteúdos. Temos alguns exemplos. Títulos da editora Abril, a principal do país em número de leitores, são exemplos da transposição do conteúdo impresso. A Veja, uma das mais antigas publicações do país ainda em circulação - lançada em 1968, que alimenta tanto um acervo com a reprodução *fac-símile* da publicação impressa, como, em seu site, reserva espaços para a produção de conteúdos hipertextuais em <http://veja.abril.com.br/multimedia> e mantém atualização contínua do *site*. Já o portal da revista Bravo!⁷ tem uma seção intitulada “Só No Site”. A editora Globo já chegou a utilizar a leitura através de QR Code⁸ para integrar a revista Galileu com o conteúdo da WWW.

⁷ Disponível em: <http://bravonline.abril.com.br/>. Acesso em 07 de agosto de 2013

⁸ O QR Code é um código de barras em 2D que, com o auxílio de aplicativos de aparelhos celulares, permite o direcionamento para um conteúdo online.

Fora dos grandes conglomerados de comunicação, temos alguns exemplos de produtos que se esforçam em novos formatos. A revista de instrumentos musicais Guitarload possui formato que tenta mudar esse cenário: trata-se de uma revista (exige download de um arquivo) com conteúdo produzido em Adobe Flash com inserções de links e conteúdo audiovisual (o áudio pode ser reproduzido nas próprias páginas, os vídeos, no geral, são consumidos no *browser*, fora do *software* que gera a visualização da revista). “Guitarload não é simplesmente um portal na internet. Tampouco uma mera publicação. É uma mistura que aproveita o melhor de cada um desses universos, resultando numa revista digital”, diz a apresentação no site⁹.

Quanto à delimitação dos formatos e gêneros para os conteúdos jornalísticos na internet, por muito se estabeleceram aqueles que têm por base as características e gêneros do impresso. Especialmente a reportagem - central em nosso produto - que apresenta pontos de semelhanças mesmo em diferentes suportes. A reportagem é o lugar da objetividade informativa, da predominância da narrativa, com tensionamentos, ação dramática, descrições (SODRÉ, 1986). A reportagem se constitui como o lugar do aprofundamento. Quando inserida no contexto da Web, este gênero passa a ser uma potencialização da reportagem oriunda do impresso (FREIRE, 2010), passando a contar com elementos próprios da rede, enumerados por Palacios (2002) como sendo: multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização, atualização e memória (base de dados).

Aliado aos recursos linguísticos que tem ao seu dispor, às informações coletadas, à observação realizada em campo, o comunicador, ao compor uma webreportagem, deve considerar a necessidade de análise do fato – característica da reportagem – e as especificidades do meio de comunicação em que se insere ao cumprir as etapas cruciais de organização, análise, redação e edição do material jornalístico.

Uma característica do gênero no jornalismo impresso, que pode ser transposta diretamente para a reportagem na *Web*, é a possibilidade, descrita por Beltrão, da formatação da reportagem não em um único texto. O autor (1976, p. 88) define que o jornalismo interpretativo (categoria em que se enquadra a reportagem) não é composto de uma matéria única, mas da união de diversos textos que cercam a ocorrência e fornecem sentido a ela (FREIRE, 2010, p. 36).

O fazer jornalístico na internet é um desafio quanto à forma de aproximação do público consumidor da notícia, especialmente no que se refere às suas características de

⁹ http://www.guitarload.com.br/quem_somos

interatividade¹⁰ e atualização. Autores como Canavilhas (2001), por exemplo, acrescentam outro requisito como forma de justificar a estadia do conteúdo na Web: a personalização/customização de conteúdo.

Entre essas características, no entanto, figura como espinha dorsal do produto jornalístico na Web o tratamento hipertextual. “São os links hipertextuais que estruturam, organizam e apresentam o grande volume de informações que pode passar a integrar a narrativa do fato jornalístico num cibermeio” (BARBOSA, MIELNICZUK, 2011).

É a hipertextualidade que permitirá ao consumidor da notícia navegar pelas peças e, ao fazê-lo, produzir um discurso próprio e muitas vezes único dos conteúdos que foram concatenados. E é essa capacidade de escolha do leitor que a pesquisadora Concha Edo ressalta abaixo:

Junto a la interactividad, una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la red es, sin duda, el hipertexto, que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes, y por medio de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a todo tipo de archivos. Así, una de las claves de esta nueva narrativa está en dividir con criterios periodísticos todo el conjunto noticioso y documental en elementos más pequeños y manejables con los que se pueda facilitar la navegación y la visualización del texto y las imágenes que integran la consulta. Es el propio lector el que elige cómo quiere enterarse del contenido de los medios, el que decide la trayectoria y el orden que quiere seguir en un mensaje, o un conjunto de mensajes por los que puede navegar (EDO, 2007, p. 08).

São essas características que, mescladas e muitas vezes em diferentes níveis de maturação, permitem a identificação de uma produção jornalística para a *web*.

2.2.2 A WEBREVISTA

Das primeiríssimas “bonecas” de revista que surgiram na Alemanha no século XVII¹¹ até as publicações altamente interativas que saltam aos olhos das telas dos *tablets* hoje, qual é a característica que unifica as revistas? Inicialmente o aprofundamento de temas - “mais do que um jornal e menos que um livro” – é a primeira resposta. Com um tempo, o adjetivo leve marcou o jeito da escrita e os temas abordados por esse formato. No início do século XX, com os avanços industriais que resultaram em uma maturação das artes gráficas, da tipografia e da

¹⁰ A interatividade se dá pela possibilidade do leitor/internauta se sentir parte do fazer jornalístico. Isso pode ocorrer através de comentários, através da troca de e-mails com os jornalistas, com a possibilidade de consumir os formatos da web escolhendo (ou criando) sua sequência de navegação, etc.

¹¹ O título *Erbauliche Monaths Unterredungen*, que teve publicação em Hamburgo, na Alemanha, entre 1663 e 1668, pelo teólogo Johann Rist é considerado a primeira revista editada no mundo (SCALZO, 2009, p. 19).

impressão, se juntou ao imaginário das revistas serem também um produto de alto impacto visual, de *design* elaborado e que explora fotografia, ilustração e infografia.

O *boom* do consumo de informações através dos dispositivos móveis chegou também para elas, lembrando para inclusão na nossa lista outra característica das revistas: um formato portátil. É possível caracterizar as revistas ainda pela sua periodicidade: que não atende ao jornalismo diário, inclusive havendo, por conta disso, a não obrigatoriedade de ser pautada pelo factual, pela agenda, além de ser geralmente segmentada. A palavra *review* (do inglês, revista, revisão, resenha ou crítica literária) é a origem do termo revista em sua vertente jornalística. Porém, no EUA e na Inglaterra as revistas são conhecidas como “*magazines*” - com origem na expressão árabe *al-mahazen*, que significa “deposito de mercadoria variada” (DOURADO, 2012, p. 38).

Antecipo que, quando ganharam versões virtuais, as revistas desmontaram suas estruturas básicas (capa, miolo e contracapa). “No contexto digital, a estrutura (das revistas) passa a ser variável, plural, aberta, perdendo tais limites” (DOURADO, 2012, p. 140). Já havendo anteriormente explanado sobre o fazer jornalístico na WWW e sobre as características de uma revista, poderia ser fácil delimitar o termo webrevista, não fosse o que autores, especialmente os integrantes do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL), da Faculdade de Comunicação da Ufba, Natansohn (2013), Cunha (2011) e Dourado (2012), explicam de um uso impensado do termo revista, muitas vezes sem nenhuma relação com os processos editoriais ou com o imaginário dos suporte físico.

No Brasil, outra dificuldade para o estudo desse gênero inicia com a nomenclatura, segundo Graciela Natansohn:

No final do século XX, quando o jornalismo chegou às redes digitais, elas também se trasladaram ao ciberespaço, se recriaram e transformaram a tal ponto que a pergunta sobre o que é, hoje, uma revista no ambiente Web, não é nada fácil de responder. Conhecidas, no mundo anglo-saxão, como e-zines, webzines, cyberzines, hyperzines, ou magazines online, no Brasil, como não há uma terminologia específica, elas continuam a ser chamadas de revistas online ou webrevistas. (NATANSOHN, 2010. p, 02)

As características deste produto, como defende Palacios (2003) em relação à inserção de suportes anteriores à WWW, são marcadas pela continuidade e potencializações. Sua definição se ancora na expectativa da forma de visualização do conteúdo na Web e nisso dialoga com a mídia que a precedeu. Sendo assim, ao falar de uma webrevista, delimita-se uma produção que englobe sim as características do fazer jornalístico na internet, mas também que compreenda certas indicações editoriais de uma revista física. Podendo, destaco

aqui, não necessariamente reunir todos os elementos do formato revista, já expostos, nem também todos os requisitos do Webjornalismo, como afirma Palacios (2003).

É o que defende Dourado (2013), para quem as revistas em formatos digitais mesclam características do suporte impresso com características do meio digital. De acordo com sua pesquisa, apesar de serem distribuídas em diferentes plataformas, a variedade desses produtos tem características muito próximas, mas que se distinguem pela lógica de apresentação do conteúdo. A autora afirma ainda que as características estruturais e visuais são, geralmente, o que norteia a classificação e não necessariamente uma abordagem entre as revistas na Web.

Dourado (2013) propõe um modelo de classificação das revistas em meios digitais categorizando-as em: 1) Site de revistas: páginas na web que funcionam como extensão da edição impressa. 2) Webzines (aqui situamos *Na Contramão*): conteúdo fechado¹² e inédito que surge exclusivamente por conta da Web. 3) Revistas portáteis: geralmente conteúdo aberto, cujo acesso é através de *smartphones*. 4) Revistas expandidas: versões para tablets, com recursos digitais, de um produto impresso. 5) Revistas Nativas Digitais: exclusivas para tablets. 6) Revistas Sociais: agrega informações emitidas de círculos do usuário de redes sociais (DOURADO, 2013, p. 80)

Já Freire (2013) sugere uma classificação em menor número de tipologias: 1) Site agregado: *sites* das revistas impressas que tanto podem as reproduzir como funcionar como um “*teaser*” delas. O autor exemplifica com o *site* da revista Rolling Stone Brasil¹³; 2) Revista impressa em arquivo digital: distribuição em formato eletrônico de uma versão idêntica de uma revista impressa, a exemplo da revista Design & Life¹⁴; E, por fim, 3) as revistas digitais.

Concentrando-se no conceito de Webzines defendido por Dourado (2013), no qual, como já dito, acreditamos que *Na Contramão* se encaixa, foi possível inferir algumas características deste produto: são publicações fechadas em edições, que inovam no modelo de apresentação, se diferenciando dos *sites* com o modo de folheio através dos *flip Page*; têm publicações com periodicidade de intervalos longos, geralmente mensais; a atualização contínua (apelo do Webjornalismo na atualidade) não tem forte influência neste tipo de publicação, que também, ainda segundo Dourado (2012), tende a não apostar em reportagens

¹² *Na Contramão* tem conteúdo aberto por não ter fins comerciais.

¹³ <http://rollingstone.uol.com.br/>

¹⁴ <http://www.revistadesign.com.br/2/>

(*Na Contramão* vai de encontro a isso). Duas outras características são o forte apelo visual e a o fato de quase sempre as *webzines* estarem associadas à produção independente. O principal suporte das *webzines* são os *desktops, note e netbooks*, o contato é mediado por mouse e teclado e são fechadas quanto à arquitetura de conteúdo. Já para Freire (2013), as revistas digitais são formatos que se sustentam editorialmente sem a presença de conteúdo impresso e que trabalham as potencialidades do webjornalismo.

Quanto ao nome desse tipo de publicação, ainda também não há consenso quanto à terminologia, como já pode ser visto entre as pesquisas de Dourado (2012) e Freire (2013). O que Dourado nomeia de *webzine*, justificando ser este o nome de maior propagação no mercado comercial e na academia, é também conhecido como *e-zines, e-fanzines, cyberzines, hyperzines* (NATANSOHN apud DOURADO, 2012, p. 86).

Dourado (2012) analisou ao longo de três meses as publicações Parafina Mag¹⁵ (Brasil) e 5# Magazine¹⁶ (Inglaterra), modelos que identificou como *webzines*. Os critérios por ela analisados foram periodicidade (apresentavam edições fechadas mensais, sem atualização contínua), especialização (nitidamente perceptível por questões visuais e textuais). A brasileira uma revista de esportes no mar, já a inglesa, uma revista de esporte, personalidade e estilo), primeira página (escolhas de capas, ao invés de *home*, no caso da 5# Magazine com áudio e animação), reportagem em profundidade (seção que não foi encontrada nas edições analisadas) e quanto à fotografia/ilustração (uso expressivo de fotografia, em detrimento de ilustrações).

Segundo Scolari (2013), as principais diferenças entre as revistas *online* e as revistas impressas são: a frequência (impressas têm periodicidade melhor definida enquanto as em formatos digitais podem – não necessariamente deva - seguir um fluxo contínuo de atualização), o financiamento (impressas geralmente não são gratuitas, vendem e atraem publicidade, o que, segundo o autor, é o oposto nas revistas digitais). E, no caso do *online*, permite conteúdo criado por usuário.

O consumo através da navegação de uma webrevista é possível através de elementos de interatividade e reconstrução simbólica do imaginário do consumir uma revista física. “Páginas, cadernos, editoriais, esses conceitos oriundos da tradição do jornalismo impresso, na Web tomam forma à medida que o leitor navega por espaços que vão sendo construídos interativamente, com base nas possibilidades oferecidas pelo veículo em questão”

¹⁵ <http://parafinamag.com.br/revista>

¹⁶ <http://app.5mag.co/>

(DALMONTE, 2007. p. 64). O desafio, no entanto, é reconfigurar esse consumo na internet para incluir elementos de multimídia e de interatividade, desafio que compramos em *Na Contramão*.

Canavilhas (2001), ao traçar um histórico dos meios de comunicação na Web, afirma que este suporte iniciou suas atividades distribuindo conteúdo do meio que considerava ter sido substituído¹⁷ – o jornal. O autor sustenta sua afirmação na máxima do filósofo canadense Marshall McLuhan: o conteúdo de qualquer *medium* é sempre o antigo *medium* que foi substituído.

No percurso de desenvolvimento das fases do Webjornalismo, que amadureceu ao passo que novas potencialidades da Web foram sendo agregadas, a afirmação de McLuhan ficou obsoleta, apesar de ainda hoje ser possível verificar uma série de produções jornalísticas recentes que se encaixam ainda na primeira fase do jornalismo (de acordo com a evolução que já vimos anteriormente).

Quanto às formas de distribuição, O PDF (Portable Document Format) por muito tempo foi o principal formato para publicação de revistas online, por vezes incorporado em leitores (em flash ou tecnologia *flip page*, em sua maioria) que reproduzem o som ou conecta duas páginas semelhante ao modelo físico. Leitores esses que, em sua maioria, foram possíveis a partir da criação, em 1996, do SWF ou Shockwave Flash, desenvolvido pela Macromedia e que futuramente iria incorporar aos produtos da Adobe. O desenvolvimento da tecnologia HTML5 promete também ser uma ferramenta para a difusão de revistas. O exposto demonstra constante aprimoramento técnico que colabora para uma evolução nos formatos, o que, segundo o pesquisador Carlos Scolari, vem sendo acelerado nos últimos cem anos (SCOLARI, 2013, p. 192).

2.2.3 DISPOSITIVOS MÓVEIS

A celeridade com que os dispositivos móveis entraram no processo de consumo de informação proporcionou que - mesmo não havendo grande volume de produções e debates acadêmicos que relacionem especificamente as revistas e suas versões interativas para *desktops* e *notebooks* (pelo menos em português) – a produção de revistas em *tablets* se

¹⁷ Palacios (Apud ARAÚJO, 2009, p. 02) não acredita na substituição de suportes anteriores por suportes novos, antes afirma que entende a constituição de novos formatos mediáticos como "uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, 'em convivência' (e complementação) no espaço mediático", não identificando nesse processo rupturas com relação a prática jornalística no suporte anterior.

tornasse o principal debate atualmente sobre este suporte. A produção para os dispositivos móveis hoje concentra na convergência de conteúdos multimídias em uma mesma tela, com maior capacidade de interação e personalização do usuário, segundo Cunha (2011). Dois exemplos dessas características são as publicações da Sports Illustrated¹⁸, da Time Inc., e da Wired Magazine¹⁹.

As discussões acadêmicas seguem essa tendência, concentrando também as pesquisas nessa relação de como as revista em meios digitais estão sendo produzidas e consumidas em dispositivos móveis como os *tablets e smartphones*. O debate tem principal foco na possibilidade de modo de visualização e similaridade com a relação leitor-páginas impressas / leitor-*touchscreen*. Como problematiza a pesquisadora Tatiana abaixo:

Ao perceber as revistas já consolidadas nos dispositivos móveis, smartphones ou tablets, a principal diferença apontada é o retorno das características tradicionais do suporte impresso, adaptado na tela tátil (*touchscreen*), que retira a mediação direta do teclado ou mouse no acesso à informação. Ou seja, o contato do consumidor com a revista é simulado pela tecnologia tátil, gerando maior proximidade no ato de leitura. Outro apontamento comum entre os dois suportes smartphones e tablets- quando comparado com a web diz respeito à limitação da dispersão da leitura, já que ela é possibilitada através de aplicativos nestes dispositivos. Em outros termos, o consumo nos apps ocorre de modo distinto das telas de computador: o foco é no aplicativo, não na "imensidão" da web (DOURADO, 2013, p. 86).

Cunha (2011) também fala de como esse novo cenário reaviva as discussões sobre modelo de negócio do jornalismo, em épocas de crise no impresso. O tratamento multimídia é também uma preocupação dos acadêmicos.

¹⁸ <http://youtu.be/ntyXvLnxyXk>

¹⁹ <http://youtu.be/T0D4avXwMmM>

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após o desenvolvimento do anteprojeto, aos poucos foram sendo amadurecidas as ideias das pautas. Algumas caíram, outras surgiram, mudaram de foco. Processo natural no jornalismo. A etapa de pré-produção consistiu basicamente na identificação das fontes. A busca primeira foi feita através de um email que redigi explicando algumas das pautas e uma indicação de possíveis personagens que precisava. Esse texto foi distribuído para amigos e conhecidos através do email e de redes sociais, pedindo a replicação para outras pessoas que por ventura pudessem ajudar na localização ou intermediação de contato com os personagens das reportagens. Foi através desse canal que consegui os principais personagens das reportagens.

Ao todo, são duas reportagens, uma série de microperfis, um artigo, um ensaio seguido de uma crítica de um produto cultural e um infográfico e um ensaio fotográfico. Apresentamos a seguir, de forma resumida, as pautas e os formatos. A webrevista possui um editorial, assinado por Alexandro Mota, contextualizando e comentando o tema que une as pautas: o conceito de *outsiders*. A primeira reportagem é *Virgem?!*, que mostra os dois lados da virgindade: como constrangimento entre meninas universitárias e como escândalo entre membros de igrejas protestantes que perderam a virgindade antes do matrimônio. Nessa reportagem o aprofundamento fica por conta de um vídeo-entrevista com uma psicóloga e especialista em terapia sexual e com um *podcast* que narra o bastidor da reportagem, que revela o porquê os rapazes evitam falar sobre o tema quando são virgens.

O conteúdo a seguir é uma série com cinco perfis (perfis jornalísticos em textos programados em páginas símiles a um perfil na rede social Facebook). A segunda reportagem é *Um por Todos*, que narra as dificuldades e as superações de jovens de famílias humildes que conseguiram vencer o estigma da faculdade para às elites. A reportagem traça um perfil dos avanços da democratização da educação superior nos últimos dez anos e traz questões constitucionais e acadêmicas para esmiuçar o tema. O ensaio fotográfico e a produção de dois colonistas são detalhados à frente.

A principal dificuldade com as fontes foi com o agendamento com fontes especialistas. Recorreu-se inicialmente à agenda construída ao longo de quase dois anos

atuando na editoria de Cidades de um jornal impresso de Salvador²⁰. Porém, a identificação de que se tratava este de um trabalho acadêmico me pareceu dificultar para as fontes a disponibilidade de tempo para conceder entrevista para um estudante. O contato com os especialistas, de acordo com o planejamento inicial, deveria ser sempre presencial, com a gravação de uma entrevista em vídeo. Cheguei a pensar em usar o *site Ajude um Repórter*²¹ para a localização dessas fontes, não fosse o veto dos seus organizadores para buscas de estudantes de jornalismo. Também recorri às assessorias de imprensa de instituições de ensino particular.

Com a insistência na busca, acabei por alcançar o número de pelo menos uma fonte especialista para cada reportagem - *Virgem?!* (uma especialista) e *Um Por Todos* (dois especialistas), bem como um especialista para os microperfis *Os Desconectados*. Acredito que a interlocução de mais de um especialista resultaria em um produto melhor.

As entrevistas com os personagens não exigiram recursos maiores, ocorreu em espaços públicos (shoppings, cafés, biblioteca). Todas foram gravadas em áudio, com objetivo de, no momento da transcrição, manter maior fidelidade ao que foi dito pelas fontes e também permitir a disponibilização de trechos da entrevista em *podcast*, caso fosse oportuno (como foi, em alguns casos). As fontes especialistas dependiam de checagem da locação, garantindo a qualidade da gravação do vídeo. Ocorreu no local de trabalho das fontes e dependia de uma pré-produção para reservar os equipamentos²² do Laboratório de Vídeo e TV (LabTv) da Facom.

Todo o conteúdo foi pensado multimídia, contendo pelo menos três linguagens (considerando texto, vídeo, podcast, fotografias/ilustrações, galeria de imagem, infográficos) em cada formato, cujo uso é detalhado abaixo. A escolha dos formatos visou garantir diversidade. Com exceção²³ do ensaio fotográfico, todos os demais conteúdos foram produzidos exclusivamente para *Na Contramão*. Há colaborações e todo o conteúdo teve tratamento editorial assinado por Alexandro Mota.

²⁰ Fui estagiário do Jornal Correio*, empresa da Rede Bahia de Comunicação, de outubro de 2011 a julho de 2013.

²¹ www.ajudeumreporter.com.br

²² Foram utilizados para as filmagens uma câmera Sony HDV 2000 e um tripé do LabTv. Um Microfone m=tipo boom emprestado de um colega. Os áudios foram captados através de aplicativos de gravação de áudio para *smartphone*.

²³ O ensaio foi produzido para duas campanhas contra a homofobia promovidas pelo grupo Baphão Queer. As imagens dos ensaios foram tratadas e escolhidas de modo a construir uma narrativa lógica.

Troca de emails, reuniões, burocracias, pedido de autorização para uso de imagens. O bastidor da produção desta webrevista demonstra a necessidade que tive de exercer a função de editor, o que foi acentuado nas duas colaborações de texto que tive. Para a seção de opinião, duas reuniões com Gessé Araújo, doutorando em Artes Cênicas que escreve sobre o teatro baiano. Apesar de ser dele todo o conteúdo e opinião expostos foi preciso deixar clara a proposta da revista, introduzi-lo ao conceito do *outsiders* e etc.

O mesmo com a jornalista Lorena Calimam, que assina o texto ensaístico Tão Zí. Participei da produção através da compilação de informações, indicações de leituras para ela, reuniões para debater a pauta por mim elaborada etc. E, ainda, considerando a função de editor, me coube o desafiador trabalho de titular, assim como definir os intertítulos.

Essas funções acima citadas exigiram uma visão macro do produto, para conseguir encontrar uma uniformidade e uma única lógica para as produções. Um desafio e tanto.

Por fim, a última etapa desse processo será a distribuição, que será feita pela Web, com oferecimento do conteúdo através de listas de emails e através da divulgação da Fanpage (www.facebook.com/revistanacontramao).

3.1 PROPOSTA EDITORIAL

Defendemos da seguinte forma a linha editorial da webrevista:

Na Contramao, uma webrevista de comportamento e cultura, utiliza as potencialidades da internet para criação de uma narrativa leve, com aprofundamento e preocupação visual. Preza pelas histórias. E as boas histórias devem ser contadas, escritas, mostradas... Assim, com o máximo de recurso possível. Em tempos de amplos debates sobre as diversidades e pluralidades, a revista pauta a singularidade. Em sua única edição, tenta exercitar um olhar jornalístico - atualizando e personificando – sobre o conceito de *outsiders*. Grosso modo, para a Sociologia, *outsiders* são grupos ou pessoas que têm comportamentos que desviam do de um grupo socialmente estabelecido ou de tradições. Por ser produzida em um ambiente acadêmico, a Faculdade de Comunicação da Ufba, este é um produto que busca refletir sobre o fazer jornalístico na web e, especialmente, sobre a relação revista - internet. Sua plataforma é pensada para computadores, iPad e iPhone e, em breve, pode estar chegando para *gadgets* com sistema Android. Está conectado com a lógica de compartilhamento, com os botões ao alcance para o leitor levar o nosso conteúdo para as suas *timelines*. *Na*

Contramão também está no Facebook à espera de interatividade e *feedback*, mas também é lá que pretende ampliar, com a divulgação de outras produções, o debate iniciado com a edição.

É importante destacar na linha editorial que *Na Contramão* é um produto segmentado, cuja especialização se dá nos campos da cultura e do comportamento humano. A especialização/segmentação é uma das principais características das revistas, sejam elas em formatos digitais ou não. Essa peculiaridade, conforme Tatiana Dourado (2012), acaba por refletir em todo o produto.

O conceito da especialização é trabalhado em pauta, editorias, matérias, reportagens, identidade e acabamento visual, além do preço, quando são disponibilizadas para venda. O objetivo maior é atender a demanda de informação de um público segmentado, aqueles interessados nas especificidades de determinadas temáticas (DOURADO, 2012, p. 45).

Detalharei a seguir o que se pretendeu com o emprego de cada linguagem, pontuando como se deu o tratamento editorial de cada conteúdo.

TEXTO - Assim como Medina (2007), acreditamos que a reportagem é um gênero central, único em sua capacidade de comunicar. Por isso, considero *Virgem?! e Um Por Todos* as peças principais desta webrevista. O texto escrito é o fio condutor de todo o produto, por eu considerar que é uma linguagem que tenho melhor domínio (em relação ao texto falado ou ao áudio visual). Inicialmente, no anteprojeto, tinha uma grande preocupação com o tamanho dos textos. Cheguei até a planejar que quatro mil caracteres seria o limite para as reportagens, considerando antes (e sem uma maior reflexão) que o texto para internet deve ser curto, rápido.

Porém, não queria abrir mão da estrutura que planejei: abertura das reportagens com texto mais próximo de um estilo literário (*new journalism*). Percebi que não se conta boas histórias contando caracteres, escrevi livremente. Depois exercitei sim o olhar de editor, que corta os excessos. Mas ainda assim extrapolava os quatro mil caracteres planejados. Questionei-me sobre o porquê deveria ter textos curtos enquanto havia tanto por dizer, o porquê limitaria minha audiência de conhecer apenas uma parte do conteúdo jornalisticamente selecionado.

Foi uma entrevista²⁴ que li com o professor de Jornalismo online Ramon Salaverría (Universidade de Navarra, Espanha), que me confortou. Segundo Salaverría, a predominância de "texto curto" na internet pode estar relacionada a questões de produção e não necessariamente a uma especificidade, uma demandada do leitor de internet. Ele explica: o perfil dos jornalistas Web é geralmente pessoas mais novas, inexperientes, e com grande quantidade de trabalho. O pesquisador garante inclusive uma proporção: a cada dez profissionais trabalhando em um produto impresso temos uma pessoa no online em edição correspondente.

"Não é que as pessoas apenas leem artigos curtos na Internet. Até agora, a mídia só tem oferecido artigos curtos de texto. Acho que a chave não é se o conteúdo é curto ou longo, mas se é bom ou ruim. Se você publicar um artigo ruim online, mesmo que seja curto, ninguém irá lê-lo. No entanto, se o conteúdo é muito bom, muitos leitores estarão dispostos a lê-lo, mesmo na edição online" (GIMENEZ, 2011). Enfim, prezei por me esforçar para escrever um texto leve, cuja leitura não fosse percebida pelo leitor pelo tamanho, mas pela narrativa.

O hipertexto foi uma preocupação da edição, contendo excessos. Ao indicar um *hyperlink* sempre questioneei: há algo que o leitor pode querer saber a mais aqui? Onde ele pode encontrar? Então aqui indicarei um *link* se a resposta for positiva. Com exceção para os conteúdos próprios, houve sempre o uso de *links* conjuntivos (que abrem em uma nova aba/janela do *browser*, sem substituir a leitura atual), para evitar a "fuga da audiência". Houve também uma preocupação com uma "hiperlinkagem" que conectasse o conteúdo próprio da webvista. Ao ler uma reportagem em texto, o internauta descobre que há também um vídeo que aprofunda determinado tema, ao ouvir um *podcast* a audiência tem a indicação de que há outra peça (um texto, um vídeo) que também fala sobre isso etc.

Todo o conteúdo privilegia a norma culta da língua portuguesa e adota edições similares às recomendações dos manuais de redação de impressos com adaptações para o ambiente *online*. Especialmente o Manual da Redação do Jornal Folha de S. Paulo, que possuo.

²⁴<https://ijnet.org/es/stories/internet-tambien-es-una-plataforma-apropiada-para-textos-largos-y-de-calidad-opino-experto> - Entrevista ao Portal Ijnet. Acesso em 02 de agosto de 2013 (GIMENEZ, 2011).

IMAGEM - As imagens, captadas com uma câmera fotográfica ou desenhadas em *softwares*, têm neste trabalho tanto caráter informativo quanto garantem o aspecto visual de uma webrevista. Por conta da falta de *mouseover* na plataforma em que a revista foi hospedada – falo sobre adiante – os créditos das imagens foram colocados sempre após o texto em que elas estão inseridas. Detalho o uso das imagens:



Ilustração 1- Capa única

1. Capa e editorial – Segundo Dourado (2012), a primeira página é um dos elementos de maior impacto e identificação de uma revista, na qual se atribui elementos gráficos, imagéticos e textuais que dialoguem com a publicação. Escolhemos, então, a expressividade de uma imagem do considerado pai do fotojornalismo, o Henri Cartier-Bresson. A escolha da foto, apenas com o *slogan* da revista e sua logomarca, considerou que, nas revistas, especialmente nas capas, a fotografia sobrepõe-se ao texto (DOURADO, 2012, P.48). As revistas *online* podem tanto manter a primeira página única, como o uso de *home*, com manchetes em distintos tamanhos, imagem e resumo das reportagens. A porta de entrada de *Na Contramão*, para quem a acessa através do site de introdução, é uma única capa, mas há um índice de reportagens, que pode ser acessado através de um ícone - invisível com recurso de *mouseover* - acima de cada página. Escolhemos por fazer intervenções na foto de Bresson, de modo a

personificá-la para este produto. A imagem, de uma mulher que caminha em direção ao mar, foi captada na década de 1930, e já está sob domínio público²⁵.



Ilustração 2 – Ilustração da capa da reportagem *Virgem?!*, com montagem de capa de revista, ilustra como para as virgens a mídia é também uma referência, especialmente as revistas femininas, que têm grande influência sobre os comportamentos das mulheres, em especial na adolescência.

2. *Virgem?!* - Uso de ilustrações produzidas por mim com o apoio dos programas Adobe Photoshop, CorelDRAW Graphics e Adobe Photoshop Lightroom. Lembro que as personagens quase todas pediram anonimato. Temos o uso de imagem de divulgação e uma ilustração de Ana Carolina Gomes, uma colega convidada, em uma coordenada em que a ilustração é o principal formato. Aqui destaco o uso do formato GIF (Graphics Interchange Format) em uma das coordenadas, que permite animações, como forma de explorar a potencialidade da Web. A arte foi feita por mim e usei para criar a animação o software GIF Movie Gear.
3. Os Desconectados – Difícil fazer perfil sem imagens. Aqui, a fotógrafa convidada Priscila Felipe²⁶ entrou em ação produzindo todas as imagens. Priscila também é responsável pelo cuidado com a correção das cores e finalização das imagens da revista.

²⁵ Uma imagem entra em domínio público 70 anos após ser divulgada.

²⁶ Sobre: www.priscilafelipe.com

4. Um Por Todos – Temos nessa reportagem arte minhas com fotos de acervo pessoal, fotografias de Priscila e também fotografia de uma das personagens de minha autoria.
5. Sobre(s) salto – É um ensaio fotográfico da também estudante de jornalismo Amana Dultra. Ele não foi produzido para o *Na Contramão*, mas tem algumas imagens que não haviam sido divulgadas antes. A personalização para esta webrevista ficou por conta de criar uma lógica de apresentação e de significação das imagens através do texto e do título.
6. Fotos de divulgação, algumas com artes minhas, ilustram as seções dos colaboradores Gessé Araújo (opinião) e Lorena Caliman. Pela qualidade das imagens e por reunir nomes promissores da fotografia em Salvador, a seção Opinião ganhou uma galeria de imagens. Já *Tão Zí*, o texto ensaístico de Lorena Caliman, tem uma foto dela como ilustração.

VÍDEO - Prezando por uma uniformidade de linguagem, os vídeos são quase todos usados na webrevista para as fontes especialistas. Sua edição, feita através do programa Adobe Premiere Pro, preza pela objetividade. Um vídeo de apresentação do produto, em sua *home*, com linguagem publicitária foi desenvolvido para uma experimentação da linguagem. A hospedagem do conteúdo do vídeo foi feita através de uma conta *plus*²⁷ no publicador Vimeo. A escolha do serviço foi por esse ter aspecto mais profissional, *cleaner* e livre de anúncios antes, durante ou após a exibição do vídeo (diferente do seu principal concorrente Youtube).

ÁUDIO - O uso de *podcast* justifica-se nesse trabalho como espaço para um relato mais informal, para contar histórias ou vivência dos personagens, tramas ou situações em que foram participantes, com relevância para o conteúdo da matéria em que estão incluídos. A edição do conteúdo foi feita no programa Audacity e a locução é amadora (não foi em estúdio), mas foram tomadas algumas precauções, a exemplo de serem gravadas durante as madrugadas, para garantir melhor captação do áudio com o uso de um gravador profissional.

²⁷ Foi necessário o pagamento de \$9.95 para permitir o *upload* de todo o conteúdo, já que a versão gratuita do hospedeiro tem uma limitação de 500 MB por semana.

Uma crítica do álbum Tribunal do Feicebuqui, do cantor Tom Zé, também foi produzida em *podcast*, por entender que se configura melhor formato para demonstrar o que se afirma na crítica através de trechos da música. A crítica é uma coordenada do ensaio *Tão Zí*. A hospedagem do conteúdo foi feita no Soundcloud²⁸ por ser um *player* gratuito que permite personalização do código que o incorpora.

3.2. IDENTIDADE

Preocupe-me em identificar os formatos que foram hospedados em diferentes *sites*, para que de alguma forma estivessem conectados ao site, ou que permitisse a localização da sua matriz: a webrevista. Para isso, foram criadas contas específicas para *Na Contramão*. Todas as contas têm o subdomínio do *site* que apresenta o produto e têm a presença da logomarca. A exemplo do perfil do Vímeo²⁹.

Na Contramão é um exemplo de um desvio de uma regra, no caso uma legislação de trânsito, mas também algo que está associado a uma tradição: geralmente as pessoas sabem os sentidos originais das vias. Com esse conceito e referencial com o trânsito, que remete ao *outsiders*, inspirado até na capa do livro de Saul Becker (2008), criei a logomarca: uma faixa de pedestres riscada com o nome do produto nela inscrito.

Uma vinheta em vídeo, criada com o programa Adobe After Effects introduz todos os vídeos. O som de fundo é igual ao da vinheta dos *podcast*. A trilha foi criada com o aplicativo para celular Android Melhor Compositor.

Quanto à identidade visual da própria revista, inclusive o uso das fontes e cores e a busca por uma identidade “revistesca”, foi conduzida pelo livro Guia de Design Editorial – Manual para o design de publicações (2011).

²⁸ Conteúdo da webrevista reunido no link: <https://soundcloud.com/revistanacontramao>

²⁹ Disponível no link: <https://vimeo.com/nacontramao>

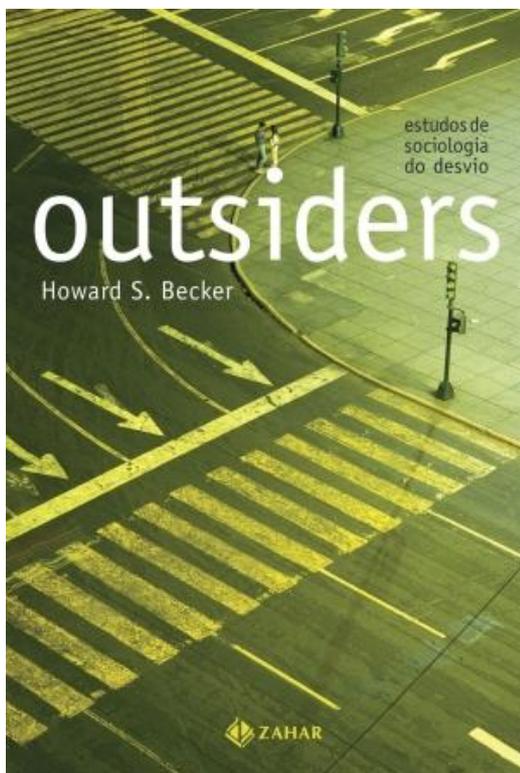


Ilustração 3 - capa do livro de Howard Becker

Ilustração 4 - Versão preta (para fundo branco) da logomarca da webrevista. Referência da capa do livro inspirou.



3.3. PROGRAMAÇÃO, WEB E ESTRUTURA

Na Contramão tem dois ambientes. Um deles é uma apresentação detalhada do produto. Indica sua concepção, sua linha editorial e explica quem a fez. Este também é um espaço para reflexão sobre a produção de revistas na Web, com um *podcast* destinado a isso, cumprindo a promessa de ser um produto que reflete sobre o cenário em que está inserido. O presente memorial também se encontra disponível na *home* do *site* da webrevista.

Sua concepção visual é: uma pista, em que com a barra de rolagem “se caminha” (navega) na *contramão* até o produto e, nesse caminho, o internauta vai descobrindo detalhes da revista. Tenho grande interesse por programação e por *webdesign* e, especialmente por conta deste TCC, realizei durante quatro meses um curso presencial de *webdesign* com conhecimentos básicos de programação para realizar o projeto da webrevista.

O planejamento e desenho foram realizados no programa Adobe Fireworks, a programação em HTML e a personalização, através de CSS, foram desenvolvidos através do *software* Adobe Dreamweavers. A hospedagem do conteúdo foi feito através do UOL Host e terá um custo anual de R\$ 178,80. O registro do domínio (revistanacontramao.com.br) foi realizado pelo próprio provedor em meu nome, sem custo neste primeiro ano.



Ilustração 5 - planejamento feito em janeiro

A ilustração acima foi um esboço feito em janeiro deste ano para detalhar o que se pretendia para o segundo ambiente, que é o da revista em si. Naquele momento ainda não tinha claro se isso seria feito através de uma plataforma como um Wordpress que eu pudesse adaptar o HTML para esse resultado, ou se iria eu mesmo, com base nos conhecimentos do curso de webdesign, programar.

O esboço acima, assim como o que veio após ele, foi resultado de uma busca incessante de referências de outros produtos similares ou nada similares. Foi nessa busca que encontrei o Jux, a plataforma gratuita na qual está hospedada *Na Contramão*. Quem vê hoje o Jux e o primeiro esboço de janeiro, quando ainda não o conhecia, entende a escolha por causa da semelhança na estrutura.

Apesar de nova, com algumas carências (a exemplo de não ter um gerador de código, os scripts HTMLs têm que ser escritos “a mão”) e com constantes modificações, o Jux ganha pelo seu visual, aspecto esse que é fundamental para uma revista. Como um *Tumblr* (plataforma para publicações de blogs), o Jux permite ao usuário diferentes formatos de *posts*, entre eles citações, textos, fotos, vídeos, slideshows, contagem regressiva e *embed* para

imagens do Google Street View. Trata-se de uma plataforma baseado em Javascript que permite personalização Javascript/HTML5/CSS3.

Uso um *post* para ser a capa da revista. No entanto, a *home* original da plataforma, que nos serve como um análogo índice, agrega todos as postagens com miniatura de foto e resumo em texto, além de exibir o número de visualizações de cada página. Na estrutura do formato de *post* do tipo “*Article*”, tem páginas e subpáginas, o que permitiu uma melhor organização das reportagens em: capa, seguida de reportagem principal e coordenadas.

Estando em um dos conteúdos da webrevista, o internauta tem diferentes formas de navegação. Passando o mouse na parte inferior da tela abre uma relação de todas as publicações com miniatura de imagem e título, podendo ir diretamente para uma das páginas. Nas laterais, setas aparecem também quando acionadas pelo *mouse* para conduzir uma navegação linear, que pode também ocorrer através do uso dos botões de navegação dos teclados do computador. É também na barra inferior que o internauta pode compartilhar a notícia pelo Facebook e pelo Twitter, além de permitir “curtir” e republica em sua página (essas últimas opções para usuários do Jux logados).

O Jux é mais bem visualizado em *desktops* ou *notebook*, mas tem também uma versão adaptável para dispositivos móveis com sistema operacional iOS (da Apple, a exemplo dos iPads e iPhones). A plataforma está desenvolvendo seu sistema para também rodar em dispositivos Android, mas ainda sem previsão de lançamento. Atualmente é possível acessar o conteúdo em *smartphones* e *tablets* que não rodem iOS através de um navegador comum, porém sem otimização da visualização para o tamanho de tela desses dispositivos.

A capacidade do Jux de incorporar Iframes (código HTML que permite a reprodução de páginas na *web*), permitiu a construção da série de perfis *Desconectados*, que são perfis que fazem alusão ao perfil da rede social Facebook. *Desconectados* foi construído fora do ambiente do Jux, com auxílio dos programas da Adobe Fireworks e Dreamweaver. *Desconectados* brinca com a interface, descontração (*memes*) e linguagem informal das redes sociais.

3.4. REDES SOCIAIS

Na contramão tem uma página no Facebook no endereço www.facebook.com/revistanacontramao que servirá para receber *feedback* e estabelecer contato com os internautas, além de atualização dos temas pautados através de compartilhamento de notícias. Também se pretende um espaço para reunir informações sobre

os temas: revistas, webvistas e sobre o jornalismo em redes digitais. Optou-se por não criar uma conta no Twitter, considerando essa uma rede cuja lógica não nos parece favorável para divulgação antes que se tenha uma quantidade significativa de seguidores. Usarei o meu perfil (@allmota) para garantir a recirculação jornalística³⁰ neste canal. O Soundcloud e o Vimeo foram usados para hospedagem de conteúdo.

³⁰ A recirculação trata-se de uma extensão do processo de circulação do conteúdo jornalístico, é uma estratégia que permite que o processo continue após o consumo do produto e o que pode ser feito através das redes sociais. Lembrando as etapas tradicionais do jornalismo em ordem: apuração, produção, circulação e consumo (ZAGO, 2012, p. 258).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na Contramão é um trabalho de cerca de um ano e meio em que seu autor se debruçou em pesquisas, buscas de referências e execução. Neste percurso, uma série de adaptações foi necessária até chegar aqui, a apresentação deste TCC para a banca examinadora. O desafio deste fim do processo foi a busca por uma uniformidade, por uma linguagem que se comunique por si, que deixe claro o propósito de ser desta webrevista: exercitar um olhar jornalístico sobre temas e pessoas que promovem rupturas, questão essa que instigou até o fim.

Por falar em rupturas, não é possível deixar de fora o quanto a elaboração deste TCC permitiu o amadurecimento profissional e principalmente acadêmico do seu autor. Essa fase quase solitária da construção de conhecimento foi enriquecedora.

Podemos perceber que a produção de revistas para o consumo na *web* não apenas pede recursos multimídia, mas também um profissional multimídia, polivalente. Embora saibamos que possíveis implicações negativas em termos profissionais é a exigência do mercado deste jornalista multitarefa, neste momento e neste ambiente acadêmico o exercício desta produção de diferentes formatos e mídia para o TCC foi satisfatória.

Foi desafiador encontrar um conceito e problematizar o tema webrevista, o que foi se delineando aos poucos com o aprofundamento das leituras e com a chance de construir, passo a passo, uma. Acredito que sempre há, e neste momento de tanto dinamismo sempre haverá, necessidades de maior aprofundamento na conceituação das revistas *online*. Trabalho que melhor poderá ser desenvolvido, quem sabe, futuramente, em um curso de pós-graduação.

No entanto, esperamos já ter contribuído, com a prática, com um exemplo de um dos tantos possíveis formatos que a Web comporta.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (Org.). **Culturas Jovens: Novos mapas do afeto**. Novos mapas do afeto. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

ARAÚJO, João Eduardo S.; LIMA, Marcelo Oliveira; NATANSOHN, L. Graciela. **Hipercursos no Webjornalismo**: a estrutura discursiva hipertextual nas revistas online TPM e Boa Forma. In: Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Teresina: Anais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2009.

BARBOSA, Suzana. **Banco de Dados**: agentes para um Webjornalismo inteligente. paper apresentado ao V Congresso IberoAmericano de Periodismo em Internet. Facom/Ufba, 2004. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_barbosa_agentes_inteligentes.pdf> (Acesso em: 01/ago/2013).

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 LabCom Books, 2011.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD)**: um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. Tese (doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: LabCom, 2013. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130404-201301_joacanavilha_noticias Mobilidade.pdf> (Acesso em 06/ago/2013)

BECKER, Howard Saul, 1928. **Outsiders**: Estudos de sociologia do desvio. Tradução de Maria Luiza X. de Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. Trabalho apresentado no I Congresso Ibérico de Comunicação, Málaga – ES, Maio de 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>> (Acesso em 18/abr/2012.).

CANAVILHAS, João Manuel Messias. **Do jornalismo on-line ao webjornalismo**: formação para a mudança. 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-on-line-webjornalismo.pdf>>. (Acesso em: 22/mai/2012).

CANAVILHAS, João. **Webnotícia**: Propuesta de modelo periodístico para la WWW. Salamanca: LabCom, 2007.

COELHO, Andréa. **New journalism**: a reportagem como criação literária. Cadernos da comunicação, Série Estudos, v.7. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003. Disponível em: <http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/pdf/cadernos_comunicacao/estudos/estudos7.pdf> (Acesso em 01/ago/2013).

CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. **Revistas no cenário da mobilidade**: a interface das edições digitais para *tablets*. 150 f. il. 2011. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

DALMONTE, Edson Fernando. O Webjornalismo enquanto bem de experiência: do receptor ao leitor. In: Ferreira, Giovandro Marcus (Org). **Comunicação e Pesquisa**: região, mercado e sociedade digital. Salvador: Edufba, 2007.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Revistas em Formatos Digitais**: modelos e novas práticas jornalísticas. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **As revistas mudam porque os suportes mudam**: panorama do produto em formatos digitais. Revista de Comunicação, v.14, n.33, 2013. Disponível em <<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/comunicacao?dd1=7654&dd99=view&dd98=pb>> (Acesso em 06/ago/2013).

EDO, Concha. **El lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa digital**. In: BARBOSA, Suzana (Org). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Universidade da beira interior, 2007. Labcom. Disponível em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf> (Acesso em: 30/jul/2013).

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders**: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Tradução: Vera Ribeiro e Pedro Siissekind. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 3ª Ed. São Paulo: Contexto, 2006.

FREIRE, Marcelo; TOMAIM, Cássio. O documentário na Internet: um estudo de caso, Nação Palmares. In: BALDESSAR, Maria Jose (org.). **Comunicação Multimídia**: objeto de reflexão no cenário do século 21 Florianópolis: CCE/UFSC, 2009. Pág. 81 – 90. Disponível em <http://www.ntdi.ufsc.br/ebook_multimidia.pdf> (Acesso em 18/abr/2012)

FOLHA DE S. PAULO. **Manual da redação**. São Paulo: Publifolha, 2010.

FREIRE, Marcelo. **Narrativa Hipertextual Multimídia**: um modelo de análise. Santa Maria-RS: Facos/UFSM, 2010.

FREIRE, Marcelo. **Do Armazém à Amazon**: uma proposta de tipologia das revistas digitais através dos gêneros jornalísticos. In: **Jornalismo de Revista em Redes Digitais**. Salvador: Edufba, 2013.

GIMENEZ, Valentina. Internet también es una plataforma apropiada para textos "largos" y de calidad, opinó experto. In: **Ijnet**, 14 nov. 2011. Disponível em <<https://ijnet.org/es/stories/internet-tambien-es-una-plataforma-apropiada-para-textos-largos-y-de-calidad-opino-experto>>. (Acesso em: 01/ago/2013)

GONZÁLEZ, M.A Cabrera. **Convivencia de la prensa escrita y La prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia**. Málaga, 2000. Disponível em: <http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm> (Acesso em: 25/jul/2013).

LEMONS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interface digitais**. Lisboa, 1997. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interativo.pdf>> (Acesso em 20/abr/2012)

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 1ª Ed. São Paulo SP: Editora 34, 1999.

LIMA, Rita De Cássia Pereira. **Sociologia do desvio e interacionismo**. Tempo Social. Rev. Social. USP, S. Paulo, maio de 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ts/v13n1/v13n1a12.pdf>> (Acesso em 26/06/2012)

LIMEIRA, Amundsen. **Ser ou não ser especial, eis a questão**. Portal da Comunicação. Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/17/artigo202241-1.asp>> (Acesso em 05/mai/2013)

LUBISCO, Nídia M. L.; VIEIRA, Sônia C.; SANTANA, Isnaia V. **Manual de estilo acadêmico**: Monografia, Dissertações e Teses. 4 ed. Salvador: EDUFBA, 2008.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). – **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra, 2004.

MEDINA, Cremilda. **Leitura crítica: rumos [do] jornalismo cultural**: São Paulo: Summus: Itáu Cultural, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na WEB**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

NATANSOHN, Graciela. **O jornalismo de revista no cenário da mobilidade** PRISMA.COM. Edição n.º 12, 2010. Disponível em <<http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/viewFile/758/685>> (Acesso em 24/abr/2012).

NATANSOHN, Graciela. Mapeando o novo cenário. In: NATANSOHN, Graciela (Org). **Jornalismo de Revista em Redes Digitais**. Salvador: Edufba, 2013. p. 7-10.

NATANSOHN, Graciela; CUNHA, Rodrigo; Barros, Samuel Rocha; SILVA, Tarcizio. Revistas On-line: do papel às telinhas. In: NATANSOHN, Graciela (Org). **Jornalismo de Revista em Redes Digitais**. Salvador: Edufba, 2013. p. 11-28.

PALACIOS, Marcos Silva. **Hipertexto, Fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva**. Lugar Comum, Rio de Janeiro, n. 08, p. 111-121, 1999. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_palacios_hipertexto_naolinearidade.pdf> (Acesso em 20/abr/2012).

PALACIOS, Marcos Silva. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. In: **Workshop de Jornalismo Online**, anais eletrônicos. Covilhã, 2002. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf> (Acesso em 23/mar/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

PEREIRA, Luciano; SILVA, Rafael R.; MARANGONI, Reinaldo. - **Webjornalismo**: Uma reportagem sobre a prática do Jornalismo Online. São Paulo: Webjornalismo, s/d.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet**: Planejamento e produção da informação *on-line*. 1. ed. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Gilberto. **Sites na Web**: Considerações sobre o design gráfico e a estrutura de navegação. São Paulo, Unicamp: 1999. <<http://www.cap.eca.usp.br/wawrwt/version/textos/texto03.htm>> (Acesso em 18/abr/2012).

RIBAS, Beatriz. **Maracangalha.com**: Um Webdocumentário sobre uma vila do recôncavo baiano. Memorial (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

RODRIGUES, Carla. **Jornalismo on-line**: modos de fazer. Porto Alegre, RS: Rio de Janeiro, RJ: Ed. PUC-Rio; Sulina, 2009.

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2009.

SCHULZE, Leuzi Maria. **Jornalismo On-Line**: a busca de uma linguagem. Boa vista – UFRR / Projeto de Pesquisa, 2006. Disponível em: <<http://amigonerd.net/trabalho/31311-jornalismo-on-line-a>> (Acesso em: 24/mar/2012).

SCOLARI, Carlos A. eMAGAZINES. La evolucion de las interfaces informativas. In: **Jornalismo de Revista em Redes Digitais**. Salvador: Edufba, 2013. p. 7-10.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v.2, n.1, p.95-107, jan./jun. 2005.

SILVA, Keila Queiroz e. **Foucault nas Grades da Academia Moderna**. Arius Revista de Ciências Humanas e Artes, v. 16, n.1/2,2010. Disponível em: <http://www.ch.ufcg.edu.br/arius/01_revistas/v16n1-2/02_arius_v16_n1-2_ch_03_foucault_nas_grades_da_academia.pdf> (Acesso em 05/set/2013).

SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Internet**. In: Revista FAMECOS. Porto Alegre, n 15, 2001. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3117/2390>> (Acesso em 18/abr/2012).

ZAGO, Gabriela da Silva. **Circulação jornalística potencializada: o Twitter como espaço para filtro e comentário de notícias por interagentes**. In: C&S: São Bernardo do Campo, n. 1, p. 249-271, jul./dez. 2012 Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/2619>> (Acesso em 08/ago/2013).

_____. O Trem: jornalismo em Webrevista. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/expocom/EX33-1400-1.pdf>> (Acesso em 25/mar /2013).