

## **O *The Daily* como uma mistura de mídias e uma nova significação do meio jornal**

---

### ***El Diario* como una mezcla de medios de comunicación y un nuevo significado a través del periódico**

---

### ***The Daily* as a mixture of media and a new significance through the newspaper**

---

Eduardo Campos Pellanda<sup>1</sup>

Ana Cecília B. Nunes<sup>2</sup>

**Resumo** *A materialidade (suporte), as linguagens e a edição concederam uma identidade a cada tipo de jornalismo, gerando classificações como: jornal impresso, revista, telejornalismo, radiojornalismo etc. A análise da publicação digital The Daily nos fez questionar até que ponto esta divisão ainda é pertinente. Propõe-se aqui a reflexão sobre o The Daily como representante de uma nova experiência midiática e uma mistura de mídias, nas dimensões de suporte e linguagem, refletindo assim, também, sobre a própria cultura da convergência.*

**Palavras-chave:** *The Daily; Convergência; Mídia; Suportes; Identidade*

**Resumen** *La materialidad (de apoyo), los idiomas y la edición dio una identidad a cada tipo de periodismo, la generación de clasificaciones tales como: periódicos, revistas, periodismo de televisión, el periodismo de radio y así sucesivamente. El análisis del diario digital The Daily hacen cuestionar hasta qué punto esta división sigue siendo relevante. Se propone una reflexión sobre The Daily como representante de una nueva experiencia multimedia y una mezcla*

<sup>1</sup> Pós-Doutor pelo MIT/EUA. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Porto Alegre, RS, Brasil; eduardo.pellanda@puers.br

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS, Porto Alegre, RS, Brasil; anacecilianunes@hotmail.com

*de los medios de comunicación, dimensiones y soporte del idioma, lo que refleja también en la convergencia de la cultura misma.*

**Palabras-clave:** The Daily; Convergencia; Medios de comunicación; Identidad

**Abstract** *Materiality (support), languages and editing gave an identity to each type of journalism, generating formats such as: newspaper, magazine, TV journalism, radio journalism and so on. The analysis of the digital newspaper The Daily made us question to what extent this division is still relevant. The aim of this paper is to discuss The Daily as a representative of a new media experience and as a mixture of media, in what concerns materiality and languages, and also thinking about the own convergence culture.*

**Keywords:** The Daily; Convergence; Media; Format; Identity

---

Data de submissão: 27/08/2012

Data de aceite: 21/02/2013

## Introdução

A convergência é um processo cultural que acontece em diversas esferas e se mostra também na convergência entre suportes, em que, como afirma McLuhan em relação à evolução dos meios, “cada meio está contido no seu sucessor”. (*apud* DALMONTE, 2009, p. 119). O jornal nasce como impresso e é essencialmente texto. Com o rádio, passa-se a ter jornais radiofônicos (auditivos). Na televisão, há o telejornalismo (audiovisual). Cada um evocando diferentes sentidos para transmitir a informação jornalística. A identidade destes diferentes tipos de jornalismo estava essencialmente vinculada ao seu suporte material, a uma linguagem base e a uma edição específica deste conteúdo jornalístico.

Com a internet, as linguagens narrativas se misturaram: trazendo aspectos da televisão, do rádio e do jornal para a cobertura dos assuntos jornalísticos, respondendo às demandas da audiência líquida da cultura da convergência. É “o híbrido”, a convergência de meios, que resulta no nascimento de um novo (MCLUHAN, 1964, p. 75). As novas mídias estão dialogando com uma mudança de relação da audiência com a informação, que quer fazer parte ativamente dos processos midiáticos (JENKINS, 2009). É uma audiência que migra e dialoga com as mudanças de uma modernidade líquida e de uma mídia que também é líquida e mutável (MANOVICH, 2002).

Como afirma Manovich (2002), as novas mídias estão em plena correspondência com a lógica pós-industrial e são caracterizadas pela variabilidade (que também pode ser pensada como líquida). Da mesma forma, as velhas mídias relacionavam-se diretamente com a era industrial, em que “inúmeras cópias podiam ser impressas a partir de um modelo”. (*idem*, p. 36, tradução nossa). Há um processo de reestruturação de mídias e de suas identidades, assim como de sua relação com a audiência.

O presente artigo problematiza este cenário contemporâneo, por meio da publicação que considera que melhor representa/representou este processo convergente de mídias, que já começou, mas ainda está em pleno processo de desenvolvimento. O *The Daily* é uma publicação digital e móvel, inicialmente exclusiva para iPad, que traz elementos do

jornal impresso, combinado com a identidade gráfica de uma revista, elementos do rádio e reportagens que remetem a um telejornalismo.

Frente a uma abordagem comunicacional multimídia, porém com características do jornalismo gráfico impresso, da revista e de outros meios, identifica-se uma experiência midiática que é ainda mais ampliada do que aquela oferecida pelo webjornalismo: uma experiência que mistura elementos de diferentes mídias de uma maneira que estaria se tornando única e identitária de tal forma que acabaria por representar uma nova experiência midiática.

Neste sentido, salienta-se também a questão das implicações que as mudanças de suporte e linguagem refletem no próprio conceito de jornal, produto multimídia, revista e áudio como conhecemos hoje. Há uma alteração das identidades midiáticas, uma transformação do jornalismo que borra as fronteiras das classificações de mídia. Uma transformação que perpassa a comunicação, o jornalismo, que tem fundamentos na cultura da convergência e que pode nos revelar possíveis traços do futuro do jornalismo. O *The Daily* constituiu-se uma experiência que, apesar de ter tido apenas dois anos de existência, marca um processo que começa no webjornalismo e se expande nas plataformas móveis. Um processo que não se encerra ao final de sua última tela no dia 15 de dezembro de 2012.

### **Do jornalismo impresso ao digital e a cultura da convergência**

O jornal impresso foi um dos meios mais impactados pelas alterações de lógicas produtivas e de consumo da cultura da convergência. Para o jornal impresso, pertencente a um ciclo 24 horas e também a uma lógica de produção massiva, de um para todos, a adaptação tornou-se primordial. “A convergência de mídia encoraja uma nova cultura popular participativa, dando para a população média ferramentas para arquivar, anotar, apropriar e distribuir conteúdo”. (JENKINS, 2009). A audiência se tornou mais participativa e os conteúdos passaram a ter a lógica do instante, do momento do acontecimento.

Com o surgimento da webcomercial, na década de 1990, o jornal passou a competir diretamente com o webjornalismo, passando a ter, em sua primeira fase, seu conteúdo transposto para a web. O processo produtivo também sofreu alterações e, mesmo fora dos meios digitais, todos os jornais contam hoje com meios eletrônicos vinculados a sua produção. “O jornal impresso, tal qual o conhecemos há tempos, hoje é totalmente produzido por meios digitais, estando aí armazenado até sua confecção final. Estamos, com isso, no limiar de mudanças quanto à finalização e distribuição deste material”. (DALMONTE, 2009, p. 57).

A história do jornalismo mistura-se com a do jornal impresso. O primeiro jornal impresso regular, que era semanal, remonta a 1605 na Bélgica (MANNARINO, 2000). “O jornal impresso nasceu graças à aliança entre a tecnologia e a necessidade de comunicação das concentrações urbanas”. (idem, p. 26). O jornal impresso é, portanto, o meio de massa mais antigo do mundo. Mas o termo *jornal* não se limita ao impresso.

A materialidade do jornal, o seu método de produção, são extrínsecos à essência do jornal. A essência ou a identidade de um jornal mantém-se a mesma, independentemente da sua materialização, seja em papel impresso, em letras escritas numa parede ou nas palavras de um rádio. É por isso que podemos chamar jornal a um jornal impresso, a um jornal radiofônico e a um telejornal. O que faz de um jornal um jornal, e o que faz que seja este jornal e não outro, é a ideia ou o princípio que lhe subjaz. (FIDALGO, 2004, p. 2)

A definição de Fidalgo coloca em ênfase a finalidade e a significação do termo, pensando no termo *jornal* independente de sua materialidade. O termo *jornal* transcende suportes e, apesar de muito vinculado aos periódicos de papel, é sempre importante lembrar que sua maior ligação é com a essência do conceito de jornalismo e não com sua materialidade.

No entanto, também se define como jornal o periódico impresso (gráfico), e historiadores do século XX já buscaram uma normatização das características do que se denomina jornal impresso: “Allen<sup>3</sup> e

<sup>3</sup> Eric W. Allen.

Groth<sup>4</sup> afirmaram que um jornal impresso de verdade deve ser periódico, reproduzido mecanicamente, e disponível a todos os que pagam por ele. Adicionalmente, o conteúdo deve ser variado, geral, atempado, e organizado”. (MARTIN, 2003, p. 2, tradução nossa). O termo norte-americano para jornais (*newspaper*) já caracteriza a materialidade do suporte em sua própria morfologia, aglutinando o termo *notícias* à palavra *papel*. Já na denominação em português, o sentido é mais amplo, sendo chamado popularmente somente de *jornal*, algumas vezes vinculado ao termo impresso. A materialidade é tão parte da identidade que está arraigada na própria nomenclatura desta mídia.

No entanto, analisando de forma mais ampla, pode-se pensar que o termo *jornal* da língua portuguesa, assim como *news*, *notícias* em inglês, é um termo que transcende plataformas. E sua identidade não é só formada pela materialidade do suporte. Deve-se pensar em jornal como algo que engloba objetivos, finalidade de atividade e relação com a sociedade. Adota-se aqui a concepção de jornalismo de Rüdiger (2003, p. 11):

jornalismo como uma prática social componente do processo de formação da chamada opinião pública: prática que, dotada de conceito histórico variável conforme o período, pode estruturar-se de modo regular nos mais diversos meios de comunicação, da imprensa à televisão.

Da mesma forma, percebe-se que o jornalismo está inserido na lógica da indústria cultural, em que a informação e consequentemente os veículos de comunicação são um produto oferecido por empresas jornalísticas. Refletimos sobre o jornal como um termo que pode se referir ao jornalismo em suas mais diversas expressões materiais. “O jornalismo, como prática, tem vários aspectos, compreendendo seu conceito, sua rotina, seus agentes, seu suportes, sua linguagem, sua tecnologia”. (RÜDIGER, 2003, p. 13).

Na cultura da convergência, o jornalismo vem encontrando novas formas de expressão, novas formas comunicacionais, para responder às demandas culturais deste contexto. A partir de 1994, a internet torna-se

<sup>4</sup> Otto Groth.

efetivamente comercial. A comunicação jornalística (midiática) passa a ser digital. Como afirma Pellanda (2001), os jornais foram os primeiros veículos comerciais a utilizar a internet para os seus conteúdos, fazendo sites e postando reportagens diariamente. Esta transformação do jornal impresso altera a identidade do meio e “a evolução do jornal é também marcada pelas modificações inerentes às definições de seu suporte”. (DALMONTE, 2009, p. 57).

Historicamente, diversas transformações e surgimentos de novos meios de comunicação podem ser percebidos posteriores ao jornal impresso: o rádio, a televisão, os celulares, os computadores... McLuhan (1964) apresenta uma perspectiva do suporte não apenas como mero transmissor de uma mensagem, sem influência sobre o conteúdo. Adota-se a concepção de que os suportes têm influência sobre a narrativa e a própria recepção, apesar de não compartilhar-se da visão de que o meio seria a própria mensagem. Neste sentido, Dalmonte (2009, p. 47) destaca a perspectiva de Charaudeau (1994) sobre a importância da materialidade do discurso midiático:

segundo essa lógica [a do autor citado acima], considerar a materialidade discursiva pressupõe colocar em relevo não apenas o discurso enquanto unidade analítica, mas também os constrangimentos referentes às potencialidades e limitações do suporte, o que finda por “autorizar” uma narrativa, ou inibi-la, por sua inviabilidade técnica.

As demandas culturais da cultura da convergência materializam-se também em aglutinação de suportes e plataformas, em mistura de linguagens. É um processo que, como afirma Jenkins (2009), é tanto das audiências como corporativo, pois os dois lados desta transformação coexistem. Este cenário de transformação tem como elementos mudanças culturais, sociais e tecnológicas. Assim, pensar na viabilidade ou não de certas formas narrativas e vinculá-las a um suporte tecnológico é parte deste processo global da cultura da convergência. Pensar que um texto em diferentes suportes adquire outro significado simbólico pela própria relação do leitor com a materialidade do texto é pensar nas influências a que uma comunicação está sujeita. Os suportes tornam materiais estas de-

mandas culturais por não linearidade de comunicação, migração e multimídia, além da demanda por uma relação diferente com as próprias notícias. McLuhan (1964, p. 72) destaca as transformações dos suportes:

O que estou querendo dizer é que os meios, como extensões de nossos sentidos, estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre os nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam. O rádio alterou a forma das histórias noticiosas, bem como a imagem fílmica, com o advento do sonoro. A televisão provocou mudanças drásticas na programação do rádio e na forma das radionovelas.

Os suportes e as transformações por eles sofridas ao longo da história viabilizam formas de transmissão das mensagens e materializam tecnicamente uma demanda cultural. Eles influenciam a maneira como cada um interage e recebe esta mensagem, apesar de não o considerarmos como o determinante neste processo. Não se pretende aqui colocar toda a importância desta transformação na questão material do suporte e identifica-se que todo este processo responde também a uma modificação social, inserida em um contexto socioeconômico e cultural. No entanto, considera-se também que os “constrangimentos” do suporte e suas transformações modificam as formas narrativas, atendendo a demandas culturais e sociais.

No sentido destas transformações do suporte, adota-se a concepção “mcluhaniana de que cada meio de comunicação está contido no seu sucessor”. (DALMONTE, 2009, p. 119). Segundo McLuhan (1964, p. 75), “o híbrido, ou o encontro de dois meios, constitui momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova”. Estamos falando de convergência midiática, de aglutinação de funções e plataformas.

Se, numa perspectiva macluhaniana (1976), cada meio de comunicação está contido no seu sucessor, o que atualmente é chamado de convergência (Larose, Straubhaar, 2004), a internet marca, na verdade, a abertura de fronteiras para onde podem ser direcionados inúmeros produtos, inclusive a informação. (DALMONTE, 2009, p. 119).

É possível identificar este processo de convergência na internet e nos *tablets*. A introdução da internet atendeu demandas culturais da socieda-

de no que se refere à convergência de linguagens e mídias. Trata-se de uma mudança não da essência do jornal, que acreditamos que nunca irá se perder, mas de uma transformação de suporte e forma narrativa, da qual os possíveis propulsores são a cultura da convergência.

Tratar das identidades de cada suporte é discutir sobretudo essa noção de evolução de um meio, em especial quanto a sua identidade a partir da sua materialidade. Nesse mesmo sentido, a evolução do jornal é também marcada pelas modificações inerentes às definições de seu suporte. (DALMONTE, 2009, p. 57).

No jornal impresso, sua identidade está ligada também, entre outras coisas, ao suporte, ao papel o qual está materializado. Apesar de ser um produto corriqueiro, é importante a sistematização de suas características. Para Benette (2002, p. 12 -13),

o jornal impresso diário, como próprio nome diz, é um produto feito de papel que tem circulação diária (comercialização) e que pelo simples fato de ser jornal já tem um nome, geralmente escolhido pelo proprietário dele e relacionado com a pretensão deste quanto ao seu produto no ambiente social. Esse produto [...] é confeccionado num lugar, por um processo industrial [...] e destinado ao consumo do outro (cliente). Parto do senso comum de que o jornal impresso diário, embora, entre tantas outras funções possíveis, [...] existe para dar suporte daquilo que o consumidor busca num produto integrante do mundo da comunicação de massa: a informação.

Na definição da autora, é importante ressaltar que se refere a um jornal impresso diário, apesar da periodicidade não ser um fator limitador para a definição de jornal impresso. Atualmente, a ampla maioria dos jornais impressos obedece a um ciclo de 24 horas, mas há ainda alguns de periodicidade semanal.

No jornalismo tanto gráfico, como radiofônico ou impresso, a periodicidade com que é veiculado o conteúdo diz muito sobre seu caráter informativo. O papel do jornal é diferente do papel do rádio e da televisão na comunicação, e podemos pensar assim de todos os meios. Para Dines (2009, p. 98-99),

O livro é dirigido, a revista tem o número de temas limitado, a TV – a não ser na programação jornalística – apresenta no vídeo um tema de cada vez. Este é problema dos veículos temporais ou mistos, que só podem apresentar uma mensagem em cada momento. Já o jornal é amplo e universal. Naquele pequeno espaço, sem os percalços do tempo, ele retrata a vida em todos os seus aspectos.

Apesar de diferentes, o surgimento de novas tecnologias sempre aguça o medo de desaparecimento de seus precursores. Apesar de hoje coexistirem, o medo de uma extinção de um destes meios não é recente, tendo que se recorrer a adaptações para sobreviver.

O desenvolvimento do rádio, na década de 20, foi a primeira novidade da tecnologia vista como ameaça pelos jornalistas. Mas a chegada da televisão e sua rápida difusão, a parte da década de 50, foi o primeiro marco de crise para os jornais. A TV, com sua instantaneidade de distribuição de notícias ilustradas pelas imagens, criou um novo tempo de veiculação das notícias. (MANNARINO, 2000, p. 29).

O rádio e a televisão fizeram com que o jornal se adaptasse no passado e a internet hoje cria dúvidas sobre o espaço que cada meio ocupa na sociedade.

O jornal de papel vem perdendo espaço no mercado midiático. A cultura da convergência representa este processo de transformação cultural, uma transformação que afeta também os suportes e as materialidades da notícia, influenciando, inclusive, no imaginário do conceito de jornalismo, que se transforma frente ao possível desaparecimento do jornal impresso e sua desvinculação ao conceito de jornalismo.

A plataforma digital trouxe a possibilidade do hipertexto e da instantaneidade, sendo ferramenta importante para a difusão noticiosa:

o computador é um complemento perfeito para o jornal impresso. Ele permite que a indústria de notícias existente entregue seu produto em tempo real. Isso aumenta enormemente a quantidade de informações que podem ser disponibilizadas, incluindo arquivos, mapas, gráficos e material de apoio. Ele abre caminhos para implementar as notícias com fotografias e vídeos em tela cheia. (GILDER, 1994, p. 139, tradução nossa).

Assim, o jornalismo gráfico impresso, que se diferenciava de outros meios mais recentes como o rádio e a televisão, encontrou concorrência direta nos jornais digitais na web. No entanto, estas práticas dependiam de leitura em um local estático, com computadores com telas grandes e pesadas. Uma leitura com outro comportamento físico para a leitura do que o habitual em um jornal impresso. Com as redes de dados para celulares, a mobilidade é agregada à leitura digital. E hoje, com os *tablets*, os jornais adquirem também nova materialidade e identidade em sua versão digital e móvel.

### ***The Daily* e o hibridismo dos modelos de conteúdo para tablets**

Ao analisar a história da evolução midiática, percebe-se a ruptura de modelos e suportes ou a re-mediação (MANOVICH, 2002) de formatos e linguagens. O jornal *The Daily* representa uma quebra, pois utiliza elementos de jornais impressos e revistas em um suporte exclusivamente digital, em *tablets* e *smartphones*. A abordagem não considerará somente a mudança de meio de veiculação de forma determinista, mas sim algumas dinâmicas e quebras envolvendo a convergência midiática e as rupturas e evoluções da linguagem ao se deslocar das características e limites do ambiente analógico (NEGROPONTE, 1995), considerando sua relação com o contexto da cultura da convergência (JENKINS, 2009) e a sociedade.

Para tanto, o *The Daily* é analisado nas dimensões de linguagem e suporte, relacionando-o a uma nova experiência midiática e uma ressignificação do jornal impresso. É nesses aspectos que identificamos as mudanças evolutivas em relação ao jornal em papel. Esta formatação atrelada às dinâmicas do ambiente analógico, em que a informação é transportada em um suporte físico, está sujeita a limites rígidos de espaços para a informação, eficiência para a distribuição e frequência de atualização. O ambiente digital rompe com todas estas categorias e trabalha com a libertação destes limites, que agora desafiam as redações a se expandirem em suas capacidades de relatarem e processarem as informações. Estas características

já vêm sendo desenvolvidas desde os primeiros *sites* de jornais na internet comercial na década de 1990. O jornalismo online desde então tem sido um substituto e um aliado do jornal impresso, visto que os textos estão na íntegra no ambiente online além dos conteúdos multimídia e blogs que consistem em extensões do conteúdo impresso. Mas nestes anos a informação online foi acessada basicamente de computadores pessoais, que são pouco portáteis e com características de interação muito distantes do papel. A própria arquitetura da informação dos *sites* de jornais sempre se caracterizou por uma forma de organização distinta da lógica dos veículos impressos. As telas, ou janelas para o ciberespaço (LÉVY, 1996), tiveram uma grande mudança de formatação da informação com a inclusão de *displays* sensíveis ao toque, pois não só o conteúdo agora não é mais desenhado para interagir como cursores do *mouse* como também aproxima fisicamente o visor do leitor, como no papel.

A libertação dos fios e o desenvolvimento das redes e aparatos de comunicação colocaram um ambiente *always-on* de acesso à informação (PELLANDA, 2005), que agrega novos fatores aos elementos já explorados pelo jornalismo online. O tempo de atualização e a ubiquidade do acesso aos conteúdos amplificaram e transformaram a linguagem do jornalismo praticado na internet e potencializaram também o número de leitores.

O jornal impresso, por outro lado, tem se integrado paulatinamente com o ambiente digital em uma estratégia de transposição da marca. O jornal *The New York Times*, com 454 mil<sup>5</sup> assinantes digitais, começa a ter uma boa parcela do seu número total de assinantes nas novas plataformas como *tablets* e *smartphones*. Já o periódico inglês *Financial Times* prevê até o final do ano que o número de assinantes digitais ultrapasse aqueles que consomem a versão impressa.<sup>6</sup>

Neste contexto, nasceu o *The Daily* com o aporte econômico do grupo News Corporation, que decidiu apostar em uma publicação com con-

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2012/05/01/newspaper-circulations-hold-steady-aided-by-digital-subscriptions/>>. Acesso em: 1º maio 2012.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://thenextweb.com/media/2012/05/18/the-financial-times-predicts-more-digital-subscribers-than-it-sells-print-copies-by-end-of-year/>>. Acesso em: 18 maio 2012.

teúdo inteiramente digital. Ele se tornou público em fevereiro de 2011, primeiro para iPad e depois se expandiu para *tablets* Android e para o iPhone. É uma publicação que quebra a lógica de informação da web e aproxima-se a do papel, ao mesmo tempo em que existe somente em um ambiente digital: as telas são diagramas de maneira a lembrar páginas de periódicos impressos (Figura 1) e o passar de dedos na tela, que simula um virar de páginas, é o propulsor que leva de um conteúdo a outro. A ligação com o papel é forte. Tanto que, em seu lançamento, seu conteúdo foi divulgado a partir de uma mensuração analógica: número de páginas. No site da News Corp, a seguinte passagem: “A cada dia, o *The Daily* irá publicar até 100 páginas focadas em seis áreas-chaves: notícias, esportes, fofocas e celebridades, opinião, artes e vida, e *apps* e jogos”<sup>7</sup> (NEWS CORP, 2011, tradução nossa).



Figura 1.

<sup>7</sup> “Each day *The Daily* will publish up to 100 pages focused on six key areas: news, sports, gossip and celebrity, opinion, arts and life, and apps and games”.

ARTIGO

Enfatiza-se a questão “híbrida” da aglutinação de características do papel em ambiente digital. É o encontro de meios que McLuhan problematiza, mas deve-se observar que este encontro é mais amplo do que a aglutinação do jornal de papel com o digital. Há uma mescla de linguagem que abarca inclusive características da própria televisão. Diariamente, após o sumário, um vídeo com um resumo das principais notícias da publicação é veiculado, chamada *The Daily Briefing* (Figura 2). Nela, um repórter em estúdio narra de forma breve as principais notícias da edição, ao mesmo tempo em que as imagens referentes a elas aparecem em uma tela ao seu lado. É um formato que remete ao das notas cobertas dos telejornais, assim como parece ter influências de um “a seguir”, em que os âncoras chamam as notícias a serem veiculadas no próximo bloco do telejornal.

Além disso, há páginas em que o áudio possui papel importante, como na parte de crítica de músicas, pertencente à seção Arts & Life, em que a crítica do disco do cantor dialoga com o som da música do artista, que pode ser ouvida pelo leitor enquanto lê a reportagem (ou em outro momento) por meio de um botão que aciona/desativa o som. Há um *link* também para comprar a música no iTunes.

O *The Daily* se configura, assim, como uma mistura de mídias em que há uma aglutinação de elementos de diversos meios jornalísticos, apesar de firmar sua linearidade de leitura e projeto gráfico em elementos gráficos impressos. Parte-se então para uma experiência multimídia que, ao mesmo tempo, possui heranças analógicas configurando-se em uma experiência de transição e, justamente por isso, única.

Neste sentido, as heranças analógicas não se restringem ao projeto gráfico e à interação para virada de páginas, mas também ao próprio ciclo. O *The Daily* dialoga com a lógica de um jornal impresso, em um ciclo que é majoritariamente 24 horas: ele possui uma grande atualização diária e outras menores ao longo do dia. Em alguns casos há a inserção de elementos de comentários ou Twitters para a atualização em tempo real. Algumas enquetes possuem também resultado da votação atualizado (Figura 2). No entanto, o conteúdo tem ainda um ciclo semelhante ao de um jornal diário.



Figura 2.

O fato remete à afirmação de Benette (2002) mencionada anteriormente: o *The Daily* pode ser relacionado ao processo de um jornal diário, mas sem papel e com uma comercialização digital atendendo a demandas sociais de informação. Entre as características elencadas por Allen e Groth (apud MARTIN, 2003), o *The Daily* atende a todas elas: é periódico, reproduzido mecanicamente (de um para todos) e disponível a todos que pagam por ele. No entanto, ele acrescenta a isso as possibilidades de um universo digital e sensível ao toque. Há reportagens que dependem da interação para serem vistas completamente (o toque é propulsor para o surgimento de texto na tela). O *The Daily* faz uso também de vídeos, enquetes, *quizzes*, mesclando elementos do jornal impresso, da web, da televisão, e interações/experiências possíveis somente em telas sensíveis ao toque.

A publicação possui uma convergência entre diferentes linguagens como gráficos animados, vídeos, áudios e fotos com efeitos como visua-

lizações em 360 graus. Nem sempre esta convergência é homogênea (PELLANDA, 2001): os elementos estão complementares nas matérias, mas não necessariamente foram concebidos desde o início para atuarem em uma mesma reportagem. Como exemplo, alguns vídeos possuem as mesmas informações que os seus textos correspondentes, mas há outros casos em que os elementos multimídia estão em um alinhamento complementar caracterizando melhor o contexto de convergência de linguagens. Por vezes, o vídeo protagoniza o material informativo da página, sendo essencial para a transmissão de informação e sendo complementado somente por um título e linha de apoio.

O *The Daily* foi uma experiência e teve sua última edição em 15 de dezembro de 2012. A expectativa de atingir 500 mil leitores pagantes que Murdoch tinha ao iniciar o projeto não se concretizou. Os números divulgados em julho de 2012 informaram que o *The Daily* possuía 100 mil leitores pagantes (THE DAILY, 2012). O número é baixo se comparado à expectativa destinada ao projeto, mas é relevante frente ao cenário mundial. A tradicional revista *New Yorker* tinha no final de 2011 cerca de 26 mil leitores exclusivos no iPad e 135 mil leitores totais no iPad (inclusive neste número leitores exclusivos digitais e os assinantes do impresso que ativaram seus *tablets* para visualização da publicação). O *The Daily*, na mesma época, possuía 80 mil leitores pagantes e 120 leitores ativos. (LEARMONTH, 2011).

A publicação estava disponível nas plataformas iPad e iPhone em uma área exclusiva para publicações chamada de Newsstand (banca) (Figura 3). Esta seção permite que não só a capa da edição seja atualizada sem abrir o aplicativo, mas também todo o conteúdo seja carregado em segundo plano sem a interferência do leitor. Este ponto era crítico no início da operação do periódico, pois cada vez que o leitor abria o aplicativo precisava esperar uma média de 10 minutos para que a edição fosse carregada, fato que não foi completamente resolvido até o encerramento da publicação.

O modelo de negócio foi pioneiro no sistema de assinaturas digitais. Na questão da cobrança, o *The Daily* inaugurou um tipo alternativo de período de adesão, permitindo assinar por semana, a US\$ 0,99, ou ainda

anualmente, a U\$ 39,99. Os novos leitores podiam consumir todo o conteúdo por uma semana de forma gratuita. Este esquema é uma oposição ao modelo mensal dos jornais tradicionais, mas ao mesmo tempo um modelo que tem como base o pagamento prévio de um número fixo de exemplares. Ou seja, ainda é um modelo transposto do jornalismo diário, apesar de trabalhar com a instantaneidade, a praticidade e a volatilidade do meio digital.



Figura 3.

## Conclusões

O *The Daily* foi uma experiência para os formatos digitais móveis e ainda um projeto embrionário. O objeto deste texto é um meio híbrido no contexto de McLuhan (1964, p. 75), mas não somente convergindo de alguns formatos anteriores. Ele é uma fusão de formatos midiáticos analógicos com o contexto do suporte em *tablet* e tudo o que este aparelho significa. Presencia-se neste momento um suporte em que a portabilidade une-se com o conteúdo digital em rede. Trata-se do grau

mais próximo de um papel digital tanto pela objetividade do uso como pela portabilidade, mas adicionando a conexão ubíqua e *always-on* (PELLANDA, 2005) à internet móvel.

A audiência que o jornal pretende atingir é ampla, não só pelo modelo de conteúdo, mas pelo formato com uma riqueza visual muito intensa, mais comum para revistas, se fizermos um paralelo com os suportes analógicos. Este é mais um elemento de características líquidas e mutáveis (MANOVICH, 2002). Em tempo, é difícil identificar o produto como revista, jornal ou um aplicativo para *tablet*. O *The Daily* é na essência um *software* (*app*) assim como diversos outros produtos para o ambiente de comunicação móvel. Isto também altera não só a *expertise* de concepção deste veículo jornalístico como também toda a dinâmica de atualização e distribuição. O jornalismo entregue em *software* é por si só um desafio intrínseco ao *The Daily*.

Retomando, este jornal, ou *app*, é um produto de aprendizado para a News Corp. e também para toda a indústria jornalística que busca um novo entendimento de como formatar e distribuir informações em uma realidade de ubiquidade da informação. Com efeito, este caso é uma referência pelo seu formato e propostas.

## Referências

- BENETTE, D. L. *Em branco não sai: um olhar semiótico sobre o jornal impresso diário*. São Paulo: Codex, 2002.
- DALMONTE, E. F. *Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratextos e comunidades de experiência*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- DINES, A.; MAGALHÃES, L. A. (atualização e pesquisa). *O papel do jornal e a profissão de jornalista*. São Paulo: Summus, 2009.
- FIDALGO, A. Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth. *Pauta geral*, Salvador, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em: 9 maio 2012.
- GILDER, G. F. *Life after television*. New York: W. W. Norton & Company, 1994.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

- LEARMONTH, M. Murdoch's *Tablet Newspaper Experiment* The Daily Shows Some Promise. Ad Age Digital, 3 out. 2011. Disponível em: <<http://adage.com/article/digital/breaking-subscribers-murdoch-s-ipad-daily/230161/>>. Acesso em: 19 nov. 2011.
- LÉVY, P. *O que é o virtual*. São Paulo: Editora 34, 1996.
- MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MANNARINO, M. V. R. *O papel do webjournal: veículo de comunicação e sistema de informação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.
- MANOVICH, L. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2002.
- MARTIN, S. E. Newspaper History Traditions. In: MARTIN, S. E.; COPELAND, D. A. *The function of newspaper in society: a global perspective*. Westport: Praeger Publishers, 2003. p. 1-12.
- NEGROPONTE, N. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NEWS CORPORATION. Press Releases: Introducing *The Daily*. Disponível em: <[http://www.newscorp.com/news/news\\_471.html](http://www.newscorp.com/news/news_471.html)>. Acesso em: 10 dez. 2012.
- PELLANDA, E. C. *A Internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagens próprias*. 2001. 96 f. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social. Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2001.
- \_\_\_\_\_. *Internet móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação*. 2005. Tese de Doutorado em Comunicação Social. Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2005.
- RÜDIGER, F. R. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2003.
- THE DAILY. *A letter from The Daily's editor-in-chief to the staff*. 13 jul. 2012. Disponível em: <<http://www.thedaily.com/page/2012/07/13/web-thedaily-letter/>>. Acesso em: 7 dez. 2012.