



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2014: SIC - XXVI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2014
<b>Local</b>	Porto Alegre
<b>Título</b>	Edições multiplataforma: o jornal Zero Hora sob a perspectiva do design
<b>Autor</b>	GABRIELA GRUSZYNSKI SANSEVERINO
<b>Orientador</b>	ANA CLAUDIA GRUSZYNSKI

A pesquisa avalia como o jornal Zero Hora oferece visualmente seus conteúdos nas capas das edições impressa e digitais, considerando aquelas acessíveis por *browsers* e também por meio de aplicativos desenvolvidos para *tablets*, tendo como questão de fundo o papel do design na representação das notícias. Nos concentramos nas capas de Zero Hora para assim viabilizar uma comparação entre as edições multiplataforma. Os procedimentos metodológicos compreendem revisão bibliográfica, análise documental, análise de conteúdo, avaliação dos elementos visuais compositivos que compõem as interfaces, bem como observação das rotinas de produção na redação do jornal. Os achados até o momento indicam que a atividade de design no âmbito do jornal desdobra-se em três dimensões relacionadas aos fluxos de produção: (a) *Tempo contido, espaço restrito*, que corresponde a existência de um espaço limitado, distribuído em um número limitado de páginas, e que demanda produção material e distribuição física, atrelada ao impresso e aos modelos tradicionais de *newsmaking*; (b) *Tempo em fluxo, espaço em trânsito*, relacionado às edições acessíveis via *browsers* e aplicativos para *mobile* e *tablets* que ganham forma em espaços previamente demarcados, segundo *templates* que estabelecem uma grade para inserção dos conteúdos baseada no *Content Management System* (CMS) adotado pelo jornal. Aqui o mais relevante não é o layout inusitado, mas a frequência de atualização; (c) *Tempo planejado, espaço empacotado*. Coberturas especiais, datas comemorativas, cadernos temáticos, eventos sazonais, serviços, etc., são mote para que tanto reportagens especiais sejam produzidas, quanto bancos de dados digitais ou aplicativos desenvolvidos. Experimentam-se novos produtos associados ao jornal/marca do jornal, testam-se modelos de negócios, em objetos dirigidos a perfis segmentados de leitores. Além dessas temporalidades, reconhecemos as ocasiões em que acontecimentos singulares provocam rupturas nas rotinas de trabalho, demandando a agilidade na apuração e circulação das notícias relacionadas à atuação multiplataforma. O design parece estar cada vez mais integrado às diferentes etapas e temporalidades de produção e assim conectado diretamente ao aparato tecnológico que o viabiliza, constituindo um complexo enredamento que abarca os âmbitos editorial, comercial e institucional. O modo descontínuo e processual com que a tecnologia penetra nas práticas editoriais e as tensões que essas alterações provocam exigem que os profissionais tenham de continuamente atender demandas crescentes de produção que se destinam à publicação em plataformas múltiplas, segundo diferentes modalidades de convergência jornalística que estão em constituição.