



## Humans of Unisul: explorando as características do webjornalismo

Alexandre Lenzi <sup>1</sup>.

**Resumo:** Com o objetivo de unir em uma mesma atividade o exercício da narrativa jornalística, a promoção da empatia no ambiente universitário e a experimentação de características que definem o webjornalismo, foi criada em março de 2018 a fanpage Humans of Unisul. Inspirada em modelos já consagrados, trata-se de uma modesta iniciativa dos envolvidos na disciplina Jornalismo e Mídias Digitais, do curso de Jornalismo, da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), na cidade de Tubarão. Neste artigo, a experiência é resgatada paralelamente à conceitualização e à exemplificação de características que marcam o webjornalismo, tendo como base as sete apontadas em obra organizada por João Canavilhas (2014): hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

**Palavras-chave:** jornalismo; webjornalismo; internet; mídias digitais, Humans of Unisul.

### 1. Introdução: replicando uma boa ideia

Jornalismo é a arte de contar histórias reais. E na era do webjornalismo, muitos recursos somam-se neste processo narrativo. Objeto de estudo neste artigo, a fanpage Humans of Unisul (<https://www.facebook.com/humansofunisul/>) é um espaço para experimentação de formatos jornalísticos nas mídias digitais como prática em sala de aula. Criada em março de 2018, trata-se de uma página on-line, vinculada à rede social Face-

---

<sup>1</sup> Professor de Jornalismo na Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul). Doutor e mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: [lenzi.alexandre@gmail.com](mailto:lenzi.alexandre@gmail.com)

book e mantida por estudantes do curso de Jornalismo do campus da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul) na cidade de Tubarão. O objetivo, conforme divulgado na própria fanpage, é apresentar histórias, promover empatia, combater preconceitos e integrar a comunidade que vive o ambiente universitário no dia a dia. Tudo isso com recursos próprios do webjornalismo.

A iniciativa é uma adaptação livre do consagrado projeto Humans of New York (<https://www.facebook.com/humansofnewyork/>), criado em 2010 pelo norte-americano Brandon Stanton, com o desafio de retratar em fotos e textos a miscelânea de culturas da metrópole localizada nos Estados Unidos. Outras cidades e instituições também replicaram o projeto mundo afora. No Brasil, por exemplo, existem iniciativas já populares como a do Humans of São Paulo (<https://www.facebook.com/humansaopaulo/>) ou ainda a do Humans of UFSC (<https://www.facebook.com/HoUFSC/>).

Neste artigo, nos interessa observar de que forma os recursos próprios do webjornalismo são utilizados no processo narrativo das histórias do Humans of Unisul. Para isso, foram selecionadas sete características básicas, adotando como referência aquelas apresentadas em trabalho organizado por João Canavilhas (2014): hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade, sendo cada uma destas abordada por um autor diferente.

## **2. As características do webjornalismo no Humans of Unisul**

No começo, a internet era, sobretudo, um canal a mais para divulgar o que jornais impressos, emissoras de rádio e de TV produziam para seus veículos de origem. Após mais de 20 anos de experimentação e testes em redações mundo afora e diante do reconhecimento dos recursos que só a rede oferece, passou-se produzir conteúdo jornalístico pensado especificamente para o ambiente on-line, aproveitando características como, por exemplo, a hipertextualidade e o novo alcance proporcionado, a multimídia como integração de diferentes recursos em um mesmo produto informativo, e a interatividade como uma nova forma de se relacionar com o público consumidor. Neste contexto, ao explorar estas e outras características, a apresentação da notícia e da reportagem

na internet é (ou pelo menos tem potencial para ser) diferente das publicadas em papel ou exibidas na rádio ou na TV (LENZI, 2018).

A seguir, serão abordadas sete características próprias do webjornalismo, presentes em produções informativas contemporâneas como recursos para diferenciar a narrativa jornalística na era digital. A proposta é apresentar um breve resgate da conceituação destas características e, então, identificar de que forma cada uma delas está presente na prática do Humans of Unisul, objeto de estudo deste artigo.

### Hipertextualidade

Theodore Nelson (in FERRARI, 2014), considerado um dos pais do conceito de hipertexto, entende este como um texto elástico que se expande e se contrai conforme as solicitações do leitor, fazendo com que o mesmo assuma o comando da ação, trocando filmes, vídeos, diálogos, textos, imagens como se estivesse em uma grande biblioteca digital. Lucia Leão (2001) acrescenta que o conceito requer e cria um leitor ativo, que, ao percorrer o sistema, faz existir um espaço que se desdobra, estabelecendo elos e delineando um tipo próprio de leitura. “Com o novo tipo de interatividade possível através do computador, novas relações emergem e o leitor passa a ter uma função capital, pois sem ele a obra se reduz à mera potencialidade” (LEÃO, 2001, p. 42).

Ou seja, o hipertexto, por meio de links (ou hiperlinks), conduz o leitor de forma não necessariamente linear para outros textos, inclusive de outros sites. Ou ainda, no caso da hipermídia, para galerias de fotos, vídeos, animações, áudios e/ou infográficos. Canavilhas (2014) lembra que o sucesso do webjornalismo depende da qualidade dos conteúdos e, igualmente, da “criação de rotinas de consumo que facilitem a tarefa dos leitores num meio onde a ansiada liberdade de leitura se pode facilmente transformar num labirinto” (CANAVILHAS, 2014, p. 21).

No Humans of Unisul, o hipertexto aparece basicamente nos textos com as marcações de outras fanpages ou de contas pessoais. Como marcações de fanpages, são registrados principalmente links para páginas do local onde a história foi contada, desde algo genérico como o campus da Unisul em Tubarão até localizações mais específicas como, por exemplo, a Unisul TV. E como marcações de pessoas, aparecem com frequência as dos autores do texto e da foto e, mais esporadicamente, da própria pessoa

que é entrevistada (Figura 1). É visível um maior número de comentários envolvendo familiares e amigos do entrevistado quando este tem sua conta particular marcada na publicação da fanpage universitária.

Figura 1 – Marcações



Fonte: <https://www.facebook.com/humansofunisul/>

### Multimedialidade

Dos diferentes contextos do conceito multimídia, aqui nos interessa aquele com foco na combinação de linguagens. Neste sentido, entendida como a utilização de duas ou mais mídias na mesma produção informativa, a prática multimídia não é exclusividade do ambiente on-line. No impresso, ao usar texto, infográfico e fotos, já temos um conjunto multimídia. Na TV tradicional, imagens e áudios também se complementam. No on-line, todos os recursos estão lá, mas com o diferencial de que a condução da leitura é feita pelo usuário, criando um novo padrão de interatividade. Usando uma metáfora de Javier Díaz Noci (2001), na multimídia, 1+1+1 soma algo mais do que 3. Mas é justamente no processo de multimídia da produção jornalística on-line que surge uma série de novos desafios, diante da proposta de promover uma real integração entre diferentes conteúdos apresentados em distintos formatos.

Interessante observar que apesar das inovações da produção, o texto ainda tende a aparecer como elemento principal, fio condutor para as demais peças e recurso básico

para introduzir e contextualizar o tema. Outros elementos além do texto, no entanto, mesmo quando não protagonistas, têm papel representativo na narrativa on-line. Ramón Salaverría (2014) chama a atenção para a importância da integração eficiente entre os diferentes elementos: o texto, o som, as imagens e o vídeo, assim como outros que possam surgir no futuro, devem estar devidamente coordenados para que o resultado seja harmonioso, mesmo sendo essa uma tarefa mais complicada do que parece.

O autor espanhol indica alguns critérios que facilitam a coordenação de elementos multimídia na composição do material informativo. São eles: 1) compatibilidade (usar elementos cujo seguimento simultâneo possa ser realizado sem esforço para o público em geral, sem que exista uma competição pela atenção do internauta que acabe dispersando-o), 2) complementaridade (união de elementos que se enriqueçam mutuamente), 3) ausência de redundância (um certo grau de repetição é aceitável e até desejável, mas a excessiva redundância aborrece o público), 4) hierarquização (determinar qual é a linguagem que melhor se adequa à transmissão de cada peça do conteúdo), 5) ponderação (para limitações, como tempo, espaço, velocidade da internet, entre outras) e, por fim, 6) adaptação (respeito básico à plataforma on-line, com uso de tipografias, cores e dimensões espaciais próprias do meio).

Também no sentido de buscar uma linguagem com recursos que se complementem, Janet Kolodzy (2013) alerta que ao ter mais opções à disposição, os jornalistas precisam ser criteriosos, entendendo que só porque você pode utilizar um determinado formato ou ferramenta de mídia não significa que você tem que usá-lo.

As publicações frequentes do Humans of Unisul trazem essencialmente o texto com a história, uma foto do entrevistado, hashtags (desde a tradicional #humansofunisul até outras temáticas que variam de acordo com cada relato) e os créditos do texto e da foto. Mas publicações específicas apresentam outros elementos, como por exemplo, vídeo, na divulgação institucional do projeto (Figura 2), e áudio, com o compartilhamento de músicas com temática relacionada à iniciativa. Há, ainda, atualizações da própria capa da fanpage com mosaico de fotos, recurso também usado em chamadas para publicações temáticas, como uma série com histórias envolvendo o tema maternidade, publicadas no período do Dia das Mães.

Figura 2 – Vídeo



Fonte: <https://www.facebook.com/humansofunisul/>

### Interatividade

Interatividade é outra característica que ganha novos alcances no jornalismo online, entendida como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa).

Alejandro Rost (2014, p. 60, tradução livre) proporciona um quadro comparativo da evolução vivida nas últimas décadas em relação à esta interatividade tanto seletiva, quanto comunicativa. O jornal impresso oferece sua dose de interatividade seletiva com o controle pelo leitor do ritmo e a sequência da leitura, além de um precedente de interatividade comunicativa com as cartas de leitores, mesmo diante de todas as suas limitações. A televisão tem no controle remoto a ferramenta para exercer a interatividade seletiva, mas também tem suas limitações em relação à interatividade comunicativa reconhecida pelo autor. E o rádio é apontado como o meio, por um lado, menos interativo em possibilidades de seleção já que as suas mensagens se apresentam de forma linear e

sequencial, sem condições de retroceder, nem avançar, nem procurar uma notícia, e, por outro lado, é o meio que tradicionalmente teve maior abertura à interatividade comunicativa, tendo no exemplo da realização de uma simples chamada telefônica ao vivo a presença da opinião da audiência.

Com a internet, o cenário muda significativamente. Seja para publicações exclusivamente on-line, seja para veículos tradicionais que criam suas versões para a web para ampliar alcance. A interatividade seletiva é fortemente presente, com opções de seleção e personalização de conteúdo, para citar apenas um exemplo, e a interatividade comunicativa se faz presente por meio de publicações de comentários e compartilhamento em redes sociais, ambos em tempo real.

Potencializada pelos recursos próprios do Facebook, a interatividade no Humans of Unisul aparece por meio dos comentários nas postagens e dos compartilhamentos das histórias, além das curtidas e demais reações oferecidas pela rede social. Foram registradas ocasiões de publicações em que há um convite claro para a interatividade, como nos posts pedindo indicações de pessoas a serem entrevistadas.

Mas a participação mais expressiva aparece nas publicações de comentários nas diferentes histórias, seja para parabenizar, incentivar ou se solidarizar com o entrevistado. Um dos casos publicados que obteve alto índice de interatividade é o do estudante de educação física que conta que no início dos seus estudos era o único negro em uma sala com mais de 60 alunos (Figura 3).

Já no primeiro dia da postagem, foram registradas mais de 200 reações e de 20 comentários, números expressivos para uma página que, ainda em fase inicial, com dois meses de atividade, em maio de 2018, tinha pouco mais de 400 seguidores. Ou ainda, o caso de um estudante de Jornalismo que relata as dificuldades de morar longe da família, situação tão comum entre os jovens universitários e que também mobilizou uma quantidade significativa de comentários logo nos primeiros dias.

Figura 3 – Comentários



Fonte: <https://www.facebook.com/humansofunisul/>

### Memória

Para Marcos Palacios (2014), os efeitos da digitalização da informação, no que diz respeito à memória, fazem-se sentir, entre outros fatores, na produção de formas narrativas diferenciais, com distintos modos de incorporação de memória em seus diferentes formatos; e nas formas de interação com o usuário, que passa a dispor de recursos para investigar aspectos históricos/memorialísticos em torno do material de atualidade que é oferecido. Ou seja, além do conteúdo “novo” dos jornais on-line, existe também todo um acervo disponível, que tende a ser facilmente acessível. O autor afirma, ainda, que o jornalismo on-line, por meio da interatividade, encoraja o usuário a juntar-se aos produtores e acrescentar informações às bases de dados, como, por exemplo, publicando comentários. Palacios (2014) considera que a possibilidade de dispor de espaço ilimitado para apresentação de material noticioso é a maior ruptura resultante do advento da web como suporte mediático para o jornalismo, tendo como um dos seus principais a “multiplicação dos espaços para a memória em rede, fazendo de cada usuário um produtor potencial de memória, de testemunhos” (PALACIOS, 2014. p.95).



Como nas demais plataformas em que se produz jornalismo, a fanpage Humans of Unisul também funciona como espaço para apresentação de histórias que fazem parte da memória dos seus personagens e que, uma vez publicadas, estarão disponíveis por tempo indeterminado. Em diferentes ocasiões, a história relatada é algo que faz parte de um passado distante do entrevistado, uma história de superação ou uma situação marcante vivenciada. Um exemplo é o caso do estudante de engenharia civil que afirma ter sofrido bullying na infância ao ponto de precisar de ajuda de uma psicóloga (Figura 4), o que foi fundamental para que ele enfrentasse a situação, passando a ser reconhecido como aluno exemplar, tendo recebido inclusive homenagens estudantis. A história em si e os comentários registrados consolidam-se como um registro da memória da fanpage e do próprio entrevistado, sendo que o post foi compartilhado por familiares.

Figura 4 – Memória



Fonte: <https://www.facebook.com/humansofunisul/>

### Instantaneidade

A instantaneidade, apresentada por Paul Bradshaw (2014) como o desafio de contar o que está ocorrendo no momento, surge como uma nova versão das transmissões ao vivo já consolidadas em emissoras de rádio e de TV, o que reflete em novas formas de

pensar a distribuição do conteúdo jornalístico na internet, impulsionadas também por novas ferramentas disponibilizadas por redes sociais, como o recurso de streaming. Paul Bradshaw lembra que no contexto do jornalismo on-line, o desafio é que “agora as notícias estão a ser produzidas sem as limitações do espaço físico que sustentava a organização das redações. A captação de notícias, a produção e distribuição podem, agora, ocorrer simultaneamente – e serem potencializadas” (BRADSHAW, 2014, p. 116).

O autor defende, no entanto, que tal velocidade precisa ser complementada com “a profundidade que as pessoas estão dispostas a pagar (...) Não é como ter a escolha entre uma coisa e outra, mas sim a habilidade de escolher e combinar velocidade e profundidade no tempo correto com o objetivo certo” (BRADSHAW, 2014, p. 134).

Das sete características aqui relatadas, a instantaneidade é a única que não aparece efetivamente nestes primeiros dois meses de postagens da fanpage Humans of Unisul, pelo menos não no sentido de apresentar notícias praticamente em tempo real. As histórias são de relatos não factuais. Mas como potencial, tal característica existe sim. Talvez, em médio prazo, por exemplo, poderiam ser incluídas entrevistas com palestrantes ou convidados que estejam participando de eventos na universidade e suas histórias serem publicadas ainda durante a palestra ou logo em seguida. Já a transmissão ao vivo, embora possibilitada pela rede social, não parece se adequar à proposta do projeto.

### Personalização

A personalização do webjornalismo, no sentido de reunir, classificar e filtrar o material disponível em resposta às novas necessidades das audiências, é apresentada por Mirko Lorenz (2014) em seis diferentes níveis. O primeiro é o da capacidade de resposta (a possibilidade das páginas se adaptarem a diferentes tamanhos de telas); o segundo é o da possibilidade de alteração do conteúdo com base na hora do dia, apoiado no tempo e nas necessidades do utilizador; o terceiro é o da interação significativa, que consiste em apresentar o conteúdo de novas formas, onde o utilizador pode, por exemplo, deixar comentários; o quarto é o da ajuda na decisão, com oferta de elementos que ajudam a embasar a audiência com informações para tomadas de decisões; e o quinto é o do que o autor chama de calibração e algoritmos, entendendo este processo como pegar dados frescos quando estiverem disponíveis, sabendo que estes podem mudar a qualquer mo-

mento e recalibrar o modelo, com algoritmos de correção, pode ser frequentemente necessário para uma personalização significativa. Ou seja, em uma informação de trânsito, a via que apresenta engarrafamentos pode mudar de uma hora para outra, e é preciso estar atento à esta mudança para prestar um serviço com real relevância.

Por último, o sexto nível é o de ser adaptável para mudar, o que, para o autor, “significa que as aplicações do futuro devem ser baseadas em componentes com relações entre si e com a capacidade de reconfigurar, realinhar e reavaliar fatores que deveriam influenciar os fatores de mudança” (LORENZ, 2014, p. 151). O exemplo citado seria uma aplicação que permitisse ao utilizador apontar um dispositivo para um carro e imediatamente obter informações relativas às características de tal veículo.

Considerando os seis níveis de personalização apontados por Lorenz (2014), podemos identificar pelo menos os três primeiros nas postagens do Humans of Unisul. A adaptação às diferentes telas já é em parte oferecida pelo próprio Facebook, mas identifica-se também uma preocupação com a disposição das logomarcas e fotos de capa e de perfil da fanpage no sentido de que estas sejam visualizadas de forma completa nos diferentes aplicativos pelos quais se pode acessar a rede social. Em relação aos horários do dia, também há uma variação considerável, com tendência de uma publicação logo pela manhã (por volta das 8h) entre segunda e sexta-feira e demais publicações em horários aleatórios, incluindo aos fins de semana. E a interação significativa, como já dito no tópico específico sobre interatividade, também é frequente por meio das curtidas, dos comentários e dos compartilhamentos.

É de se refletir, ainda, sobre a presença do quarto nível de personalização apontado pelo Lorenz: o de ajuda na tomada de decisões. As histórias não se enquadram de forma tradicional no chamado jornalismo de serviços, no qual a contribuição para tomada de decisões é mais evidente, porém ao serem abordados temas como questões raciais, assédio sexual e bullying, é de se esperar que os relatos contribuam também para uma reflexão por parte da audiência, podendo proporcionar uma reavaliação de opiniões.

### Ubiquidade

Por fim, ubiquidade é mais uma característica reconhecida como definidora do webjornalismo. Segundo John V. Pavlik (2014), no atual contexto da mídia, ubiquidade

implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real, promovendo o chamado jornalismo produzido com a colaboração do cidadão e o jornalismo orientado por dados, ao mesmo tempo em que acarreta questões como o declínio da privacidade e sua substituição por uma sociedade da vigilância global. “Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global” (PAVLIK, 2014, p. 160).

No Humans of Unisul, a ideia de ubiquidade aparece, pelo menos, em duas frentes. Uma na possibilidade de a audiência poder acessar as histórias a qualquer momento, de qualquer lugar, desde que tenha acesso a alguma aplicativo com acesso à internet. E outro, dentro da linha do que afirma Pavlik (2014), no sentido de produzir jornalismo também com a colaboração do cidadão, sendo que algumas das histórias consistem basicamente no relato de uma experiência particular apresentada pelo entrevistado. Dois exemplos chamam a atenção.

O primeiro é o de uma das postagens iniciais da fanpage, em que um estudante de Publicidade e Propaganda fala de sua experiência como seminarista (Figura 5), antes de ingressar para a faculdade.

Figura 5 – Relato de um ex-seminarista



Fonte: <https://www.facebook.com/humansofunisul/>

O segundo caso destacado é de uma jovem estudante de Gastronomia que por iniciativa própria procurou a equipe da fanpage, conforme informam os envolvidos, disponibilizando-se para contar sua história, relatando que sofre de ansiedade e da síndrome de borderline e que a ajuda da família foi fundamental para retomar os estudos e as atividades profissionais. Nos dois casos, os textos publicados são, em essência, os depoimentos dos entrevistados após serem revisados e editados.

### **3. Considerações finais: boas histórias estão em todos os lugares**

Os recursos do webjornalismo estão a serviço das boas histórias, como demonstra o estudo da fanpage Humans of Unisul, aqui realizado. Ao explorar diferentes elementos, ainda como prática universitária, os estudantes produzem narrativas jornalísticas com características próprias do meio digital.

Destaca-se, principalmente, a interatividade, que se potencializa no digital, quando comparada com os meios tradicionais. É de se esperar que no caso do projeto avançar para os próximos semestres, aumentando o número de histórias e também o de seguidores, tal interatividade também avance na mesma proporção. As características da hipertextualidade e da multimídia são outras que ganham evidência.

A memória, a personalização e a ubiquidade também se fazem presentes, mesmo que ainda não em todo o seu potencial. E mesmo a instantaneidade, que ainda não aparece de forma prática, tem na teoria sua importância reconhecida e poderá ser aplicada em uma das próximas postagens, sem grandes dificuldades.

Desta forma, valoriza-se a experiência do Humans of Unisul como prática universitária para a experimentação das características do webjornalismo, em uma demonstração, usando uma das frases adotadas pela própria fanpage, de que “boas histórias estão em todos os lugares”. Cabe ao jornalista, disposição para contá-las.

## Referências

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 111-136.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 3-24.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4ª edição. São Paulo: Contexto, 2014.

KOLODZY, Janet. **Practicing convergence journalism: an introduction to cross-media storytelling**. 1ª edição. Routledge: Nova Iorque (EUA) e Londres (Inglaterra), simultaneamente, 2013.

LEÃO, Lucia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. 2ª edição. São Paulo: Iluminaras, 2001.

LENZI, Alexandre. **Inversão de papel: prioridade ao digital, um novo ciclo de inovação para jornais impressos**. Florianópolis: Insular, 2018.

LORENZ, Mirko. Personalização: análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 137-158.

NOCI, Javier Díaz. **La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico**. Zarautz (Espanha): Universidad del País Vasco, 2001.

PALACIOS, Marcos. Memória: jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 89-110.

PAVLIK, John V.. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 158-184.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 53-88.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 25-52.