



6º SIMPÓSIO
INTERNACIONAL DE
CIBERJORNALISMO

Performance em Ciberjornalismo:
tecnologia, inovação e eficiência

Performance in cyberjournalism: technology, innovation and efficiency

1 a 3 de junho/2015 na UFMS
em Campo Grande-MS - Brasil

A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo

1

Raquel Ritter Longhi²

Resumo: Conteúdos noticiosos ciberjornalísticos mostram uma consolidação em produtos que exploram de forma criativa e inovadora as possibilidades das narrativas hipermidiáticas. Os formatos são diversos: a grande reportagem jornalística, por exemplo, renovou-se nos especiais multimídia, que inundaram o jornalismo online na primeira década dos anos 2000 e atingiram maturidade com a grande reportagem multimídia, sua evolução natural, impulsionada pelo desenvolvimento da quinta versão do HTML, o 5. Este artigo discute a grande reportagem no ciberjornalismo do ponto de vista de suas propriedades expressivas, especialmente relativas a narrativa e convergência de linguagens. O trabalho faz um recorrido sobre o estudo dos gêneros ciberjornalísticos, introduzindo a perspectiva do gênero enquanto forma expressiva no ciberjornalismo, detendo-se mais especificamente na grande reportagem multimídia. Faz ainda uma breve análise de grandes reportagens selecionadas em veículos online brasileiros, a Folha de S. Paulo, o Estado de S. Paulo e o portal Uol. Conclui que os estudos a respeito dos gêneros ciberjornalísticos podem ser enriquecidos com a perspectiva do gênero enquanto forma expressiva.

Palavras-chave: Grande reportagem multimídia. Ciberjornalismo. Narrativas hipermidiáticas. Gênero expressivo.

¹Artigo enviado na modalidade Interatividade, novas narrativas e convergência

²Doutora em Comunicação e Semiótica PUC/SP; Pesquisador da Universidade Federal de Santa Catarina. Rede Jortec. Nephi-Jor e Grupo Hipermídia e Linguagem/CNPq. E-mail: raqlonghi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O estudo sobre os gêneros jornalísticos, até muito recentemente, esteve centrado, em sua grande parte, em uma aproximação a respeito da discursividade – opinião, interpretação, informação – que priorizava o conteúdo textual. As questões adjacentes à essa especificidade, como as estratégias de forma, ou expressivas, entretanto, costumam passar ao largo dessas discussões. No contexto digital não é diferente: os estudos dos gêneros jornalísticos têm mantido tal aproximação aos aspectos discursivos.

Ao procurar analisar o gênero enquanto formato expressivo, no entanto, o campo carece de pistas apropriadas no sentido do enfoque relativo às estratégias estéticas com que o conteúdo é transmitido. Nesse sentido, este artigo procura explorar os novos formatos noticiosos hipermidiáticos sob uma perspectiva da forma, ou ainda, dos seus recursos expressivos, para o que denominamos gêneros expressivos. Estamos definindo como “formatos noticiosos hipermidiáticos” os produtos informativos produzidos e distribuídos nos meios digitais de comunicação e informação, que contêm as características de multimídia, interatividade, conexão e convergência de linguagens próprias da linguagem hipermídia e do ambiente digital e online de informação (LONGHI, 2014: 14). Para o escopo deste artigo, centralizamos nossa análise na grande reportagem multimídia, GRM, como um dos exemplos mais notáveis do desenvolvimento e consolidação de conteúdos próprios e específicos do ciberjornalismo.

A metodologia de investigação está focalizada em referencial bibliográfico a respeito dos gêneros jornalísticos e ciberjornalísticos, e através de breve exame de GRMs publicadas nos últimos três anos, nos veículos online brasileiros Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo³ e Portal Uol.

O estudo dos gêneros no jornalismo

O exame dos gêneros no jornalismo é tão antigo quanto o próprio jornalismo. Desde seus primórdios, foram estabelecidas duas grandes vertentes relativas ao gênero discursivo no

³Este trabalho está inserido no projeto “Pesquisa aplicada em captação, produção, transmissão e distribuição de conteúdos jornalísticos em plataformas convergentes”, da Rede JorTec, apoiado pelo CNPq, dentro do track: Formatos específicos audiovisuais do webjornalismo e reconfiguração de gêneros narrativos no ambiente hipermidiático.

jornalismo: a informação e a opinião (surgidos das categorizações de relato e comentário). Em seguida a essa definição inicial, foi adicionado o gênero interpretativo (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1983: 219). Outros autores incluem-se entre os que amplificam as noções de gêneros jornalísticos, dentre eles, Núñez Ladevéze (1995, *apud* LARRONDO URETA, s/d), para quem toda configuração textual de um relato sobre fatos implica um ato deliberativo e uma atitude interpretativa. Ele divide desta forma, os gêneros em três categorias (*apud* LARRONDO-URETA, s/d: 186):

- *gêneros informativos* (informação de atualidade ou notícia): integra modelos cujo objetivo é proporcionar informação, característica que os diferenciam dos gêneros de opinião. Nestas modalidades, não há autoria específica, estando escritos em terceira pessoa, diferentemente dos gêneros interpretativos e opinativos, nos quais a assinatura tem valor literário e textual. Outras características são: a seleção de dados segundo regras objetivas, a impessoalidade estilística e o uso funcional da linguagem;

- *gêneros complementares* (reportagem, crônica informativa e interpretativa, informe jornalístico, informe de precisão e reportagem documental): o autor entende que os gêneros interpretativos complementam a informação de atualidade, e por isso os considera gêneros complementares ou híbridos. Esses modelos são igualmente informativos – seu objetivo é prover informação, mas se diferenciam dos gêneros informativos propriamente ditos pela sua forma de exposição, que é menos rígida. Tratam-se de relatos informativos que se distinguem da notícia de atualidade porque sua função de informar fica subordinada a uma forma de exposição na qual se mesclam elementos narrativos, literários e interpretativos;

gêneros de opinião (editorial, artigos, críticas, cartas ao editor): têm a função de persuadir o leitor ou explicar-lhe por eu julga o acontecido. Como consequência, a função do texto não se esgota na manifestação da explicação que se propõe, mas adiciona um sentido, de modo que a própria interpretação se converte em um instrumento de opinião.

Este modelo triádico, que envolve a informação, interpretação e opinião, efetivamente, é o mais referenciado no estudo dos gêneros jornalísticos.

A chegada dos novos meios de comunicação, especialmente a Internet, resultou numa nova crise dos gêneros tradicionais do jornalismo, segundo Casasús (1995, *apud* LARRONDO

URETA, s/d), o que, em parte, também se deve à própria evolução dos gêneros. Há que ser considerado, nesse sentido, que a essa progressão dos gêneros, efetiva-se uma evolução da linguagem, da forma que as mensagens adotam e das tecnologias e do contexto social em que se desenvolvem os meios, conforme a mesma autora. A hibridação, que já vinha sendo motivos da crise nos estudos sobre classificação dos gêneros, é potencializada pelo surgimento de novos tipos de conteúdo no contexto do jornalismo digital. O estudo de Larrondo-Ureta a respeito dos gêneros jornalísticos no ambiente do ciberjornalismo é um dos mais completos disponíveis. A autora faz um referencial teórico-bibliográfico bastante abrangente sobre os estudos dos gêneros e introduz a proposta de classificação e critérios taxionômicos (LARRONDO-URETA, s/d).

No que diz respeito ao formato expressivo, o gênero pode ser compreendido como a “forma de expressão que as mensagens informativas, interpretativas e de opinião adotam” (LARRONDO-URETA, s/d: 168). Para esta autora, os gêneros são semelhantes a moldes, que dão forma aos textos jornalísticos para que sejam identificáveis tanto pelo jornalista como pelo público. A dimensão histórica e de processo é observada pela autora como fundamental:

os gêneros, tanto impressos como audiovisuais, são o resultado de uma lenta elaboração histórica vinculada ao desenvolvimento de cada um dos meios de comunicação que surgiram com o passar dos anos, (...) o conceito de gênero se modifica necessariamente com o passar do tempo (LARRONDO-URETA, s/d: 168).

Essa mesma dimensão histórica é responsável pela adaptação da tipologia dos gêneros, “uma tarefa que se complicou nas últimas décadas – diz a autora – pelo fato de que a fronteira entre as diferentes espécies textuais é cada vez mais discutível” (LARRONDO-URETA, s/d: 188). Isso explica porque se produziu, ao longo dos últimos anos, segundo a mesma, um debate importante sobre o sistema de gêneros convencional e, por consequência, um notável incremento de tipologias de gêneros e subgêneros (LARRONDO-URETA, s/d: 188).

As modalidades textuais nos novos meios, especialmente os do ciberjornalismo, foram estudados por Salaverría e Cores (2005: 148-49), que identificaram quatro categorias, ou níveis concretos:

1. *Repetição*: corresponde ao nível mais básico, e diz respeito à mera repetição literal de gêneros e formatos textuais tomados de meios precedentes, fundamentalmente, impressos;
2. *Enriquecimento*: nível alcançado pelos gêneros que, ainda respeitando o cânon formal de seu gênero correspondente, incorporam as possibilidades hipertextuais, multimídia ou interativas;
3. *Renovação*: gêneros que, graças às possibilidades comunicativas do ciberespaço recriam gêneros precedentes, o que dá lugar a sua reconfiguração integral. O modelo de gênero renovado é a infografia;
4. *Inovação*: consiste na criação de gêneros jornalísticos para os cibermeios, sem partir de referentes prévios nos meios impressos e audiovisuais. Não se trata, portanto, de emprestar um gênero anterior e recriá-lo, mas de torna-lo mais claro, como ocorre no caso dos weblogs. (LARRONDO-URETA, s/d: 205).

Outros estudos sobre as modalidades expressivas nos novos meios foram empreendidos por Díaz Noci e Ramón Salaverría (2003), em uma investigação direcionada à redação ciberjornalística. Os autores estabelecem cinco tipologias básicas de gêneros ciberjornalísticos, que são:

1. *Informativos* – Notícia;
2. *Interpretativos* – Reportagem (de atualidade, especial temático e dossiê documental) e Crônica;
3. *Dialógicos* – Entrevista, Fórum ou Debate; Chat (entrevista online, interação com personalidades, interação entre usuários), pesquisa/questionário;
4. *de Opinião* – tradicionais: editorial, comentário, crítica, cartas ao editor, artigo, coluna, etc, debates em rede – fóruns, *chats*;
5. *Infografia online* – infografias individuais ou coletivas. (DÍAZ NOCI e SALAVERRIA, 2003: 40-41)

Todos os estudos relatados verificam os conteúdos multimídia dentro de categorias específicas, embora em menor parte refiram-se mais detidamente no formato da grande

reportagem multimídia, mas se tratam de classificações que colaboram no entendimento do processo de direcionamento dos gêneros expressivos no ciberjornalismo, e dão suporte para investigar os aspectos envolvidos nas possíveis reconfigurações genéricas que se dão no ambiente digital.

Especificamente no campo do ciberjornalismo, o estudo de Noci et al (2010), é bastante representativo dos gêneros e formas da notícia em desenvolvimento no ambiente digital e convergente, ainda que restrito aos meios espanhóis. Ao lado de verificar os conteúdos temáticos, a investigação baseou-se em determinar até que ponto se configuravam as características próprias da linguagem digital (hipertextualidade, multimídia e interatividade) na notícia ciberjornalística. Os autores analisaram diversos meios espanhóis procurando detectar se estava surgindo uma linguagem específica do ciberjornalismo a partir daquelas características, e sua relação com os modelos precedentes. Apontavam a hipertextualidade, entendida como a capacidade de interconectar conteúdos digitais entre si - como inerente ao suporte Web e responsável pelo primeiro fator de renovação estilística e funcional das notícias nos cibermeios, resultando assim como uma das “principais potências expressivas do jornalismo na Internet” (NOCI *et al*, 2010: 174). Desta forma, procuraram detectar, as diferentes morfologias da comunicação na web:

Nos últimos anos, o avanço nas práticas hipertextuais, a crescente audiovisualização da web e a aproximação entre os diferentes meios geraram um interesse especial em torno a fórmulas organizativas que funcionam sobre hipertexto e combinam diferentes morfologias da comunicação (NOCI *et al*, 2010: 174)⁴.

Os autores ainda classificaram o destino interno e externo dos links, o tipo de conteúdo que vinculavam, e a sua morfologia (textos, imagens, vídeos, áudios, infografias, etc). Os resultados, segundo o estudo, confirmaram a importância do tratamento hipertextual para a

⁴ Tradução nossa. No original: “En los últimos años, el avance en las prácticas hipertextuales, la creciente audiovisualización de la web y la aproximación entre los distintos medios han generado un especial interés en torno a las fórmulas organizativas que funcionan sobre hipertexto y combinan diferentes morfologías de la comunicación”.

informação na Internet e o uso de padrões muito similares em todos os cibermeios para a construção de seus conteúdos informativos (NOCI *et all*, 2010: 175).

Concordamos com esses autores na reflexão sobre o surgimento de linguagens específicas dos meios digitais, especialmente no ciberjornalismo, como havíamos proposto em artigo anterior (LONGHI, 2010). Naquele estudo, sugerimos que a grande reportagem multimídia podia ser considerada um modelo específico do ciberjornalismo (LONGHI, 2010). Esta asserção é compartilhada por autores como Larrondo Ureta, que define como modelo narrativo ciberjornalístico, ao lado da infografia multimídia, do *chat* e dos fóruns de leitores (LARRONDO-URETA, s/d: 206).

A partir dos estudos mencionados, discutiremos neste artigo, para melhor dar conta de entender a grande reportagem multimídia como forma expressiva do ciberjornalismo, a presença de alguns modelos na produção desse tipo de conteúdo.

Padrões recorrentes têm sido verificados já há algum tempo nos produtos noticiosos ciberperiodísticos. Neste sentido, interessa refletir sobre em que medida sua existência configura um modelo para uma forma expressiva. Se os estudos sobre gêneros atentavam para a existência de modelos narrativos que se repetem em diferentes conjuntos de conteúdos discursivos, a forma expressiva também conta com a existência de padrões. Numa breve sistematização histórica sobre o ciberjornalismo de referência de vários países (LONGHI, 2014), percebe-se pelo menos três fases distintas na exploração das possibilidades da linguagem hipermídia:

1. o slideshow noticioso e os primeiros produtos noticiosos multimidiáticos, no início dos anos 2000;
2. os especiais multimídia, de meados de 2002 a 2011, e
3. a grande reportagem multimídia, de 2012 em diante.

A configuração de um modelo, ou paradigma, pode se dar por estratégias de forma, na maior parte das vezes, devido aos softwares e ferramentas utilizados na produção. Este é o caso dos especiais multimídia e da grande reportagem multimídia. Os primeiros marcam a produção multimídia em meados da década de 2000, produzidos em sua maior parte com o software Flash. Os últimos consolidam-se a partir de 2012, quando a linguagem de marcação HTML5 surge para substituir sua versão anterior, possibilitando novas estratégias de convergência multimídia e leitura (LONGHI, 2014).

2. GRM COMO GÊNERO EXPRESSIVO

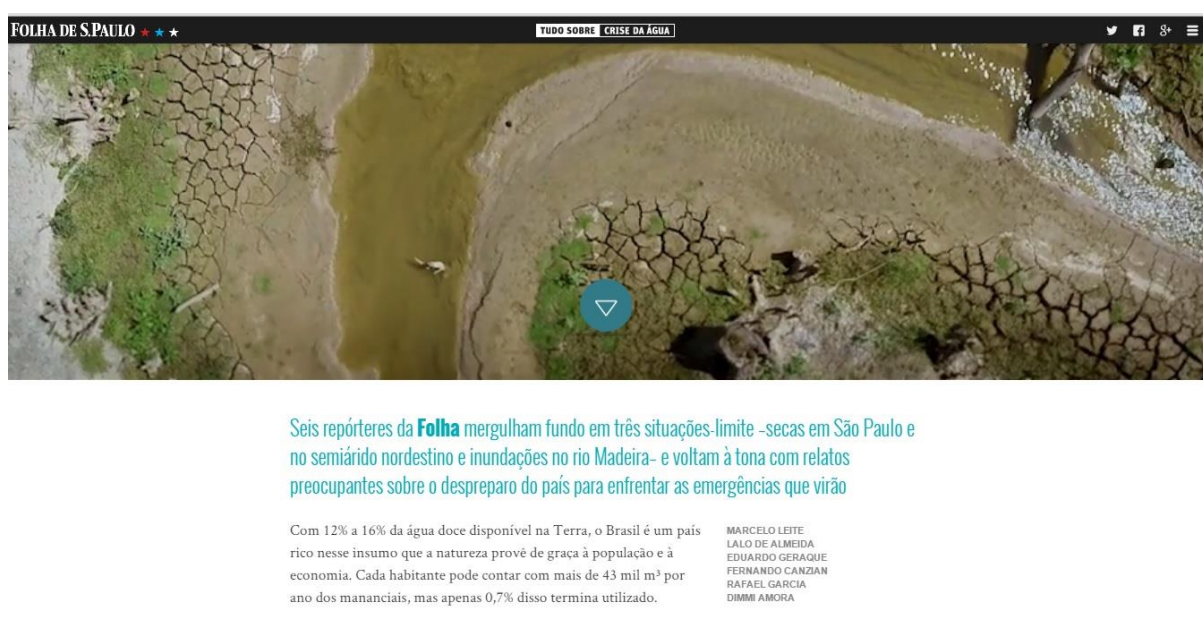
Em artigo recente (LONGHI, 2014), fizemos uma primeira tentativa, ainda que introdutória, de sistematização histórica dos produtos noticiosos multimidiáticos em 20 anos de ciberjornalismo e verificamos uma evolução gradativa em dois aspectos: o técnico e o narrativo. O aspecto técnico está relacionado às ferramentas utilizadas para produção desse tipo de produto noticioso. Do ponto de vista narrativo, observa-se uma evolução da narrativa textual (texto *longform*) e de configuração da linguagem convergente hipermídia, especialmente no que diz respeito à maneira como os elementos multimidiáticos convergem e se integram no todo do formato expressivo.

Para melhor entender tal evolução, sugerimos um quadro cronológico com os distintos graus de evolução, de acordo com os softwares e técnicas utilizados, além de características de design e navegação. Num primeiro momento, que definimos como “Grau Zero”, praticamente não há o uso de conteúdos multimídia; no “Grau Um”, aparece uma exploração ainda reduzida, porém se observa o surgimento, a partir do ano 2000, do que se pode considerar os primeiros produtos multimídia (*El Mundo.es*), ainda não produzidos em Flash, mas utilizando a linguagem HTML na exploração mais efetiva dos links, e dos primeiros slide-shows noticiosos (criados em Flash), em 2001. O “Grau Dois” é caracterizado pelo aparecimento dos primeiros *especiais multimídia*, que surgem em 2002, no *Clarín.com*. Esta fase também é marcada pelo crescimento da produção noticiosa em infografia nos meios digitais e pelo uso mais recorrente do software Flash nesse tipo de produção. No “Grau Três”, aparecem as primeiras *picture stories*, como *The War after the War*, do *MSNBC.com* (Ramos, 2009). Os especiais multimídia, as infografias online e as *picture stories* começam a consolidar-se no cenário da produção da notícia em multimídia. A etapa de “Grau 4” compreende a consolidação da grande reportagem multimídia, definida por técnicas como o *parallax scrolling*, ambientes e ferramentas como HTML5, CSS, narrativas imersivas e texto *longform*, dentre outras características inovadoras de design e navegação (LONGHI, 2014).

Embora o ciberjornalismo, no nosso país, tenha se destacado internacionalmente por conteúdos infográficos, especialmente na Folha de S. Paulo, no G1 e no Estadão, conquistando importantes reconhecimentos, através de prêmios internacionais, por exemplo, é com a grande reportagem multimídia que se percebe um amadurecimento da linguagem ciberjornalística.

Esse tipo de conteúdo destaca-se no cenário do ciberjornalismo brasileiro a partir de 2013, com a grande reportagem multimídia “A Batalha de Belo Monte”, lançada pela Folha de S. Paulo em diferentes plataformas – online, impresso e televisão - inaugurando a série *Tudo Sobre*, que até este momento, maio de 2015, conta quatro reportagens especiais. A série ainda tem as reportagens “O golpe e a ditadura militar” e “Crise da água” (Fig. 1), além do mais recente, “Crime sem castigo”.

Figura 1: print screen da abertura da GRM Crise da água, na série Tudo Sobre.



Fonte: <http://arte.folha.uol.com.br/ambiente/2014/09/15/crise-da-agua/index.html>

Numa outra iniciativa nesse sentido, em outubro de 2014, o portal Uol lança o Uol Tab, com a reportagem “Economia Copartilhada”, a primeira de uma série publicada toda a segunda-feira, que chega ao número de 30 edições neste 25 de maio de 2015. Apresentando textos longos, ilustrações, fotos e áudio, as matérias do Uol Tab tem se destacado por utilizar estratégias de interatividade com o leitor bastante completas, como participação em enquetes online, testes variados, etc. Para sua divulgação, a série conta com um perfil no Facebook, além de estar presente no Twitter do Uol. Os números quanto à audiência⁵ têm sido positivos, segundo dados divulgados pelo portal no período de seu lançamento: segundas-feiras, dias de

⁵ Dados recolhidos pelo pesquisador Alexandre Lenzi, do Nephi-Jor/UFSC.

maior audiência, têm em média 4,5 milhões de acessos à página do portal pelo computador e mais 1,5 milhão via smartphone. Mais recentemente, a audiência média é de mais de um milhão de visitantes únicos, segundo Rodrigo Flores, Diretor de Conteúdo do Uol⁶.

Do ponto de vista da forma, a tendência mais evidente do Uol Tab, segundo o pesquisador Alexandre Lenzi (2015) é a passagem da justaposição, onde peças de diferentes mídias são “diagramadas em conjunto, sem necessariamente estarem realmente integradas, para uma nova experiência de imersão proporcionada por peças que se complementam e formam uma nova unidade multimídia”. O autor aponta a partir dessa configuração estilística, o que pode instigar o leitor:

Nesse novo cenário, não faz sentido oferecer vídeos e/ou áudios que apenas repetem o que é apresentado no texto, por exemplo. O público precisa encontrar algo realmente novo em cada peça que consome e, melhor ainda, se a cada passo dado a audiência for instigada a consumir a peça seguinte, até fechar o quebra-cabeça multimídia. (LENZI, 2015, no prelo)

Acompanhando esta tendência, o jornal O Estado de S. Paulo lançou, no final de abril passado, o especial “Rota 66 – A confissão”, também em diferentes plataformas. No dia 24, o vídeo foi veiculado pelo canal da TV Estadão, no YouTube⁷. No online, o especial saiu dia 25 e no impresso, a matéria foi publicada no domingo, dia 26. Notabilizado principalmente pela produção de infográficos, o Estadão online traz com esta grande reportagem multimídia sobre um caso de violência policial da Rota paulistana durante a ditadura militar, um conteúdo de fôlego, composto por três capítulos com texto, fotos, imagens de arquivo, vídeos, slideshows, podcasts e gráficos (Fig. 2).

Figura 2: print screen da abertura do capítulo 3 de “Rota 66 – A confissão”, mostrando imagem, texto, e sequência do formato em áudio. Na parte inferior, as divisões dos capítulos.

⁶ Entrevista concedida à pesquisadora Kérley Winkes, do Nepi-Jor/UFSC, em maio de 2015.

⁷ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?t=144&v=y8SpM_OYC1w. Acesso em abril 2015.



Fonte: <http://infograficos.estadao.com.br/especiais/rota-66-confissao/vontade-de-matar>

O que há em comum com todas essas formas de conteúdo ciberjornalístico? Em primeiro lugar, destaca-se o texto longo, uma tendência que tem sido definida como jornalismo *longform*, bastante utilizada em jornais de referência de vários países, especialmente a partir de 2012, quando o HTML5, evolução do HTML, passou a dominar a linguagem de programação para criação de conteúdos (LONGHI, 2014).

A leitura é feita mais pela barra de rolagem e menos pelo clique em links, que em geral, marcam as entradas para capítulos, ou seções da matéria, e acesso a fotos, slideshows e outros arquivos multimídia. Uma outra característica de forma que tem sido bastante utilizada, é o texto centralizado na página e o chamado “parallax scrolling”, que permite “velocidades” diferentes para as camadas de leitura, onde a camada de trás move-se mais lentamente que a da frente, criando um efeito de terceira dimensão.

Ainda que de forma breve, os exemplos acima mostram uma tendência na produção de conteúdos expressivos ao apresentarem algumas particularidades comuns, que caracterizam um modo de fazer que tem se reforçado no ciberjornalismo.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A consolidação da grande reportagem multimídia num jornalismo que se reinventa a cada dia em termos de conteúdo e estratégias de negócio é evidente, mas muitas questões ainda carecem de maior discussão. Uma delas diz respeito ao financiamento desse tipo de produto. Em geral, e em se tratando de “especiais”, são materiais que exigem equipes mais numerosas e investimentos de monta, além do fator tempo, certamente maior do que o exigido para a produção diária. Em alguns casos, como o Uol Tab, anúncios em vídeo abrem todas as seções do especial, o que causa estranhamento e tem efeitos negativos na imersão necessária para a leitura.

As características de forma que se fazem notar, entretanto, apontam para certos modelos e padrões estéticos que se repetem ao longo do conjunto analisado: o texto longo, centralizado, a leitura pela barra de scrolling, e verticalizada, portanto, e a hibridação das imagens estáticas e em movimento são marcas indelévels de uma consolidação e estabelecimento desse tipo de narrativa como própria e específica do ciberjornalismo, e ainda e uma renovação e revigoração das formas expressivas do ciberjornalismo.

Como gênero narrativo, a grande reportagem multimídia vem consolidando-se como um dos formatos mais inventivos do jornalismo online, especialmente se levarmos em conta os grandes jornais de referência, que têm investido recursos e formação em equipes de profissionais com esse objetivo.

É desta forma que o ciberjornalismo caminha para uma consolidação de produtos com linguagem própria e específica do meio, um jornalismo que institui novos gêneros expressivos pela utilização criativa dos recursos da linguagem hipermidiática do meio.

4. REFERÊNCIAS

DÍAZ NOCI, Javier e SALAVERRIA ALIAGA, Ramón (Coords.). **Manual de Redacción ciberperiodística**. Barcelona, Editorial Ariel, 2003.

LARRONDO URETA, Ainara. **Los géneros en la redacción periodística: contexto, teoría y práctica actual**. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidd del Pais Basco, s/d.

_____. “El reportaje se reinventa em la red: estructura del reportaje hipertextual”, disponível em: www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm, acessado em 20 de julho de 2009.

LENZI, Alexandre. “Já temos uma alternativa para a reportagem multimídia no Brasil?” In: Rogério CHRISTOFOLETTI (org.). **Questões para um jornalismo em crise**. Florianópolis: Insular, 2015, no prelo.

LONGHI, Raquel Ritter. “O turning point da grande reportagem multimídia”. In: Revista Famecos. Porto Alegre, v. 21, n. 3, setembro-dezembro 2014. p. 897-917.

_____. “Slideshow como formato noticioso no webjornalismo”. Porto Alegre: Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. Vol. 18, Nº 3, 2011.

_____. “Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia”. Universidade de Beira Interior, Portugal. Revista Estudos em Comunicação nº7 - Volume 2, 149-161 Maio de 2010. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/longhi.pdf>

NOCI, Javier Díaz et all. “Convergencia y contenidos”. In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé, PEREIRA FARINA, Xosé (cord.). **Convergencia digital**. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servizio de Publicacións e Intercambio Científico: 2010. Pp 167-195.