



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

Apuração e inovação: uma análise da série *UOL TAB*, do portal *UOL*¹

Kérley Winques²

Resumo: O objetivo deste artigo é apontar e discutir o resgate e fortalecimento do jornalismo de apuração e o aprofundamento das informações no jornalismo online. Características que marcaram a reportagem do impresso, revelam-se potencializadas com elementos multimídia no webjornalismo. Denominada grande reportagem multimídia - GRM, através de revisão bibliográfica, esta pesquisa destaca aspectos deste gênero específico da internet, e ainda, explora e analisa especificamente a série *UOL TAB*, do portal *UOL*. Este produto expressivo é marcado, no cenário atual, pelo texto *longform*, narrativas imersivas e leitura verticalizada. O questionamento principal diz respeito a analisar a eficiência, inovação e apuração da série *TAB*, uma vez que se tratam de textos longos repletos de elementos que compõe a estrutura do todo. A pesquisa apresenta resultados que mostram um mercado promissor, efeito disso seriam os anúncios presentes nas reportagens. Entrevista com o diretor de conteúdo da série permite a observação de que o produto possui números de acessos significativos. É possível ponderar que existe público leitor para esse tipo de narrativa no jornalismo online.

Palavras-chave: Apuração. Inovação. Grande reportagem multimídia. Jornalismo online.

¹ Artigo enviado na modalidade Narrativas e Interatividade.

² Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo (UPF/2013); Mestranda em Jornalismo no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Pesquisadora do Grupo Hiper mídia e Linguagem (NephiJor). E-mail: ker.winqes@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Formatos noticiosos hipermidiáticos têm se destacado no ambiente online. Estratégias de navegação e interatividade estão evoluindo ano após ano, marcando a linguagem hipermidiática da internet. Graças às crescentes possibilidades tecnológicas e ao desenvolvimento dos produtos webjornalísticos, a grande reportagem que os leitores estavam acostumados no jornal impresso está revelando sua presença no ambiente online.

Para Longhi (2014), produtos multimidiáticos webjornalísticos envolvendo slideshows, especiais multimídia, infografia online, por exemplo, se renovam a partir do final da década de 2000, e consolidam esse tipo de formato expressivo enquanto gênero específico do webjornalismo, herdeiro da grande reportagem do impresso, que a autora define como grande reportagem multimídia. Produto que tem se verificado em portais de referência, tais como *New York Times*, *The Washington Post*, *The Guardian*, *UOL*, *Folha de S.Paulo*, dentre outros. Segundo Longhi, a grande reportagem multimídia tornou-se o lugar “onde o jornalismo online mais tem explorado as possibilidades de convergência de linguagens do meio digital” (2014, p. 900), estando marcada ainda, no cenário atual, pelo texto *longform* e as narrativas imersivas.

A reportagem é um gênero jornalístico que se caracteriza pelo texto mais longo, contextualização, profundidade e apuração. Antes de discorrer sobre a grande reportagem multimídia e analisar a série *UOL TAB*, cabe fazer algumas ponderações sobre este gênero do jornalismo.

2 APURAÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO: O GÊNERO REPORTAGEM

A partir do levantamento realizado sobre os gêneros jornalísticos, é possível identificar basicamente três categorias fortes: informativo, interpretativo e opinativo. A reportagem é apontada por Beltrão (1969;1980a;1980b), Marques de Melo (2003;2009;2012) e Martínez Albertos (1983;1991) citado por Lazo (2012), especialmente no gênero informativo. Já a reportagem em profundidade e interpretativa é determinada por Beltrão e Martínez Albertos como gênero interpretativo.

Dessa forma, para esta pesquisa, serão aprofundados os estudos sobre reportagem, reportagem interpretativa e a grande reportagem, que são os gêneros em que se fundamenta o

estudo. Guirado (2004) contribui afirmando que reportagem é o nome que se dá a matérias mais longas, seu conteúdo deve ser investigado, pesquisado até o desenlace do fato ou até seu esgotamento. “É da natureza da reportagem revelar a origem e o desenrolar da questão que ela retrata” (GUIRADO, 2004, p. 22). Para ele o processo de criação da reportagem é muito próximo do processo literário³, pois ambos lidam com a palavra: “Enquanto a Literatura vai criar *um mundo* fictício, com esse elemento básico da linguagem verbal, a reportagem ideal tenta recriar *o mundo* numa suposta relação de proximidade com a realidade” (GUIRADO, 2004, p. 103, grifo do autor). Sodré e Ferrari corroboram: “a reportagem é o conto jornalístico” (1986, p. 75).

Falando em literatura, cabe resgatar a palavra arte, para Medina e Leandro (1973), reportagem “É a rede de fatos no tempo e no espaço, a arte de tecer o presente” (MEDINA e LEANDRO, 1973, p. 32). A relação entre passado e presente vem da estrutura do estilo de texto. Ambos colocam o contexto, a pesquisa e a humanização como elementos necessários à interpretação⁴. Medina (1986) identifica como reportagem uma matéria mais ampla e complexa que a notícia. Com a contribuição do autor Leandro, descrevem as linhas que separam notícia e reportagem:

Na passagem de um jornalismo puramente interpretativo, as linhas do *tempo* e *espaço* se enriquecem: enquanto a notícia registra o *aqui*, o *já*, o *acontecer*, a reportagem interpretativa determina um *sentido* desse aqui num círculo mais amplo, *reconstitui* o já no antes e depois, deixa os limites do acontecer para *um estar acontecendo* atemporal ou menos presente. Através da contemplação de fatos que situem ou interpretem o fato nuclear, através da pesquisa histórica de antecedentes, ou através da busca do humano permanente no acontecimento imediato, a grande reportagem é interpretação do fato jornalístico. (MEDINA e LEANDRO, 1973, p. 7, grifo dos autores).

A grande reportagem citada pelos autores (1973) também é apontada por Kotscho (1989) ao argumentar que nas redações é assim que se fala das matérias mais extensas, que exploram o assunto em profundidade, cercando todos os ângulos. Recebem esse nome, pois realmente são grandes em linhas e páginas. “A grande reportagem rompe todos os organogramas, todas as regras sagradas da burocracia – e, por isso mesmo, é o mais fascinante

³ Guirado (2004, p.11) acredita “que, numa certa medida, reportagem é obra de arte. Ela tem autoria. Leva a assinatura do repórter. Portanto, é um texto de autor, podendo, em muitos casos, criar parentescos com a Literatura”

⁴ Medina e Leandro (1973) esquematizam as seguintes tendências do conteúdo interpretativo: reportagem de contexto, reportagem de reconstituição histórica, reportagem individualizada e reportagem com entrevistas e enquetes.

reduzido do Jornalismo, aquele em que sobrevive o espírito de aventura, de romantismo, de entrega, de amor pelo ofício” (KOTSCHO, 1989, p. 71). E frisa, esse tipo de reportagem requer um investimento grande, tanto em termos humanos como financeiros, para a empresa.

A reportagem interpretativa possui as mesmas características trazidas por Kotscho, e é apontada pela autora Larrondo Ureta (2004) como um gênero interpretativo por excelência, capaz de aprofundar todos os antecedentes e buscar as consequências de determinado fato. Este formato não se limita em oferecer dados sobre um evento, mas sim em investigá-los, para descrever e explicar cada detalhe.

Um texto com qualidade, investigação e apuração, leva mais tempo para ser produzido. Sendo assim, Lage (2005) defende que o imediatismo é o menos importante. Sodré e Ferrari (1986) compartilham dessa ideia, a reportagem não tem o mesmo caráter imediato da notícia, pois a mesma, oferece detalhamento e contextualização daquilo que já foi anunciado.

Em seus estudos Lazo (2012) trabalha com a definição de que a reportagem “é um gênero livre quanto às formas expositivas, incita todo tipo de experimentos e técnicas narrativas” (2012, p.66, tradução nossa)⁵. Ao citar Rodrigues e Yanes Mesa a autora afirma que a reportagem é o gênero dos gêneros. “Se trata de uma fusão de todos os gêneros jornalísticos. Um trabalho dedicado a aprofundar as interioridades da notícia, nas causas e consequências de algum acontecimento da atualidade e investiga aspectos desconhecidos a partir de testemunhos confidenciais ou através da coleta de dados” (LAZO, 2012, p. 67, tradução nossa)⁶.

Sobre os gêneros na internet, encontramos os trabalhos de Santana (2008), Irene Machado (2002) e Larrondo Ureta (2004). A primeira discorre que os gêneros jornalísticos encontram na web um conjunto de recursos expressivos que podem modificá-los, enriquecê-los e até mesmo, transformá-los. Irene Machado (2002) defende que os gêneros digitais são processos comunicativos autuados pela conexão e estrutura da rede de computadores, cujas composições são modelizadoras. E afirma, o gênero é determinado pelo suporte em que está implantado. Quando falamos em reportagem nos meios digitais, Larrondo Ureta (2004)

⁵ Texto no original: Al ser el género más libre de todos em cuanto a las formas expositivas, incita a todo tipo de experimentaciones y técnicas narrativas. (LAZO, 2012, p. 66)

⁶ Texto no original: “Algunos autores han bautizado el reportaje como << el género de géneros>> (Rodríguez Pastoriza, 2003: 65) Yanes Mesa (2004: 195):
[...] se trata de una fusión de todos los géneros periodísticos. Es el reportaje. Un trabajo dedicado a profundizar en las interioridades de la noticia, em las causas y consecuencias de algún acontecimiento de actualidad, y a investigar aspectos no conocidos a partir de testimonios confidenciales o a través de la búsqueda de datos.” (LAZO, 2012, p. 67)

pondera sobre a “reinvenção” desse gênero no webjornalismo, proporcionada pela hipermídia. A chegada do hipertexto reconfigura os gêneros jornalísticos tal como o conhecemos.

O computador e os dispositivos móveis, com suas características intrínsecas, são ambientes que possibilitam a evolução e desenvolvimento de práticas dos formatos noticiosos. Considerando as afirmações das autoras, são apresentadas as mudanças que o meio digital gera no jornalismo, especificamente no aperfeiçoamento e adaptação da grande reportagem.

3 WEBJORNALISMO E INOVAÇÃO CONVERGENTE

O jornalismo é, há muitos anos, fonte de informações para o mundo. Há muitos canais através dos quais é possível distribuir informações para o público, tais como o jornal impresso, a televisão e o rádio. Entretanto, todos eles podem ser ressignificados pela chegada da internet, que vem se tornando uma das grandes plataformas de comunicação moderna, onde o jornalismo⁷, como tantas outras atividades sociais, se faz presente.

Tais ressignificações são reflexos do que é apontado para a chamada convergência. Este é um conceito-chave para entender a evolução e as transformações que a internet provocou na prática jornalística. O termo é defendido por Longhi e Silveira (2010) como definidor do atual estado da arte, tanto dos formatos jornalísticos como das diversas manifestações da comunicação hipermidiática. Ambos analisam três aspectos que devem ser levados em conta na convergência: a) combinação de linguagens; b) remodelação dos meios, através de sua hibridação e; c) convergência entre as ferramentas da própria Web 2.0.

Quando falamos em combinação de linguagens, é com base na ligação entre texto, som, imagem em movimento ou estática, elementos próprios do ambiente hipermidiático que oferecem possibilidades de exploração e criatividade para o jornalismo produzido no ambiente online. A remodelação dos meios, apontada pelos autores, é o jornal, a revista, o rádio, a televisão, dentre outros exemplos, que são modificados no ambiente digital e que encontram na internet um lugar a mais para a disseminação de informações e representação. É nesse ponto que segundo Longhi surge um novo meio, que será responsável por influenciar

⁷ Mielniczuk (2003) pontua a exploração da internet pelo jornalismo em três gerações: a) primeira: o jornalismo é transpositivo, o conteúdo de veículos impressos é transposto sem nenhuma modificação; b) segunda: é possível perceber a exploração dos recursos da Web, mas o modelo ainda está ligado à cultura do jornal impresso e; c) terceira: há um investimento do jornalismo em explorar as potencialidades que o meio online oferece.

algumas mudanças nos meios anteriores, ou seja, “fazendo uma sistemática de contaminação recíproca entre os diversos meios” (LONGHI, 2009, p. 191). Sobre o terceiro aspecto, a própria Web possui ferramentas que possibilitam a convergência de linguagens e formatos, podemos citar as redes sociais, os softwares de edição e criação, o design, as interfaces, os algoritmos, os links, etc. De encontro com essa ideia, Manovich (2013) partilha do conceito de “softwarização”. Segundo o autor, a softwarização dos meios anteriores não liderou a convergência, mas sim os formatos de representação, as técnicas de criação de conteúdo e as interfaces de acesso foram dissociadas de suas bases físicas e traduzidas para um software, estes elementos passaram a se inter-relacionar e produzir novos híbridos. A convergência não é só uma aproximação dos estilos de funcionamento da base tecnológica, mas também uma padronização das propriedades dos materiais que são objetos do processo de comunicação, observa Damásio (2003).

O termo *mediamorfosis* cunhado por Roger Fidler é resgatado por Longhi e Silveira. Para os autores, Fidler “definia o processo de complementaridade e coevolução dos meios” (2010, p. 162). Essas estratégias de combinação são indicadas como fundamentais para a configuração de uma linguagem própria dos novos meios. O conceito de *multimídia*, também merece destaque, composto pela união de diferentes formatos midiáticos é assinalado por Salaverría e Avilés, “Os conteúdos *multimídia* que hoje caracterizam as formas mais vanguardistas do jornalismo são, no fundo, uma junção das linguagens exploradas durante o século XX pelos meios impressos e audiovisuais” (SALAVERRÍA; AVILÉS, 2008, p. 32, tradução nossa)⁸. Porém, o conceito de *multimídia* parece não dar conta do jornalismo contemporâneo, como aponta o autor é uma união de formatos midiáticos ainda do século XX. Além de Salaverría e Avilés, a linguagem *multimídia* também é citada por Plaza (2001) que traz ainda o termo *intermídia* como um processo híbrido que é realizado através da síntese qualitativa.

Tanto *multimídia* como *intermídia* são categorias interdisciplinares que, como colagem ou síntese-qualitativa, colocam em questão as formas de produção-criação individual e sobretudo a noção de autor. [...] os meios tecnológicos absorvem e incorporam os mais diferentes sistemas *sígnicos*, traduzindo as diferentes linguagens históricas para o novo suporte. Essas linguagens transcodificadas efetivam a

⁸ Texto no original: “Los contenidos multimedia que hoy caracterizan a las formas más vanguardistas del periodismo son, en el fondo, una amalgama de los lenguajes explorados durante el siglo XX por los medios impresos y audiovisuales” SALAVERRÍA, 2008, p. 32

colaboração entre os diversos sentidos, possibilitando o trânsito intersemiótico e criativo entre o visual, o verbal, o acústico e o tátil (PLAZA, 2001, p. 66).

Na observação do autor (2001) a linguagem multimídia, nada mais é do que a colagem ou sobreposição de diversas tecnologias. Quando se fala em intermídia, a definição consiste na criação de um resultado a partir da união de dois ou mais produtos que construíram um produto/objeto final. Para Longhi e Silveira, “A noção de intermídia, que hoje aparece na concepção de convergência, para Plaza (2001), está bastante ligada a tais movimentos por diferentes suportes, como um aspecto que os diferencia de tudo o que vem antes” (2010, p. 163).

Pensando na insuficiência da linguagem multimídia, a visão de intermídia desenvolvida por Longhi (2008) contribui de forma positiva para a compreensão da convergência de linguagens. “A concepção de intermídia vem colaborar para o entendimento das estratégias de convergência, que vão além da simples colagem, para efetivar-se numa fusão que opera conceitualmente, no nível do seu significado” (LONGHI, 2010, p. 203). O conceito de intermídia, segundo Longhi e Silveira (2010), pode dar conta da fusão conceitual dos meios e linguagens que marcam os produtos digitais.

Intermídia seria um modo de olhar para tal aglutinação, que vai além da simples colocação dos elementos na tela do computador: traduz-se mais pela combinação conceitual, pela mistura de meios que, ao se mesclarem, mantêm algumas características e adquirem outras, produzindo formatos específicos de linguagem. (LONGHI; SILVEIRA, 2010, p. 163)

Essa fusão conceitual, é mais que uma mistura, é uma inter-relação orgânica entre diferentes formas, contribui Longhi (2002). Contudo, para a autora (2010) intermídia pode ser traduzida como uma concreta combinação e integração dos elementos multimídia, ou seja, é um novo formato. A linguagem hipermídia é outro termo defendido pela autora, “A hipermídia atua para a criação de narrativas nas quais o acompanhamento de informações adicionais ao texto significa, por si só, um elemento fundamental da informação on-line” (2009, p.192). Para se desprender dos conceitos definidos pela cultura do impresso e de outros meios que fazem parte da história do jornalismo, é preciso usar “dos recursos da hipermídia (...), e a fusão conceitual, que resulta na intermídia, é um dos conceitos fundamentais dos novos meios, pois significa ir além da mera disposição de diferentes formas expressivas em um mesmo ambiente” (LONGHI, 2009, p. 195).

Definir conceitos, linguagens e termos é fundamental para a estruturação do jornalismo no ecossistema midiático, afinal, como novo meio a internet precisa ter suas próprias definições. Pensando na lógica multiplataforma, Barbosa desenvolve o *continuum multimídia* de cariz dinâmico (2013). Para a autora a criação de novos padrões de narrativas integra resultados da convergência. No jornalismo contemporâneo, a estrutura está associada à integração e remediação, o “cenário atual é de atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos, o que resulta num *continuum multimídia* de cariz dinâmico” (BARBOSA, 2013, p. 33).

De acordo com a autora, o *continuum multimídia* traduz o processo de convergência jornalística, dessa forma a “norma vigente para assegurar a distribuição multiplataforma/*cross media*” (BARBOSA, 2013, p. 37), compondo o que a autora propõe como a quinta geração do jornalismo. Sendo que, essa geração é definida pelos seguintes elementos: a) medialidade; b) base de dados; c) horizontalidade e; d) *continuum multimídia* e as mídias móveis (BARBOSA, NORMANDE e ALMEIDA, 2014).

Os meios consolidados – rádio, televisão e jornal impresso – já apresentaram suas linguagens e características para o consumidor receptivo. Agora cabe ao webjornalismo⁹ solidificar suas características hipermidiáticas para seus leitores e usuários. Lembrando que “não basta juntar à notícia um conjunto de novos elementos multimídia, pois esse acto pode apenas criar redundância e até mesmo ruído. (CANAVILHAS, 2003, p. 5). É preciso incorporar de forma coerente diferentes elementos multimidiáticos nas notícias que são construídas para serem difundidas no ambiente online. Para Canavilhas (2007) nesse sentido, os códigos do webjornalismo resultam da adaptação dos códigos jornalísticos dos meios anteriores: a) código linguístico: palavra (escrita e oral); b) código sonoro: música e efeitos sonoros; c) código icônico: imagens (em movimento: vídeo ou imagens virtuais 3D, fotografia, gráficos e infográficos) e; d) código estilístico (usabilidades, tipo de letra, fundos e cores). Assim é definido o webjornalismo, um sistema resultante das combinatórias dos códigos apontados pelo autor.

⁹ Essa escolha vai ao encontro com a afirmação de Canavilhas, que considera que o conceito de jornalismo está diretamente relacionado com o suporte técnico e o meio que difunde as notícias e informações “Nos parece que a palavra webjornalismo (Canavilhas, 2001; Mielniczuk, 2003; Ribas, 2004; Alzamora, 2004; Barbosa, 2005) é a que melhor se adequa ao jornalismo feito em e para a Internet, mais especificamente, na parte da Internet denominada World Wide Web” (CANAVILHAS, 2007, p. 6, tradução nossa).

Essa possibilidade de combinação mescla a fusão de elementos e desafia a imprensa tradicional a desenvolver novas formas de oferecer conteúdo para seus leitores e mantê-los, especialmente, a partir de novas dinâmicas na produção de notícias.

4 A GRANDE REPORTAGEM MULTIMÍDIA

Uma das características mais inovadoras do século XXI, no que diz respeito à produção jornalística, são os atuais ciclos de criação e evolução de conteúdos audiovisuais na internet. Um exemplo disso são as narrativas multimídia, que emergem com design e estruturas inovadoras, trazem consigo a renovação na forma de apresentar notícias. O desenvolvimento do jornalismo nas últimas décadas está diretamente relacionado com o crescente desenvolvimento tecnológico, se manifestando em diferentes tendências. Os conteúdos multimídia, interativos e hipertextuais fazem parte dessa nova fase do webjornalismo.

A grande reportagem multimídia é um gênero revigorado, com conteúdos expressos em diversos códigos, quais sejam: linguístico, sonoro, icônico ou estilístico (CANAVILHAS, 2007). Esses não são apenas justapostos, mas reunidos de forma integrada em uma estrutura contemporânea. As técnicas de hipertexto aplicadas à multimídia fazem o texto compatível com os diversos códigos, mediante o desenvolvimento de uma trama que se conecta entre todos os elementos noticiosos. Isso se deve ao que chamamos de linguagem múltipla (EDO, 2009). Para Larrondo Ureta (2009) o esquema informativo, o desenho, a contribuição documental, a capacidade de atualização e as possibilidades de participação são o que promovem o dinamismo multimídia e interativo que concedem ao usuário uma nova forma de consumir a informação.

Antes de discutir em maior profundidade os aspectos conceituais e definidores do objeto de estudo, contudo, é necessário debruçar-se sobre a evolução das narrativas webjornalísticas que resultaram no que Longhi (2014) defende como o “*turning point*” da grande reportagem multimídia. Passadas duas décadas, o jornalismo nos meios digitais evoluiu, segundo a autora, sob vários aspectos, que envolvem a convergência tecnológica e empresarial, até as preocupações com o formato da notícia na internet. Para a autora, podemos estabelecer um desenvolvimento histórico dos produtos e formatos noticiosos com a

característica da multimídia, percebendo-se pelo menos quatro momentos no que diz respeito à exploração das possibilidades hipermediáticas. Longhi (2014) considera o slideshow como o primeiro formato considerado multimídia no webjornalismo.

Na sistematização da autora é possível verificar a presença de quatro fases distintas. Essas são definidas de acordo com os softwares e técnicas, além das características de design e navegação. As fases ficam esquematizadas da seguinte forma: a) “fase zero”: é quase nulo o uso de conteúdos multimídia; b) “fase um”: a exploração ainda é reduzida, porém a partir do ano 2000, surgem “os primeiros produtos multimídia (El Mundo.es), que, apesar de não serem totalmente produzidos em Flash, utilizam a linguagem HTML na exploração mais efetiva dos links; também aparecem os primeiros slideshows noticiosos (criados em Flash), em 2001” (LONGHI, 2014, p. 908); c) “fase dois”: surgem em 2002 os primeiros especiais multimídia no Clarín.com. Esta fase também é marcada pela infografia na internet e pelo uso do software Flash. “É nesse momento, ainda, que aparecem as primeiras picture stories, como *The War after the War*, do MSNBCcom” (2014, p. 908); por fim d) “fase três”: é a fase da 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. É aqui que se verifica o “*turning point*”” (LONGHI, 2014, p. 908).

A “fase três” é marcada pela evolução e estabelecimentos do HTML5¹⁰, que ao substituir o Flash¹¹, proporciona formas inovadoras no que diz respeito ao design, navegação e imersão do leitor, oferecendo uma adaptação eficaz em dispositivos como computadores, tablets e smartphones. Na concepção de Longhi, é a partir desse momento que o jornalismo aposta no texto mais longo, efetivando-se desta forma “uma renovação da grande reportagem” (2014, p. 906).

A consolidação deste formato tem chamado atenção tanto dos jornalistas, do mercado e fundamentalmente de autores como Longhi, que considera esse produto como o lugar onde o jornalismo online mais tem explorado as possibilidades de convergência de

¹⁰ O código HTML está presente na internet há mais de uma década. Sua sigla significa *HyperText Markup Language* (Linguagem de marcação de hipertexto). O HTML é a linguagem de estruturação e apresentação de conteúdo para a World Wide Web, utilizada para produzir páginas na web. A quinta versão dessa tecnologia, conhecida como HTML5 originalmente proposta pela Opera Software, traz mudanças para a navegação, se destaca principalmente pela capacidade multiplataforma.

¹¹ A chegada do HTML5 soluciona algumas das dificuldades presentes no Flash. Podemos citar que não é mais preciso baixar plug-ins, não precisa ficar esperando para carregar a informação por completo e possibilita que as notícias rodem em vários navegadores e dispositivos diferentes.

linguagens. Longhi (2014), Larrondo Ureta (2009;2004), García (2003) e Santana (2008) debruçaram-se sobre o modelo no meio digital. A grande reportagem multimídia é um gênero webjornalístico que se encontra em pleno desenvolvimento, como resultado da evolução do ambiente online. Ao mesmo tempo, sua conceituação também se situa em um espaço intermediário entre o ideal de reportagem multimídia e suas manifestações na prática jornalística.

Quando uma grande reportagem é publicada no meio impresso o texto se beneficia apenas de fotos e gráficos. A causa dessa união é um texto pouco atraente para o leitor atual. Para Salaverría (2005) nos cibermeios, a reportagem pode ir mais além e aproveitar toda a gama de conteúdos e elementos multimídia que o meio oferece: desde galerias fotográficas, vídeos, passando pelas infografias até as gravações sonoras. As características do webjornalismo e principalmente do hipertexto favorecem essas ligações apontadas pelo autor, já que o ambiente digital oferece um espaço sem limites para a criação e hiperligações.

Na definição de Santana (2008) reportagem multimídia é uma tipologia específica da mensagem jornalística, resultado da união do jornalismo com a internet, que incorpora as características essenciais da comunicação em rede – hipertextualidade, multimedialidade e interatividade – de diferentes maneiras e com níveis de desenvolvimento variados. Na concepção da autora (2008) a reportagem na internet pode manter as características formais e o formato de conteúdos da reportagem tradicional, porém a nova linguagem jornalística supõe uma reconfiguração de algumas dessas características e a introdução de outros elementos interativos e dinâmicos. De encontro com essa ideia, Longhi observa que, do ponto de vista da hibridação, a reportagem multimídia vai muito além da justaposição e combinação já conhecidas: as diversas formas expressivas são inovadoras de tal maneira que se constata uma fusão conceitual, ou seja, todos os elementos interagem de forma expressiva para um novo modo de representação. A esse fenômeno a autora dá o nome de intermídia (2009).

O modo de representação tem apresentado esse gênero como uma das espécies mais evoluídas, principalmente por explorar as capacidades específicas do ambiente digital (LARRONDO URETA, 2009). Segundo as próprias características da reportagem como modalidade informativa e interpretativa capaz de oferecer maior quantidade de informações sobre determinado fato, cabe pensar que este gênero descobre na internet um marco excepcional para conseguir alcançar sua finalidade (LARRONDO URETA, 2004). Com efeito, a internet oferece possibilidades, ferramentas e estruturação para que a grande

reportagem cumpra seu papel na sociedade, de levar informações com aprofundamento, apuração e investigação dos fatos apresentados.

García (2003) aponta seis características do meio que se associam com facilidade ao desenvolvimento do gênero na internet, assim definidas: a) caráter multimídia; b) ruptura da sequencialidade; c) ruptura da periodicidade; d) interatividade; e) legibilidade; e f) código HTML e os programas de edição da web. A partir dos apontamentos feitos pelo autor, no que diz respeito à última característica Longhi (2014) corrobora que observa-se uma consolidação da grande reportagem nos meios digitais devido ao desenvolvimento e estabelecimento do HTML5 e do CSS3, dentre outras ferramentas de produção e apresentação na internet. Para García (2003) o código HTML e os programas de edição são definidores da qualidade da reportagem jornalística no formato digital.

Com a evolução do código HTML, na sua quinta versão, é modificada a estruturação do produto em uma única janela, numa espécie de “pacote fechado” que passa a ser substituída pela utilização da página/tela na sua totalidade, e tendo ainda o que Longhi (2014) define como “*scrolling*”: “recurso que permite a leitura e navegação através da barra lateral na página, perfazendo uma leitura mais verticalizada. O design utiliza toda a superfície da tela, (...), usando o espaço em branco como elemento constitutivo do desenho da página e geralmente o texto centralizado” (2014, p. 909). Considerando-se o desenho da interface e a navegação, segundo a autora, talvez a maior contribuição do HTML5 seja a padronização, através de características como o design responsivo: “A linguagem de código aberto (do HTML5), permite que seja possível à navegação por conteúdos em diferentes suportes e tecnologias” (LONGHI, 2014, p. 911). O design responsivo também se configura no grande definidor do momento de virada e de adaptação do gênero ao meio. Essa característica “diz respeito àqueles sites nos quais o desenho e a informação se adaptam ao suporte que o usuário está usando, seja um telefone celular, um computador, tablet ou televisão digital” (LONGHI, 2014, p. 911).

Além da renovação com relação a códigos e programas de edição, observamos um resgate e aposta do webjornalismo no que tange ao uso de textos longos. Longhi (2014) frisa que grandes portais e jornais estão utilizando o que tem sido chamado de *jornalismo longform*, “matérias com mais de quatro mil palavras, ou grandes reportagens com entre dez e 20 mil palavras” (2014, p. 911). Salaverría (2015) escreveu sobre “*Seis jornalismos do futuro*”, entre os itens levantados o *jornalismo longform* é destaque, para o autor cada vez

mais os meios de comunicação estão convencidos de que há espaço para o jornalismo com a característica do texto longo. Longhi reforça que há um público leitor para o texto *longform* “o jornalismo online vem ganhando em qualidade com esse tipo de formato” (LONGHI, 2014, p. 914). Com efeito, Longhi e Winkes afirmam “o texto longo se destaca não apenas pelo formato, mas também pela apuração, contextualização e aprofundamento. Textos com essa característica propõem uma leitura mais lenta e um leitor disposto a dedicar tempo para a mesma” (LONGHI e WINQUES, 2015, p. 4, no prelo).

Característica fundamental da grande reportagem multimídia, o texto *longform* constrói bases sólidas na internet mostrando ser uma das promessas para o futuro do jornalismo. Exemplos de *longform* estão em grandes reportagens como a já reconhecida e premiada *Snow Fall*¹², do *The New York Times*, *The long strange trip of Dock Ellis*, da *ESPN*, *NSA Files Decoded*, do *The Guardian*, entre outros. E no caso brasileiro *Tudo Sobre*, com três grandes reportagens - *A Batalha de Belo Monte*, *O Golpe e a Ditadura Militar* e *Crise da Água* - da *Folha de S.Paulo* e a série *UOL TAB*, do portal *UOL*, entre outros casos isolados.

5 *UOL TAB*: A REPORTAGEM MULTIMÍDIA DO PORTAL *UOL*

Para esta pesquisa, vamos nos deter em analisar apenas a série *UOL TAB*, do portal *UOL*. Com um projeto inovador o *UOL* traz para seus leitores todas as segundas-feiras gratuitamente uma nova grande reportagem multimídia com temas diversos e conteúdo aprofundado, dividido entre texto – de duas a quatro mil palavras - vídeos, ilustrações, mapas, fotos, questionários e games.

O diretor de conteúdo do *UOL* Rodrigo Flores comenta, “A proposta é trazer uma nova experiência em conteúdo. O *TAB* é a resposta do *UOL* para a necessidade do nosso público de consumir conteúdo de qualidade em formatos criativos, interessantes e interativos.” (FLORES, 2014, *online*)¹³. O *TAB*, cuja equipe é formada por 12 profissionais, já conta com várias reportagens disponibilizadas na página, cujos temas variam entre cotidiano,

¹² *Snow Fall* descreve de forma inovadora uma avalanche de neve em Washington no ano de 2012. O jornal reconstituiu a tragédia por meio de uma reportagem multimídia em seis capítulos. As matérias foram apresentadas com gráficos interativos, vídeos, biografias e uma grande quantidade de texto. O trabalho foi recompensado com 2,9 milhões de visitas e 3,5 milhões de page views nos primeiros seis dias de publicação. A grande reportagem do *The New York Times* impulsionou este tipo de produção jornalística no mundo todo.

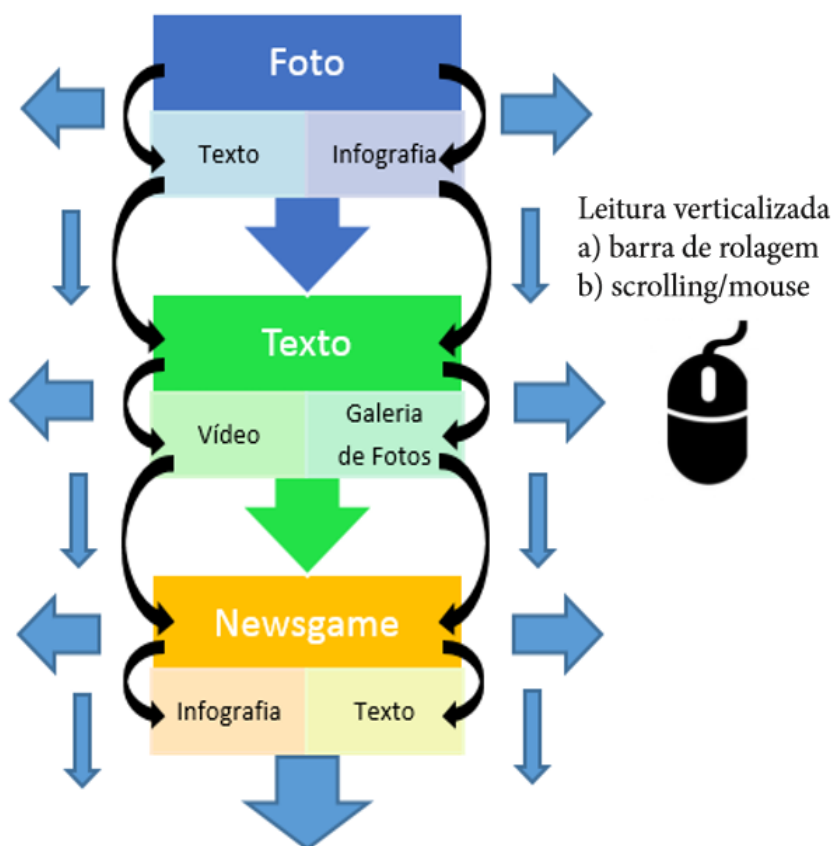
¹³Dados: *UOL* lança o *TAB*, novo projeto editorial interativo. 13/10/2014. Disponível em: <http://migre.me/pAaWO>. Acesso em: 21 de novembro de 2014.

tendências, curiosidades e temas atuais. A primeira, intitulada *Compartilhe-se*, publicada em outubro de 2014, com duas mil palavras, discorre sobre o crescimento da economia compartilhada no mundo.

Característica da série, a leitura verticalizada é considerada “aquela em que a leitura se dá pela barra de rolagem ou *scrolling*” (LONGHI e WINQUES, 2015, p. 11, no prelo). Ainda sobre esta dimensão, Larrondo Ureta (2009) afirma que esse tipo de leitura obriga o usuário a viajar e deslizar através do *scroll* para ler a informação, a partir da borda da tela.

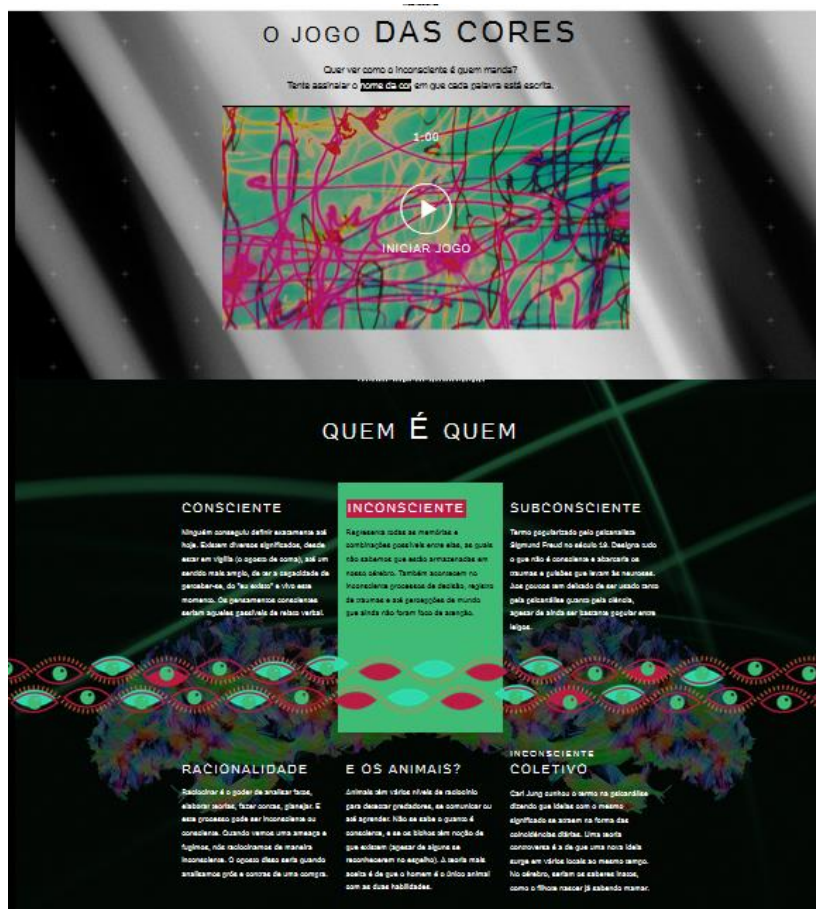
Para ilustrar o modelo de leitura verticalizada que representa a leitura do *TAB*, foi esquematizado a estrutura de navegação. Na figura 1, o esquema de narrativa verticalizada, que oferece a opção apenas pela barra de rolagem ou *scrolling*. Neste caso, os elementos como texto, foto, vídeo, áudio, entre outros, aparecem e se escondem com o rolar da barra lateral da página (LONGHI e WINQUES, 2015). Este modelo representa as publicações do *UOL TAB* conforme exemplo da figura 2.

Figura 1: Esquema de leitura verticalizada.



Fonte: Elaboração da autora.

Figura 2: Exemplo de leitura verticalizada.



Fonte: Quem manda aqui? - UOL TAB. Disponível em: <http://migre.me/pBNiW>

As reportagens *TAB* abrem inicialmente com uma imagem que cobre toda a largura da página, essa imagem é estática ou em forma de vídeo. Em seguida, é acompanhada de um anúncio publicitário - que paraliza o rolar da página por cinco segundos - na sequência surge o texto, que com a rolar da barra lateral se integra com elementos como fotos, ilustrações, vídeos, infografia, newsgame, etc. Esses elementos são revelados segundo Barbosa, Normande e Almeida (2014) como um efeito “cortina” que revela ou cobre as diferentes partes a partir da rolagem realizada pelo leitor imersivo. Além da hierarquização da informação, é preciso debruçar-se sobre os diversos códigos multimídiaicos que compõe a estrutura da série.

a) *Texto*: O texto nas reportagens digitais, especificamente na série *TAB*, é particularmente claro e variado. Ele é dividido em diversas seções e informações, onde outras formas de comunicação surgem, graças à computação gráfica e ao HTML5. De encontro com essa ideia Longhi (2014) afirma que as informações verbais não ficam em

segundo plano, mas a visualidade da palavra e sua imbricação com a imagem é explorada. “O texto literalmente “entra” na imagem, ou, dito de outra forma, caminha com a imagem, lado a lado, fazendo a combinação em tempo real entre a imagem mostrada e o texto lido, o discurso discorrido de leitura” (LONGHI, 2014, p. 901).

b) Imagens estáticas e dinâmicas: A presença de fotos, vídeos, animações, etc, varia consideravelmente. Para García (2003) esses elementos são determinados pelas aplicações de softwares e programas de edição que possibilitam diversos efeitos nas imagens estáticas ou não. A presença de imagens fixas é constante na série *TAB*, como um acompanhamento e visualização do que está sendo exposto no texto escrito. Já as imagens animadas ou ilustrações têm uma importância variável, que vai desde uma função meramente decorativa até uma representação eficaz para explicar com mais detalhes sobre determinada informação. O uso de vídeos - principalmente na forma de entrevistas e depoimentos - tem aparecido com destaque nas reportagens da série como complemento do texto escrito, com qualidade de conteúdo e imagem.

c) Som: Na grande maioria, segundo Santana (2008) o texto – oral ou escrito – persiste como recurso base na transmissão dos conteúdos das reportagens multimídia. No *TAB* o som é encontrado em menor quantidade, porém de diferentes formas: exposição em off, música, efeitos sonoros ou como som ambiente. García (2003) frisa que a presença do som pode ser o complemento de imagens estáticas ou em movimento, bem como, ocupando um espaço singular.

d) Infografia: A infografia já conquistou seu espaço na internet, e não poderia ser diferente no *TAB*. Santana (2008) afirma que as infografias animadas e interativas têm sido encontradas na maioria das reportagens na web. Este recurso é classificado como um gênero específico do webjornalismo e, segundo a autora, se configura em um instrumento conveniente e eficaz que presta caminhos interpretativos sobre fenômenos ou fatos abordados e seus contextos. Segundo García (2003) a reportagem multimídia utiliza da infografia para expor: 1) dados estatísticos; 2) processos de todo tipo associados a âmbitos especializados; 3) características de um objeto qualquer relacionado com a reportagem; e 4) visualização de mapas. O *UOL TAB* tem utilizado das quatro categorias de infografia citadas pelo autor (2003).

e) Newsgame: Os jogos informativos e jornalísticos estão aparecendo nas GRM, mesmo que de forma reduzida. O propósito de um jogo no jornalismo é ultrapassar o

entretenimento, nas reportagens TAB esse elemento estimula a interatividade, raciocínio e participação do usuário com o assunto proposto, principalmente na forma de questionários. Para Silva (2008) através do jogo é possível explorar diversos tipos de experiências “seja pela capacidade de preenchimento dos sentidos, pela possibilidade de agir e produzir modificações na seqüência da história ou pela viabilidade de transformação dos formatos e combinação das informações” (SILVA, 2008, p.77).

As características da reportagem, citadas pelos autores no início da pesquisa, são reveladas em cada elemento que compõe a estrutura das reportagens TAB. Cabe ressaltar que a série não se encaixa na classificação de grande reportagem multimídia, conceito desenvolvido por Longhi (2014), e sim como reportagem multimídia. Defende-se isto em função do número de palavras que compõe a estrutura, grandes reportagens apresentam em torno de dez a 20 mil palavras (LONGHI, 2014). Porém, o texto *longform* se faz presente, já que algumas aparecem com quatro mil palavras. Destaca-se ainda, que os cinco códigos multimidiáticos citados acima não surgem juntos, cada reportagem aborda em torno de três ou quatro elementos distintos.

Aferir o número de leitores que estão consumindo esse tipo de produto é um trabalho que em geral se faz com o uso de ferramentas de medição de audiência online, como a *Adobe Analytics/Omniture*. Flores afirma que em 2014 mais de 150 mil visitantes únicos clicaram nas *homes web e mobile* das reportagens por edição. Já em 2015, Rodrigo Flores pontua que os TABs mais populares ultrapassam facilmente um milhão de visitantes únicos. Para o diretor de conteúdo as respostas dos leitores nas redes sociais têm sido excelentes, 95% do que é publicado sobre o TAB é elogioso às reportagens.¹⁴ Em breve análise na página do UOL TAB no *facebook* – com 10.175 curtidas - foi possível observar que os leitores curtem, comentam e compartilham os conteúdos, demonstrado, desta forma, que eles acompanham as publicações através das redes sociais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A série UOL TAB demonstra que é possível fazer conteúdo de qualidade com diferentes elementos comunicacionais. Além disso, as reportagens contam com um anunciante que tem sua propaganda plucitária divulgada em forma de vídeo ao longo da reportagem, provando

¹⁴ Dados divulgados através de entrevista via e-mail com Rodrigo Flores.

que este produto pode ser rentável financeiramente para o jornalismo. Tendo em conta os dados levantados - coletados pelo *Adobe Analytics/Omniture* e divulgados por Flores (2014;2015) - é possível ponderar que existe público leitor para narrativas longas com elementos multimídia no jornalismo online.

Essa maior experimentação do gênero na internet aponta para a definição e consolidação da grande reportagem multimídia, uma modalidade que busca sua especificidade em uma história não sequencial e multimídia. Santana (2008) afirma “Da mesma maneira que o gênero dos gêneros passou pela imprensa, pelo rádio e pela televisão, agora se incorpora na rede e aproveita as qualidades comunicativas em função de uma intenção específica” (SANTANA, 2008, p. 16, tradução nossa)¹⁵. O futuro aponta para um produto cada vez mais completo tanto em estrutura como em integração de elementos multimídia.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João. **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros LabCom, 2013, p. 33-54. Disponível em: <http://migre.me/hUrFq>. Acesso em: 12 de jan. de 2015.

BARBOSA, Susana; NORMANDE, Naara; ALMEIDA, Yuri. **Produção horizontal e narrativas verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas**. In: XXIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo, 2014, Belém.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: Filosofia e técnica**. 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 1980a.

_____. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980b.

_____. **A imprensa informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário**. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web. In: FIDALGO, António; SERRA, Paulo (orgs). **Jornalismo Online**. Covilhã: Projecto Akademia, 2003.

_____. **Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW**. Cavilhã: Labcom, 2007.

¹⁵ Texto no original: “De la misma manera que el género de géneros pasó de la prensa a la radio y luego a la televisión, ahora se incorpora a la red y aprovecha sus cualidades comunicativas en función de una intencionalidad determinada” (SANTANA, 2008, p. 16)

DAMÁSIO, Manuel José. Convergência e tecnologia em comunicação. In: FIDALGO, António; SERRA, Paulo (orgs). **Jornalismo Online**. Covilhã: Projecto Akademia, 2003.

EDO, Concha. **Periodismo informativo e interpretativo**: El impacto de Internet em la noticia, las fuentes e los géneros. México: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V., 2009.

GARCÍA, Guillermo López. Géneros interpretativos: el reportage y la crónica. In: NOCI, Javier Díaz; SALAVERRÍA, Ramon. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003. p. 449-494.

GUIRADO, Maria Cecília. **Reportagem**: a arte da investigação. São Paulo: Arte & Ciência, 2004.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Editora Ática S.A. 1989.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LARRONDO URETA, Ainara. **El reportaje se reinventa en la red**: estructura del reportaje hipertextual, Revista Latina de Comunicación Social, Tenerife, n. 57, jan-jun. 2004. Disponível em: <http://migre.me/obpA5>. Acesso em: 18 de jan. de 2015.

_____. **La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo**: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD Vol. XXII, N. 2, 2009. p. 59-88.

LAZO, Carmen Marta. **Reportaje y documental**: de géneros televisivos a cibergéneros. Espanha: Idea, 2012.

LONGHI, Raquel Ritter. **Infografia online**: narrativa intermídia. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano VI, n. 1. jan./jun. 2009. p. 187-196. Disponível em: <http://migre.me/pBnu7>. Acesso em: 12 de jan. de 2015.

_____. **Bearing Witness, jornalismo em Flash e formatos da linguagem jornalística digital**. Contracampo (UFF), v. 21, p. 191-205, 2010. Disponível em: <http://migre.me/pBmfa>. Acesso em: 10 de jan. 2015.

_____. **O turning point da grande reportagem multimídia**. In: Revista Famecos. Porto Alegre, v. 21, n. 3, setembro-dezembro 2014. p. 897-917.

_____. **Intermedia, ou Para entender as Poéticas Digitais**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho de Comunicação Audiovisual no XXV Congresso da Intercom, 2002. Disponível em: <http://migre.me/o5ggP>. Acesso em: 12 de jan. de 2015.

LONGHI, Raquel; WINQUES, Kérley. **O lugar do longform no jornalismo online. Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo**. In: Estudos de Jornalismo do XXIV Encontro Anual da Compós. Universidade de Brasília: Brasília, de 9 a 12 de junho de 2015. No prelo.

LONGHI, Raquel; SILVEIRA, Mauro César. **A convergência de linguagens nos especiais do Clarín.com**. Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 11, n. 25, p. 157-166, maio/ago. 2010. Disponível em: <http://migre.me/o7IQe>. Acesso em: 13 de jan. 2015

MACHADO, Irene A. Gêneros no contexto digital. In: LEÃO, Lúcia (Org.). Interlab. Labirintos do Pensamento Contemporâneo, São Paulo: Iluminuras, 2002. P. 211-234.

MANOVICH, Lev. **El software toma el mando**. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

MARQUE DE MELO, José. Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de; LAURINDO, Roseméri (Orgs). **Gêneros jornalísticos teorias e práxis**. Blumenau: Edifurb, 2012.

_____. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

_____. **Jornalismo**: compreensão e reinvenção. São Paulo: Saraiva, 2009.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo Roberto. **A arte de tecer o presente**: jornalismo interpretativo. São Paulo: Média, 1973.

PLAZA, J. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José. **La convergencia tecnológica en los medios de comunicación**: retos para el periodismo. Revista Trípodos. Barcelona, n. 23, p. 31-47, 2008.

_____. **Redacción periodística en Internet**. Pamplona: EUNSA, 2005.

SANTANA, Liliam Marrero. **El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual**. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. In: Revista Latina de Comunicación Social. Terenife. n. 63, jan. 2008. Disponível em: <http://migre.me/ocejw>. Acesso em 20 de jan. de 2015.

SILVA, Carlos Eduardo de Martin. **Experiência com jogos digitais e causas sérias**. Contemporânea, Rio de Janeiro, v.7, n.11, p. 74-84, jul/dez 2008. Disponível em: <http://migre.me/of2B1>. Acesso em: 20 de jan. de 2015.

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