



**UEPB**  
Universidade  
Estadual da Paraíba

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (HAB. JORNALISMO)

DEISE RIBEIRO CARVALHO

A UTILIZAÇÃO DE ELEMENTOS MULTIMÍDIA NO JORNALISMO  
DIGITAL  
UM RAIOS-X DO ESPECIAL “CRIME SEM CASTIGO - TUDO SOBRE  
O CONTRABANDO NO BRASIL” DA FOLHA DE SÃO PAULO

CAMPINA GRANDE

2016

DEISE RIBEIRO CARVALHO

A UTILIZAÇÃO DE ELEMENTOS MULTIMÍDIA NO JORNALISMO DIGITAL  
UM RAIO-X DO ESPECIAL “CRIME SEM CASTIGO - TUDO SOBRE O  
CONTRABANDO NO BRASIL” DA FOLHA DE SÃO PAULO

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à coordenação do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Área de concentração: Jornalismo digital.

Orientador: Profa. MsC. Verônica Almeida de Oliveira Lima.

CAMPINA GRANDE

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

C331u Carvalho, Deise Ribeiro

A utilização de elementos multimídia no jornalismo digital [manuscrito] : um raio-x do especial crime sem castigo - tudo sobre o contrabando no Brasil da Folha de São Paulo / Deise Ribeiro Carvalho. - 2016.

32 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.

"Orientação: Profa. Ma. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Departamento de Comunicação Social".

1. Jornalismo digital. 2. Reportagem multimídia. 3. Folha de São Paulo. I. Título.

21. ed. CDD 070.402

DEISE RIBEIRO CARVALHO

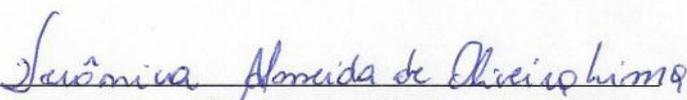
A UTILIZAÇÃO DE ELEMENTOS MULTIMÍDIA NO JORNALISMO  
DIGITAL UM RAIOS DO ESPECIAL “CRIME SEM CASTIGO TUDO  
SOBRE O CONTRABANDO NO BRASIL” DA FOLHA DE SÃO PAULO

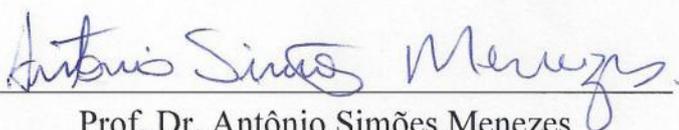
Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à coordenação do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

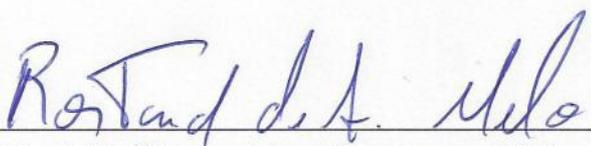
Área de concentração: Jornalismo digital.

Aprovada em: 17/05/16.

BANCA EXAMINADORA

  
Prof. MsC. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dr. Antônio Simões Menezes  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos meus pais que estiveram comigo  
em cada passo do caminho, DEDICO.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, à Deus por me permitir chegar até aqui, superando os obstáculos e a mim mesma. Agradeço imensamente aos meus pais por me darem todo o amor que uma filha poderia querer e todo o apoio que eu precisei para vencer meus medos e realizar os meus sonhos, obrigada a você também noivo por me amar e ter paciência comigo, eu amo você.

Aos amigos que eu fiz nestes quatro anos de curso, com quem eu aprendi muito, dei muitas risadas e criei laços de amizade que vou levar por toda a vida, em especial a meu mais querido amigo Antônio Carlos Andrade com quem eu vivi as melhores e mais loucas aventuras.

À minha orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso por ter aceitado ser minha orientadora e ter estado comigo em todo o processo me orientando, passando os seus conhecimentos e sendo mais do que uma professora, uma amiga.

A todos que fazem parte da UEPB, em especial os professores do curso de Comunicação Social que me ensinaram que ser jornalista é muito mais do que uma profissão é uma verdadeira paixão.

O jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter. (Cláudio Abramo)

## A utilização de elementos multimídia no jornalismo digital

Um raio-x do especial “Crime Sem Castigo - Tudo Sobre o Contrabando no Brasil” da Folha de São Paulo<sup>1</sup>

Deise Ribeiro Carvalho<sup>2</sup>

Verônica Almeida de Oliveira Lima<sup>3</sup>

### Resumo

O objetivo deste artigo é analisar como a integração de recursos multimídia (texto, imagem, vídeo, áudio e suas formas híbridas) atuam na construção das chamadas Grandes Reportagens Multimídia (GRM's). Para compreender o papel das GRM's no contexto das produções digitais, foi realizada uma revisão bibliográfica com base em autores que são referência em jornalismo digital, grande reportagem multimídia, gêneros jornalísticos, jornalismo LongForm e narrativas transmídia. O objeto de análise é Crime Sem Castigo, grande reportagem multimídia sobre as práticas de contrabando no Brasil, produzida em 2015 pelo jornal Folha de São Paulo e que integra a série Tudo Sobre, que já congrega várias produções do gênero. Através da análise de conteúdo, os elementos multimídia presentes no material analisado foram catalogados por meio da elaboração de tabelas divididas em subcategorias conforme a sua presença na narrativa. Os resultados demonstram uma intensiva exploração de recursos multimídia desde o texto até a utilização de novas linguagens na série, a exemplo do quiz que aprofunda a interatividade entre o leitor e o conteúdo. Com o estudo, observamos que a integração de recursos multimídia no jornalismo digital vem originando produtos cada vez mais elaborados e inovadores como as GRM's que abrem caminho para a produção e consumo de conteúdos que buscam explorar as potencialidades do meio digital.

**Palavra-chave:** Jornalismo Digital. Grande Reportagem Multimídia. Elementos Multimídia.

### 1. Introdução

Quando a World Wide Web surgiu, na última década do século XX, dando formas gráficas à rede mundial Internet, que já tinha mais de vinte anos de idade, o jornalismo encontrou-se finalmente de forma definitiva com a Revolução Digital (ALVES, 2006). Reportagens que explorassem as potencialidades do meio digital passou a ser uma meta dos portais de notícia. A dupla texto e imagem, típico dos meios impressos, começou a ganhar

---

<sup>1</sup>Este artigo tem como base o Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social.

<sup>2</sup>Graduanda do curso de Comunicação social pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: deeeysel46@gmail.com

<sup>3</sup>Professora, mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professora da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) no Departamento de Comunicação Social. E-mail: professoraveronica1@gmail.com

novos elementos (vídeo, áudio, infográficos, animações etc.) e assim várias linguagens vem sendo utilizadas de maneira integrada para a narração de novas histórias cada vez mais avançadas e diversificadas (JENKINS, 2008).

Em pesquisa recente, a agência Reuters divulgou o seu anual *Digital News Report*, de 2015, onde afirmou que o Brasil é um dos países que mais consomem notícias online, de modo geral, destacando também que o online já ultrapassou a televisão como fonte de notícias. Isso demonstra que desde que a internet passou a ser utilizada como meio de propagação de informação, as produções passaram por mudanças que atraíram cada vez mais leitores interessados em um conteúdo interativo, onde eles seguem a leitura no ritmo e direção que desejam, interagem com outros leitores em fóruns de discussão, acompanham as novidades sobre aquela notícia em tempo real, podem acessar o mesmo material a qualquer momento devido a infinita capacidade que a web tem de armazenar conteúdos, navegam pelos hiperlinks em busca de informações relacionadas ao tema tratado na matéria, acessam vídeos, visualizam imagens, interagem com infográficos e animações e podem até mesmo compartilhar essas informações com seus amigos através das redes sociais.

Assim, o jornalismo digital tem proporcionado experiências verdadeiramente imersivas ao explorar as várias mídias que podem ser agregadas à notícia. Assim, observamos que a internet mudou a forma como nos relacionamos com a notícia proporcionando diferentes níveis de interação e conhecimento.

Partindo da ideia de agregar várias mídias em um só produto, foram surgindo reportagens cada vez mais elaboradas. Criar e reinventar aquilo que já sabíamos com as produções offline se tornou uma meta, já que com um público cada vez mais exigente e hiperconectado, as notícias precisaram seguir o ritmo das inovações técnicas da rede mundial de computadores. É nesse cenário de convergência de linguagens que surgem as chamadas Grandes Reportagens Multimídia (GRM's), caracterizadas pela intensa exploração dos recursos que a internet oferece como: HTML5<sup>4</sup>, elementos multimídia, narrativa imersiva, textos longos e convergência de linguagens (LONGHI, 2014).

No jornalismo digital, vários portais de notícia vem trabalhando com a ideia de integrar elementos multimídia para contar histórias de maneira criativa e inovadora a exemplo

---

<sup>4</sup> HTML5, sigla para Hypertext Markup Language, é uma linguagem de marcação de hipertexto para apresentar e estruturar o conteúdo na web. Com o HTML5, por exemplo, é possível ver vídeos do YouTube sem o Flash. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2011/12/o-que-e-html5.html>>. Acesso em: 14 de Janeiro de 2016.

dos jornais The New York Times, The Guardian, Folha de S. Paulo, Estadão, UOL, Gazeta do Povo e Zero Hora. Este artigo pretende verificar como os elementos multimídia vem sendo utilizados por tais publicações, tomando como norte a reportagem Crime Sem Castigo, que integra a série Tudo Sobre, da Folha de São Paulo, e como esse tipo de conteúdo pode contribuir para o futuro das produções no jornalismo digital visto que em um cenário que está em constante transformação e sempre ávido por novidades, as GRM's vem conquistando seu espaço e atraindo cada vez mais leitores.

Para discutir a questão se fez necessário uma revisão bibliográfica a respeito dos gêneros jornalísticos e a aplicabilidade no jornalismo digital; o surgimento das Grandes Reportagens Multimídia, suas características e produção, especificando o caso da Folha de São Paulo. Buscamos compreender também como as narrativas transmídia atuam na composição de produções que partem do ecrã, a exemplo das GRM's e se desdobram em diferentes conteúdos intrinsecamente conectados ao produto original. Através da análise de conteúdo, pudemos analisar a reportagem “Crime Sem Castigo” a partir da elaboração de tabelas que serviram para catalogar os elementos multimídia presentes na reportagem como também compreender o seu papel na construção da narrativa.

## **2. O gênero reportagem**

Com a evolução dos meios tecnológicos e mais precisamente o surgimento da internet, os estudos sobre os gêneros jornalísticos foram revistos e ampliados. Uma nova configuração espaço/conteúdo surge no meio digital modificando e reinventando os gêneros textuais que antes eram aptos, essencialmente, para os textos impressos.

Aqui destacaremos o gênero reportagem com enfoque naqueles trabalhados no universo digital que para Winkes (2015) acabam tendo suas características de apuração e aprofundamento potencializadas no jornalismo online, a exemplo dos chamados especiais multimídia e, posteriormente, as Grandes Reportagens Multimídia.

A noção de gênero jornalístico não é nova, desde o início do jornalismo, ainda em plataformas analógicas, vários autores buscavam delinear as diferenças que iriam marcar as produções noticiosas. Tradicionalmente, se tinha três gêneros predominantes: o informativo, onde o jornalista coleta os dados e produz a matéria sem expressar uma opinião própria no texto; o interpretativo no qual o autor do texto não só se posiciona a respeito do fato como

também interpreta-o, comum em reportagens; e por fim, o opinativo onde ele escreve sobre algo deixando clara a sua opinião sobre o tema tratado (editorial, carta, caricatura, resenha).

Os gêneros são um pacto firmado entre seus interlocutores para facilitar o processo comunicativo. Tal tendência contratualista garante que os autores e os leitores, telespectadores, ouvintes e utentes identifiquem as diversas espécies de gêneros – de modo consciente, no primeiro caso; e de forma intuitiva, no segundo – e saibam o que esperar de cada uma delas: opinião, informação, entretenimento, etc.. (BERTOCCHI, 2005, p. 7)

Buscando entender justamente essa evolução é que Díaz Noci e Ramón Salaverría (2003) citado por Longhi (2015) trazem uma nova classificação sobre os gêneros textuais aplicada ao ciberjornalismo, onde os já conhecidos permanecem, mas se adaptando ao meio, e novos surgem a exemplo da “infografia online”, onde a tecnologia HTML5 (LONGHI, 2015) permite a criação de um produto que une texto e imagem estáticos ou em animação. Ainda segundo essa classificação, proposta por eles, há cinco gêneros predominantes: 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.

Essa classificação abrange os gêneros tradicionais (informativo, interpretativo, dialógico e de opinião), acrescenta novos e demonstra que o surgimento da internet e o posterior uso dela nas produções jornalísticas exigiram adaptações na forma como os textos são escritos, de maneira que explorem as tecnologias que a internet oferece sem perder os traços que definem um texto como jornalístico.

### **3. GRM's um novo “modo de fazer” jornalismo**

Segundo Winkes (2015) a reportagem é um gênero jornalístico que se caracteriza pelo texto maior, contextualização, profundidade e apuração. Vemos que mesmo com a evolução do meio, ela se adapta e se reinventa de acordo com a capacidade criativa do jornalista. As chamadas Grandes Reportagens Multimídia fazem parte do gênero interpretativo e na definição de Longhi (2015) dos gêneros expressivos que exploram a multimídia, interatividade, conexão e convergência de linguagens próprias do meio

digital em que são produzidos. Winques (2015) reforça esse entendimento ao afirmar que características que marcaram a reportagem do impresso, se revelam potencializadas com elementos multimídia no webjornalismo através das chamadas Grandes Reportagens Multimídia ou simplesmente GRM's.

E é por meio da narrativa seja ela escrita ou gráfica que o jornalista se expressa, na tentativa de traduzir as informações apuradas em um texto que se aproxime da realidade. As ferramentas utilizadas pelo repórter para traduzir esse conhecimento do mundo são as linguagens. (BALDESSAR; CAVENAGHI; MIRANDA, 2015, p. 2)

Em meados dos anos 2000, nasceram as primeiras experiências com uma das características mais marcantes do jornalismo digital, a chamada multimedialidade que surge da junção de elementos nas narrativas digitais. A partir da incorporação dessas várias mídias é que surge o produto final, as chamadas Grandes Reportagens Multimídia, que se estruturam a partir de compostos que combinam diferentes formatos de mídia em uma mesma produção (texto, som, áudio, vídeo, imagem). Reportagens que exploram ao máximo os recursos que o meio digital oferece, através de várias combinações de linguagens, onde a criatividade do jornalista, aliada a essa exploração de recursos, cria um novo modo de fazer jornalismo, onde a estética visual aliada ao tema exposto tem a capacidade de atrair o leitor/internauta que está constantemente em busca de novidades na internet. Segundo Nora Paul (2007, p. 123):

A internet oferece diferentes exemplos de elementos que venham a constituir uma narrativa multimídia. São eles: texto; hipertexto; animações, infográficos; linha do tempo; imagens, fotos 360°; áudio slideshow; podcasts; áudio; áudio panorama; vídeo; vídeocasts; vídeo 360°; hipervídeo e newsgame. Tais itens podem ser inseridos em mais de uma das cinco grandes categorias, visto que apresentam características semelhantes entre si.

Os primeiros especiais multimídia mais elaborados surgiram nos anos 2000 e Longhi (2014) destaca que no início eram usados slide shows para compor as narrativas. Em seguida, vieram os chamados especiais multimídia que tiveram seu auge entre 2002 e 2011 com a utilização da tecnologia em Flash<sup>5</sup> como ferramenta de produção para criar reportagens cada vez mais interativas e a atual grande reportagem multimídia que utiliza o HTML5, uma

---

<sup>5</sup> Flash é a tecnologia mais utilizada no Web que permite a criação de animações vetoriais. O interesse no uso de gráficos vetoriais é que estes permitem realizar animações de pouco peso, ou seja, que demoram pouco tempo para ser carregadas. Disponível em <<http://www.criarweb.com/artigos/282.php>>. Acesso em: 20 de Janeiro de 2016.

evolução do Flash, e que permite uma maior agregação de elementos em uma só reportagem com design mais sofisticado, navegação e imersão do usuário.

[...] a forma do texto da grande reportagem teve uma evolução. Se, com o Flash, o texto era disposto de forma mais fragmentada, tornando assim a noção do “todo” da matéria afetada, com a etapa atual, do HTML5, o texto *longform* impera, num desenho que envolve mais imersão e engajamento do leitor. (LONGHI, 2014, p. 9)

Em 2012, as GRM's começaram a ganhar destaque com a superprodução “*Snowfall*”, criada pelo jornalista John Branch para o jornal The New York Times. *Snowfall*<sup>6</sup> é uma reportagem que relata uma avalanche que ocorreu em Washington, no extremo norte dos Estados Unidos, em fevereiro de 2012. Ela reconstitui a tragédia por meio de uma narrativa multimídia usando os recursos de áudio, vídeo, animações e texto para colocar o leitor/internauta dentro da avalanche de neve. A partir dessa criação e combinação narrativa, *Snowfall* se tornou um marco na criação de novas super reportagens que envolvessem uma boa história, aliada a exploração de recursos multimidiáticos, formando uma narrativa convergente e ao mesmo tempo multimídia.

### **3.1 Reportagem multimídia e a integração dos recursos**

Das páginas do impresso aos grandes portais de notícia, os textos jornalísticos sofreram várias mudanças para se adaptarem ao meio digital. Novas linguagens e elementos foram criados e anexados às notícias, onde a reportagem que antes era composta apenas de texto e imagem, hoje está sempre ganhando uma nova “roupagem” de acordo com o tema tratado, a inserção de mídias e o designer pensado para aquela matéria.

Segundo Mielniczuk (2001), quando a internet ganhou espaço nas redações, as notícias eram apenas transpostas das matérias do impresso para a internet sem nenhuma edição ou preocupação que o outro meio de comunicação merecia, a exemplo de uma linguagem própria. Com o passar do tempo e o crescimento da internet, os jornalistas começaram a explorar as evoluções técnicas e tecnológicas do meio e na fase que a autora denomina de metáfora, as produções começaram a ganhar links para outras matérias e o

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/>> Acesso em: 20 de Março de 2016.

e-mail passou a ser utilizado como uma ferramenta de interatividade entre o leitor e o jornalista, possibilitando trocar ideias e opiniões de forma mais dinâmica acerca do conteúdo.

Atualmente, o cenário é de hiper conectividade, onde as tecnologias estão em constante evolução e o perfil do leitor não é mais aquele que consumia um elevado volume de notícias impressas. O jornalismo digital surge da exploração das potencialidades da internet, saindo do impresso, ainda com um pé no papel, e incorporando e explorando as características do meio digital.

Bardoeul e Deuze (2000) definem esse jornalismo como sendo interativo à medida que o leitor é capaz de interagir com o conteúdo ali apresentado por meio dos vários recursos que podem ser agregados a uma reportagem e com as pessoas através de fóruns de discussão; hipertextual onde o meio permite a inserção de links que nos levam a outros conteúdos a respeito do tema tratado; customizado já que na web podemos encontrar sites que possuem espaços pré-definidos com temas do nosso interesse, a exemplo de portais como a Folha de São Paulo que tem várias sessões (opinião, política, mundo, economia, cotidiano, etc.) e nos permitem navegar de acordo com o que procuramos e, por fim, ele é multimidiático e convergente, onde em uma só reportagem podemos inserir texto, imagem, áudio, infografias, animações e quantos elementos forem necessários para a compreensão daquela notícia. Criando uma narrativa única capaz de atrair o leitor pelo tema tratado, densidade de informações, design responsivo, junção de mídias em um só produto, além de uma estética que chama atenção até mesmo daqueles que consomem notícias em mobilidade através de smartphones e tablets. A esse jornalismo capaz de integrar mídias e criar um grande produto característico pela sua criatividade informativa denominamos de Reportagem Multimídia, Narrativa Multimídia, Especial Multimídia e mais recentemente Grande Reportagem Multimídia (LONGHI, 2010).

No contexto das produções jornalísticas, a multimídia tem papel de destaque por propiciar a exploração intensiva de mídias na construção das notícias em ambiente digital. Assim, entender o que é multimídia se torna indispensável para compreendermos como as narrativas multimídia são construídas, a lógica por trás da junção de elementos e o papel do leitor na produção e distribuição desse material.

Mielniczuk (2000) afirma que temos multimídia quando os formatos noticiosos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) convergem na narração do fato jornalístico.

Para Salaverría (2001) a multimídia é algo mais amplo, é aquela que expressa, que transmite ou percebe por meio de várias mídias. Expandindo esse conceito, destaca ainda que multimídia vai muito além do uso em narrativas criadas para o digital. Começa ainda na nossa percepção da realidade, na exploração dos sentidos (audição, visão, paladar, tato e olfato), nas várias formas que interagimos e apreendemos o mundo ao nosso redor. Ou seja, tudo começa antes mesmo da criação de um conteúdo. Ele divide o termo em três categorias distintas: aquela que atua como multiplataforma, onde distintos meios de uma mesma empresa se unem para fazer um produto, o que ele entende também como práticas multiplataforma; como polivalência, onde um jornalista desempenha várias funções dentro de uma empresa: ele é redator, fotográfico, jornalista mobile e designer gráfico, se tornando assim um profissional polivalente; e, por fim, a multimídia por combinação de linguagens ou formatos, ou seja, a junção de áudio, vídeo, imagem, infográficos criando um conteúdo único.

Para as produções que utilizam a multimídia, o autor destaca ainda duas categorias: ela pode ser multimídia por justaposição, quando distintos elementos – texto, foto, áudio, vídeo, animação – aparecem lado a lado, sem a necessidade de uma articulação direta que caracterize a peça como uma unidade narrativa complexa e única onde os elementos multimídia são anexados de forma desconectada; e por integração, quando o uso desses recursos formam uma unidade comunicativa, criando um todo com sentido único, a exemplo das Grandes Reportagens Multimídia (SALAVERRÍA, 2005).

Entendemos que essas reportagens são caracterizadas pela integração de recursos, desde o texto até os mais sofisticados como os *newsgames*. Rocha (2011) define esses recursos como componentes que combinam diferentes formatos de mídia em uma mesma narrativa. Basicamente, eles são divididos em cinco categorias (texto, imagem, vídeo, áudio e animações), além de suas formas híbridas como as fotografias 360°, podcasts, linha do tempo, infografias entre outros e cada um desempenhando um papel importante na reportagem. Na composição de uma Grande Reportagem, como aquelas que são produzidas pelo jornal Folha de São Paulo, é preciso pensar de que maneira, por exemplo, o acréscimo de um vídeo pode contribuir para o entendimento do leitor, além de criar pontos de coesão para aquela produção.

Buscando definir esse papel nas narrativas, autores como Freitas, Gamela, Silva (2011) e Calvo (2015) fazem um estudo sobre como essas mídias podem atuar na construção

de uma reportagem desse tipo. Para os autores, vídeos são ideais para entrevistas, acrescentando dinamismo de maneira complementar aquela história, aumenta a sensação de realismo, além de possibilitar uma maior variedade de focos e estilos, chamam atenção também para o tempo exibição, vídeos muito longos acabam se tornando cansativos, o ideal é estar entre um minuto e trinta segundos e dois minutos e meio.

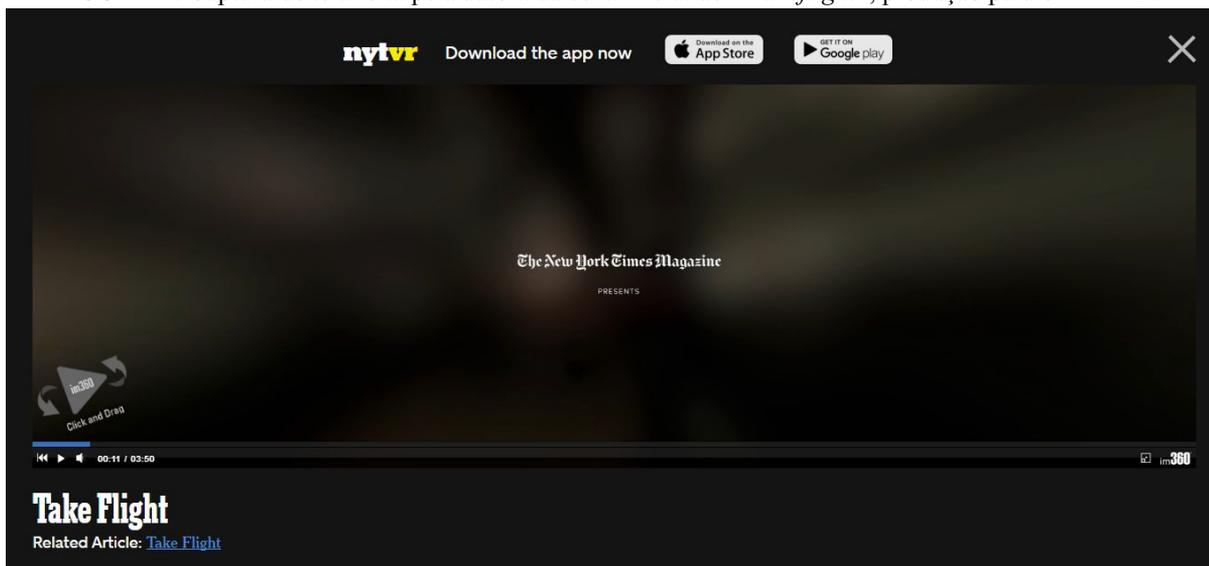
Quando se busca atrair o leitor, e aprofundar sua experiência, a inserção de áudios cria um ambiente dinâmico e emotivo e assim como os vídeos eles não devem ser muito longos (um minuto e trinta segundos e dois minutos e meio) também. Assim como nas produções offline, o texto é o protagonista na transmissão da informação, ele deve complementar os demais recursos e estar adaptado ao meio em que está inserido, porém o uso excessivo de textos pode carregar e tornar a leitura cansativa. Com o passar dos anos e a evolução das ferramentas de edição e captação de imagens hoje é possível utilizar desde uma simples imagem estática até uma 360°, onde o leitor tem uma nova perspectiva imagética, reforçando o entendimento, um conceito, reduz a presença dos textos e possuem grande força expressiva. Por fim, os autores destacam a infografia como a apresentação visual das informações, é utilizada para facilitar a compreensão do leitor em dados como números e pesquisas, proporcionando uma maior visualização de conteúdo e até mesmo uma interação quando eles são animados, aprofundando ainda mais a experiência imersiva do leitor.

Em 2015, o jornal The New York Times, lançou o aplicativo gratuito NYT VR (*virtual reality*), inserindo o jornal ainda mais no contexto do jornalismo digital e das grandes produções. O objetivo do app é atrair o leitor para uma nova forma de interação com o conteúdo produzido pelo NYT, uma realidade virtual criada a partir da interação com vídeos 360°, onde ele tem uma perspectiva em 360° de todo o cenário e de toda a ação presente no vídeo proporcionada pelo scrolling do mouse ou através do aplicativo para smartphones e tablets. Na tela inicial da produção, eles informam que para ter uma experiência ainda mais imersiva é possível comprar um óculos de realidade aumentada no link disponibilizado na página inicial, ou seja, além de produzir novos conteúdos, o jornal ainda tem uma oportunidade de negócio.

Para Salaverría (2014), hoje em dia, os conteúdos multimídia podem ser constituídos por oito elementos diferentes: 1) texto; 2) fotografia; 3) gráficos), iconografia e ilustrações

estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração que serão melhor trabalhados no capítulo 4.1.

FIGURA 1: Captura de tela feita pela autora da cena inicial de “Takeflight”, produção para o NYTVR.



Fonte: [http://www.nytimes.com/newsgraphics/2015/nytvr/#take\\_flight](http://www.nytimes.com/newsgraphics/2015/nytvr/#take_flight) Acesso em: 15 de Março de 2016.

Salaverría (2014) acrescenta ainda a vibração como uma característica dessas produções, partindo do entendimento de que hoje as notícias também são consumidas através de dispositivos móveis. A vibração em dispositivos móveis avisa os utilizadores sobre informações básicas: a recepção de uma mensagem, um alerta silencioso a uma determinada hora, um erro num determinado processo (SALAVERRÍA, 2014).

A internet modificou as práticas de produção, consumo e distribuição de notícias. Agora o jornalista produz notícias com um design e linguagem atrativos, possibilidades de debates online e compartilhamento com qualquer pessoa ao redor do mundo, e se no começo a ideia era economizar nas palavras, hoje em produções como as GRM's, quanto mais atrativa a reportagem for, maior é o interesse que desperta nos leitores assíduos por novidades e que consomem notícias a qualquer hora e em qualquer lugar, basta dispor de uma conexão com a internet. É nesse cenário de convergência de linguagens e formatos que surge o chamado jornalismo *LongForm*.

### 3.2 *LongForm* e a Folha

Com um público cada vez mais exigente, que está sempre em busca de novidades e atento a qualidade do que consomem, os produtos noticiosos estão cada vez mais atrativos, elaborados e, principalmente, interativos. Longhi (2015) destaca que o ambiente expressivo do jornalismo online, habituado aos formatos de notícia fragmentados, facilitados pelas possibilidades do uso de links da linguagem hipertextual e hipermediática, há alguns anos vem sendo ocupado por textos jornalísticos mais longos e aprofundados, narrativas mais visuais, criativas e que são feitas para o consumo em várias plataformas. Nesse cenário de convergência midiática surgem as reportagens aprofundadas e imersivas que migram das páginas de revista para o ciberespaço criando um novo gênero informativo, o chamado LongForm jornalismo, jornalismo de formato longo ou na definição de Lemle (2013) Jornalismo Narrativo de Fôlego, caracterizado pelo uso excessivo de textos e elementos multimídia em um só produto. Na definição de Longhi (2015) é muito mais do que um texto longo, uma narrativa aprofundada que carece de tempo para apurar, redigir, editar e apresentar ao leitor. Para Gonzatto (2014) o LongForm é uma narrativa, não-ficcional, extensa, aprofundada e de qualidade sobre uma série delimitada de questões a respeito de único tema. A tendência se destaca em grandes jornais e revistas de referência, em produtos como Grandes Reportagens Multimídia e prolifera em sites especialmente dedicados ao formato (LONGHI, 2015).

Nas produções que utilizam o jornalismo *LongForm*, a exemplo das GRM's, destacamos algumas características inerentes a esse conteúdo:

- **Texto longo e aprofundado**, muito conteúdo, mas como destaca Gonzatto (2014) muito do necessário para explicar o tema tratado;
- **Uso da tecnologia HTML5**, para a elaboração da reportagem e junção das mídias em tela;
- **Leitura não-linear** o leitor escolhe quais camadas percorrer para o entendimento da narrativa;
- **Design responsivo**, onde o material se adapta ao suporte que o usuário escolheu para consumo.
- **Matérias não-factuais**, reportagens aprofundadas como essas demandam tempo de produção e uma grande equipe, temas factuais que precisam de divulgação imediata não poderiam ser trabalhados aqui.

Nos últimos anos, vários autores vem realizando estudos sobre essas narrativas imersivas caracterizadas pelo excesso de conteúdo, afinal há público para essas super reportagens, tão carregadas de conteúdo? Para Salaverría citado por Longhi (2015) cada vez mais os meios de comunicação estão convencidos de que há espaço para o jornalismo com a característica do texto longo. Rosa (2014) aprofunda a discussão ao afirmar que “o texto tem o tamanho que ele merece” se o assunto merece ser desdobrado em uma super reportagem como as GRM’s então ele deve fazê-lo. Se o leitor tiver interesse em se aprofundar sobre aquele tema ele vai percorrer todas as camadas da produção,

A discussão poderia terminar se lembrarmos que o comportamento de um leitor de ocasião, dito como “padrão”, é diferente de um usuário interessado no tema. Além de ler tudo, provavelmente irá procurar por outras referências, reforçando a importância do hipertexto (cuja lógica está na gênese da web) e da multiplicidade de linguagens, como fotos, ilustrações, clipes de áudio ou vídeo. O desafio, desde os primórdios da web, é atender a estes dois perfis (ROSA, 2014, p. 1)

Já existem até mesmo aplicativos voltados para o LongForm, o longform.org é exemplo disso, um site que congrega várias produções com temas diversos no estilo jornalismo longo, que além de oferecer conteúdo para o desktop ainda possibilita baixar o app para consumo móvel. Assim, o uso do jornalismo LongForm vem criando grandes produções noticiosas elaboradas e sofisticadas que mesmo com uma alta densidade informativa atraem aquele leitor ávido por novidade, que está pesquisando um daqueles temas e quer se aprofundar ou mesmo salvar para leitura posterior.

No Brasil, o portal de notícias do jornal Folha de S. Paulo é referência na produção de conteúdos multimídia. Em 2013, criou a série “Tudo Sobre”, um espaço no portal dedicado para as Grandes Reportagens Multimídia. Reportagens que discutem temas pontuais e polêmicos: “A Batalha de Belo Monte”, “O Mito do Planeta Água”, “O Golpe e a Ditadura militar”, “Rio: Maravilha Mutante”<sup>7</sup> e aquele que analisaremos nesse artigo “Crime Sem Castigo” fazem parte da série que abriga reportagens que exploram as características típicas das grandes reportagens e demonstram que é possível criar uma narrativa com qualidade estética e informativa com assuntos que estão constantemente em discussão na sociedade.

---

<sup>7</sup> A “Batalha de Belo Monte” é a primeira reportagem que integra a série e narra os aspectos que envolvem a construção da usina de Belo Monte. “O Mito do planeta água” surge em tempos de escassez de água e mostra como ocorre o consumo da água no planeta e os impactos que permeiam o seu uso. “O Golpe e a Ditadura” aborda um período da história do nosso país, a ditadura militar e “Rio: Maravilha Mutante” que mostra como o Rio de Janeiro está se preparando para receber as Olimpíadas em 2016.

### 3.3 As GRM's saem do ecrã e ganham as ruas

Sabemos que as GRM's são caracterizadas pelo uso intensivo de mídias para explicar uma história de maneira criativa, interativa e dinâmica, mas e se essas histórias pudessem ser expandidas para outras telas, tornando a experiência do leitor ainda mais imersiva?

Em 2008, Henry Jenkins, apresentou o conceito de transmedia storytelling (contar histórias em várias mídias), onde um relato pode ser expansível para outras plataformas sejam elas online ou offline. Ele utilizou a ficção como exemplo de produções que deram certo a partir do desdobramento daquela história para outras mídias. A série de TV *Lost*<sup>8</sup> é um exemplo que podemos usar para a aplicação do conceito; ela teve seis temporadas de sucesso e enquanto a série se desenrolava na TV, outras produções interligadas a ela foram criadas com o intuito de fornecer um conteúdo a mais para os fãs e ao mesmo tempo explorar novas formas de contar a história. Foram novelas, um site falso, mini vídeos para celulares, podcasts e ainda a “Lostpedia”, uma página na wikipédia feita pelos fãs reunindo todas as informações sobre a série. Os produtores de *Lost* e seus fãs provaram que é possível expandir uma história, atrair o público e ainda incluir novas formas de interação com o conteúdo. Liuzzi (2014) vai além e compara as práticas transmidiáticas a uma orquestra sinfônica:

En lo personal, creo que la analogía de la orquesta sinfónica es la que mejor le cabe a las narrativas transmedia. E nella, cada instrumento puede catalogarse como un medio que desarrolla un fragmento de la obra, una melodía, que puede ser apreciada de forma individual con toda lógica pero cobra mayor sentido si se contempla de forma coordinada con los demás instrumentos que la componen. (LIUZZI, 2014, p.1)

Aplicada ao jornalismo, a transmidialidade tem a capacidade de criar uma superprodução que se desdobra em outros meios, atingindo novos públicos e proporcionando novas experiências imersivas. Enquanto as reportagens multimídias exploram ao máximo a capacidade do meio digital e são feitas para o consumo através de telas seja do computador, smartphones ou tablets, as narrativas transmidiáticas além de proporcionar esse consumo em

---

<sup>8</sup>A série, exibida de 2004 a 2010, retratava o cotidiano de um grupo de pessoas que sobreviveram à queda de um avião numa ilha misteriosa. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/09/1514997-fas-comemoram-dez-anos-da-serie-lost.shtml>. Acesso em: 20 de Março de 2016.

tela, expandem a história para outras plataformas. Lovato (2015) destaca que essas novas produções criam diferentes linhas narrativas em diferentes plataformas e distintas mensagens em diferentes contextos sobre um mesmo tema central. Elas enriquecem a experiência do usuário quando ele tem muito de um assunto, de diferentes formas e formatos.

En este contexto evolutivo, las narrativas transmedia agregan la extensión y fragmentación del relato hipertextual, y sobre todo la interactividad con la audiencia. Es decir, aprovechan lo mejor de cada plataforma para expandirse y generar una experiencia mucho más completa que se logra cuando los usuarios participan activamente en la construcción del universo narrativo. (LIUZZI,2014, p. 68)

Irigaray e Lovato (2015) definem essas práticas como narrativa transmídia de não ficção, ou seja, o relato de um fato real a partir da exploração intensiva dos meios (redes sociais, realidade aumentada, documentários, HQs, e-books, vídeos no Youtube, podcats) entre outros. Essas novas estratégias de comunicação midiáticas possibilitam a criação de novos conteúdos e a atração de novos leitores, além de fornecer a percepção de que mídia tradicional e digital podem ser atreladas para a criação de vários produtos com um único tema que se desdobra em vários outros interligados.

Visando uma exploração máxima dos meios, as produções transmidiáticas são caracterizadas por serem histórias compartilhadas em fragmentos, múltiplas plataformas de linguagem, conteúdo expandido, circulação por meios sociais, circulação em processo viral e produções para dispositivos móveis (RENÓ, 2015). O autor destaca ainda que a transmídia difere das outras reportagens:

Uma narrativa, que adota uma linguagem contemporânea, onde a mobilidade e a liquidez de estruturas, ou seja, a interatividade, assumem papéis importantes, como o de envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem, assim como sua transformação. (RENÓ, 2013, p. 62)

Diniz (2011) destaca que a reportagem, principalmente, aquela que é trabalhada como uma série especial, independentemente da mídia principal utilizada é o gênero que mais facilmente poderia conter partes da narrativa em outras mídias, ou seja, as Grandes Reportagens Multimídia podem ser desdobradas em outros ecossistemas midiáticos. Multimídia e transmídia se encontram com o objetivo de criar um material de qualidade, capaz de alcançar o maior número possível de leitores mesmo aqueles que não viram aquela

reportagem que deu origem a todas as outras. Destacamos, porém, que mesmo se encontrando nesse contexto as duas formas de produzir conteúdo são diferentes:

(...) hablamos de multimedia cuando la misma historia se narra en diferentes soportes, ya sea por yuxtaposición o integración, manteniéndose dentro de los marcos limitantes del clásico sitio web. (...) En este contexto evolutivo, las narrativas transmedia agregan la extensión y fragmentación del relato hipertextual, y sobre todo la interactividad con la audiencia. Es decir, aprovechan lo mejor de cada plataforma para expandirse y generar una experiencia mucho más completa que se logra cuando los usuarios participan activamente en la construcción del universo narrativo. El transmedia también desnuda un concepto demodé: el multimedia. Si el transmedia es la expansión de un relato sin fronteras, el multimedia es un corsé digital donde se combina texto, imagen, sonido, infografía en una misma plataforma hipertextual (...). (LIUZZI, 2014, p.2)

No Brasil, esse tipo de construção ainda é novidade e por isso essa discussão é pertinente para demonstrar que o jornalismo digital vem criando grandes reportagens que exploram a capacidade criativa do jornalista, além de entendermos que se as tecnologias estão sempre em constante evolução o jornalismo precisa manter um olhar atento sobre como essas evoluções podem afetar e contribuir para o trabalho jornalístico e, principalmente, os leitores que se tornam cada vez mais seletivos com aquilo que consomem e mesmo aqueles que não estão hiper conectados precisam ser alcançados de alguma forma, em mídias não só digitais, mas também analógicas.

#### **4. Grande Reportagem Multimídia: análise de Crime Sem Castigo**

Em 2015, o portal Folha de São Paulo lançou o especial “Crime Sem Castigo - Tudo Sobre o Contrabando no Brasil”, mais uma reportagem da série “Tudo Sobre” que apresenta a temática do contrabando no país. O assunto é polêmico já que mesmo sendo considerada uma prática ilegal, é facilitada pelo extenso território, baixo efetivo capaz de realizar uma fiscalização plena e, principalmente, leis pouco eficazes na hora de punir os responsáveis.

A reportagem é composta por oito capítulos: Introdução, A Entrada, A distribuição, O Impacto, O Combate, Entrevista - Horácio Cartes, Entrevista - José Eduardo Cardozo e Fórum - O contrabando no Brasil que vão aprofundando o tema à medida que o leitor vai navegando no conteúdo de cada elemento presente na narrativa. Trata-se de uma Grande Reportagem Multimídia que se enquadra no gênero interpretativo e expressivo do jornalismo digital que utiliza o texto *LongForm* na sua composição e permite ao leitor uma leitura imersiva e

verticalizada. É um conteúdo interativo, à medida que possibilita a navegação através das várias camadas e recursos presentes na narrativa, hipertextual onde se verifica a presença de hiperlinks no texto e nas formas de navegação, customizado por fazer parte de um nicho específico da Folha de São Paulo (Série Tudo Sobre) e convergente e multimidiático por integrar em uma só reportagem vários elementos que “conversam” entre si para o entendimento da GRM. Observamos também que a multimídia ocorre através da combinação de linguagens, ou seja, na sua composição foram utilizados vários formatos (texto, vídeo, fotografia, etc.). Ela não se classifica como transmidiática, mas conforme observamos no decorrer deste trabalho, as GRM’s podem ser trabalhadas além do ecrã, criando novos conteúdos e novas formas de interação. Vale ressaltar também que Crime Sem Castigo é uma matéria patrocinada que entra para uma nova tendência de produção de conteúdos pagos.

FIGURA 2: Capa do especial **Crime Sem Castigo**



Fonte: Captura de tela feita pela autora no capítulo Introdução<sup>9</sup>

No presente artigo, os elementos multimídia da reportagem foram estudados com base na metodologia de análise de conteúdo, que foi escolhida por melhor se encaixar no estudo qualitativo dos dados presentes nesse objeto de análise.

A “análise de conteúdo é um método de pesquisa observacional, que é usado para avaliar sistematicamente o conteúdo simbólico de todas as formas de comunicação registradas. Essa comunicação pode ser analisada em vários

<sup>9</sup> Disponível em: [arte.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/12/crime-sem-castigo/](http://arte.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/12/crime-sem-castigo/) Acesso em: 31 de março de 2015.

níveis (imagens, palavras, papéis. etc.), criando assim uma ampla gama de oportunidades de pesquisa”. (KOLBE e BURNETT apud CHANG e IKEDA, 2006, p. 6)

Para a análise de conteúdo do material escolhido, fizemos uma pré-análise do especial Crime Sem Castigo, foco deste trabalho. Na organização dos dados, considerou-se a criação de tabelas que foram subdivididas da seguinte forma:

Tema	Categoria	Subcategoria	Indicadores/ Unidades de registro	Unidades de análise	Unidades de contexto
------	-----------	--------------	---	------------------------	-------------------------

As inferências foram feitas com base na proposta de Salaverría, por considerarmos uma linha de abordagem que dá condição para compreendermos o papel de cada elemento multimídia na narrativa de Crime Sem Castigo. Ao todo foram criadas oito tabelas de acordo com a proposta de classificação para os elementos multimídia de Salaverría (2014): texto; fotografia; gráficos, iconografia e ilustrações; vídeo; discurso oral; música e efeitos sonoros; e a vibração. Acrescentamos ainda uma tabela para o elemento Quiz.

Quanto ao tema, todas as tabelas versaram sobre reportagem multimídia; quanto à categoria, todas se enquadraram em elementos multimídia; as subcategorias foram organizadas a partir dos elementos multimídia propostos por Salaverría e aqui eles localizados no material analisado; nos indicadores de registro, apontamos qual ou quais as características intrínsecas aquele elemento no material; nas unidades de análise tentamos expressar quantitativamente os elementos encontrados; por fim, nas unidades de contexto, apresentamos a conjuntura como cada elemento foi usado na GRM estudada. Neste sentido, ao detectar a presença da fotografia, por exemplo, quantificamos as vezes em que ela aparece, as características de cada uma naquele material (se galeria, megafotografia etc.); investigamos como ela está inserida naquele contexto e qual a sua função para o entendimento da narrativa, e assim foi feito até chegarmos aos resultados que podem ser conferidos a seguir.

#### **4.1 O raio-x de Crime Sem Castigo a partir dos pressupostos de Ramón Salaverría**

Para Salaverría (2014), compor eficazmente uma mensagem multimídia implica coordenar tipos de linguagens ou formatos que tradicionalmente se manipulavam em separado. Texto, imagem, vídeo, áudio, juntamente com suas formas híbridas passam suas mensagens sem necessariamente estarem conectados, integrados em um único formato. Aqui,

vemos que é possível criar um conteúdo de qualidade, com a utilização de várias linguagens que integradas criam um novo formato onde o jornalismo é capaz de explorar intensivamente não só a capacidade do meio, mas as potencialidade desses elementos que agregados podem contar uma história em profundidade. Utilizando a categorização proposta pelo autor para tais elementos, criamos tabelas, onde os elementos presentes na reportagem foram agrupados para o melhor entendimento do papel de cada um na narrativa. Assim, observamos a presença intensiva de vários elementos multimídia no especial e ao mesmo tempo a inserção de novas linguagens.

O elemento [texto](#) aparece em todos os capítulos da narrativa e atua como protagonista na produção. Salaverría (2014) lembra que o texto é a coluna vertebral que sustenta e estrutura as peças informativas multimídia, atuando como elemento de contextualização e de documentação por excelência, informando o utilizador sobre os aspectos essenciais da informação que tem diante de si, ao mesmo tempo que se apresenta como a via mais eficaz para oferecer dados complementares. No decorrer da reportagem observamos o pouco uso de hiperlinks no texto que pode ser entendido também como uma característica inerente ao próprio formato longo já que o objetivo é manter o leitor focado nas camadas da narrativa e não guiá-lo para fora do material. O hiperlink 1 está no capítulo dois e leva o leitor para outra camada da reportagem, uma entrevista com Horácio Cartes, presidente do Paraguai. Ele escolhe qual caminho seguir, se acessa ou segue a ordem da narrativa, sem prejuízo no entendimento. No capítulo cinco, o hiperlink 2 dá acesso a toda a entrevista com José Eduardo Cardozo, na época, ministro da justiça; o capítulo dá uma prévia da entrevista para reforçar o texto e o hiperlink permite que o leitor escolha se acessa naquele momento a entrevista ou segue a ordem de leitura do capítulo. O hiperlink 3 atua como um capítulo da reportagem e leva o leitor ao site da Folha para ter acesso a outros conteúdos sobre o contrabando.

A reportagem trabalha a [fotografia](#) que para Salaverría tornou-se livre da limitação espacial como era no papel ao ser inserida na internet se tornando democrática, ubíqua nos cibermeios e nas redes sociais. Assim, ela ganha novas dimensões e pode ser trabalhada em vários formatos. Aqui, ela aparece em galerias de imagens, megafotografias e imagens interativas. A galeria de imagem 1 é composta por quatro imagens que destacam como os contrabandistas burlam a lei para transportar o contrabando, atua como um complemento das informações contidas no texto e está no capítulo dois. Na galeria de imagens 2, com quatro

imagens que também está presente no capítulo dois, há o resgate das imagens presentes no vídeo para complementar o próprio vídeo e o texto, mas sem se tornar redundante. Ainda no capítulo dois, a galeria de imagens 3 é composta por três imagens que complementam o texto sobre os portos. A galeria de imagens 4, está no capítulo três, com três imagens que apresentam como as mercadorias são distribuídas e os locais de venda, reforçando os pontos mostrados em um mapa presente no capítulo. No capítulo cinco, a galeria de imagens 5, complementa o texto com quatro imagens que apontam a questão da busca e apreensão de produtos contrabandeados. Ainda no mesmo capítulo, a galeria de imagens 6 com duas imagens, mostra como é feito o controle das mercadorias que entram nos portos do país, principalmente, o de Santos. Por fim, a galeria de imagens 7 com quatro imagens e também no capítulo cinco reforça um vídeo e mostra as operações de combate da Polícia Federal. As megafotografias estão presentes em quase todos os capítulos da narrativa, pois todos são iniciados com uma megafotografia sobre o tema tratado no capítulo e uma legenda que sobe conforme o leitor usa a barra de scroll, exceto o expediente, e o último capítulo que atua como um hiperlink na reportagem. No capítulo dois, 5 megafotografias permitem que o leitor veja em detalhes cenários e pessoas relacionadas ao tema do capítulo que é como essas mercadorias entram no Brasil. No capítulo três, 4 megafotografias mostram que as práticas de contrabando ocorrem em plena luz do dia e já fazem parte do cotidiano das grandes cidades. No capítulo cinco, 3 megafotografias, mostram em detalhes que o contrabando não se restringe apenas a mercadorias comuns, mas ocorre também com drogas, remédios e até mesmo agrotóxicos. Assim, mesmo tendo a função inicial de complementar o texto principal através de imagens, transmitem informação de maneira autônoma ao leitor (ROSSETTO, 2014). As imagens interativas permitem que o leitor se aproxime ainda mais do conteúdo da reportagem e aqui a interatividade começa já na abertura da reportagem. A imagem interativa 1 abre a reportagem e aponta dados sobre o contrabando. Ao rolar a barra de scroll esses dados vão sendo apresentados para o leitor até formar a frase “Crime Sem Castigo” e ir para o capítulo um da narrativa. A imagem interativa 2 está no capítulo quatro, e em “Saiba como ter certeza se o produto é legítimo” doze imagens dos principais produtos contrabandeados são apresentadas e ao clicar em cima delas o leitor recebe informações de como saber se esses produtos são legítimos, criando um novo tipo de interação leitor/contéudo. Na imagem interativa 3, também presente no capítulo quatro, a imagem interativa “Legítimo x Ilegal”

permite que ao clicar em cada uma delas, o leitor fique sabendo qual a diferença de preços entre uma mercadoria legítima e uma ilegal. São seis imagens que apresentam esses dados dos valores de cada produto.

Na subcategoria [gráficos, iconografia e ilustrações](#) Salaverría (2014) destaca que a iconografia permite uma navegação ativa, já que produz sinais eficazes de tráfego, a exemplo das casinhas que guiam ao leitor de volta à página inicial do material que está navegando. Observamos uma exploração intensa desses formatos ao longo da narrativa. O gráfico 1, está no capítulo três e fornece informações sobre o total de produtos apreendidos pela Receita Federal entre 2010 e 2014, mostrando que nesse período, cigarros e similares compõem o maior número. Atua ainda de maneira complementar as informações do texto e vídeo que o antecedem. No capítulo cinco, o gráfico 2 mostra o número de pessoas que foram presas ou investigadas pela Polícia Federal em práticas de contrabando. Ele está ao lado do texto e assume a função de complementar os dados presentes ali, eles podem ainda ser baixados ou compartilhados nas redes sociais. Os gráficos permitem uma melhor apresentação de informações que ao serem inseridas em texto simples se tornariam cansativas, assim acabam tornando a leitura atrativa pela forma como os dados são apresentados. O infográfico estático 1 está no capítulo quatro e apresenta os riscos que um brinquedo contrabandeado pode trazer para a saúde das pessoas. No capítulo cinco, o infográfico estático 2 mostra a disparidade em dados da fiscalização no Brasil e nos EUA. Ainda nessa subcategoria, os mapas atuam como um complemento das informações presentes no texto. O mapa 1 aparece no capítulo três e mostra quais os principais produtos que entram no país e através de quais fronteiras. Em três seções e ao clicar na seta, o mapa se modifica e mostra os principais produtos que entram naquela região fiscal, além de complementar as informações presentes no texto. O mapa 2 também está no capítulo três e apresenta a localização dos postos da alfândega no Brasil, dividido em quatro categorias (aeroporto, fronteira terrestre, porto e porto seco). Depois da leitura ainda é possível baixar ou compartilhar o mapa por e-mail, no Facebook ou Twitter. No mapa 3, presente no capítulo três, conhecemos os principais pontos de venda na cidade de São Paulo. Ao clicar nos ícones do mapa descobrimos locais de venda e categoria (venda e desembarque), além de também ter a opção de baixar ou compartilhá-lo nas redes sociais. O mapa 4, está no capítulo quatro e mostra o caminho que o agrotóxico ilegal percorre fora e dentro do país reforçando as informações contidas no texto. O elemento ilustração tem o

papel de explicar conceitos fundamentais para o entendimento das demais camadas da narrativa na sua composição. No capítulo um, ela é utilizada para explicar “O que é o contrabando”, “Descaminho” e a “Importação/Exportação de remédios” e por fim a pena prevista para cada uma dessas práticas. Aqui, a ilustração atua também como um infográfico, se observarmos como as informações estão dispostas e isso demonstra que os elementos multimídia não estão isolados, mas atuando de forma coesa para a compreensão da narrativa como um todo.

FIGURA 3: Ilustração



Fonte: Código Penal

Fonte: Captura de tela feita pela autora no capítulo Introdução<sup>10</sup>

A iconografia aparece também para auxiliar a navegação do leitor através das camadas da reportagem, na aba direita da narrativa temos os ícones de compartilhamento nas redes sociais (Twitter, Facebook e Google+), seguido por três linhas horizontais que ao serem clicadas mostram ao leitor os nomes das camadas da narrativa, onde ele pode escolher em qual navegar primeiro. Como destaca Salaverría (2014) num meio que exige constantemente a participação do utilizador, permitindo uma navegação ativa, os elementos iconográficos são determinantes.

<sup>10</sup>Disponível em: < <http://arte.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/12/crime-sem-castigo/>> Acesso em: 19 de Abril de 2016.

Na subcategoria [vídeo](#), o autor destaca que o seu protagonismo nas narrativas digitais é cada vez mais evidente, e num computador proporciona um visionamento relativamente curto e mais ativo. Na narrativa observamos uma oscilação no tempo de duração, onde destacamos a presença de vídeos considerados muito longos para uma produção com tantas camadas informativas. O vídeo 1 aparece no capítulo um, ele tem dois minutos e resume a prática do contrabando, já o vídeo 2 está no segundo capítulo da narrativa e possui quase seis minutos, atua de maneira complementar ao texto com entrevistas que explicam como o contrabando passa através das fronteiras do nosso país. O vídeo 3 também está no segundo capítulo e com quase cinco minutos, mostra como ocorre o contrabando em cidades como Corumbá e reforça o entendimento com entrevistas que explicam como ele acontece ao mesmo tempo em que apresenta o outro lado da história, o do vendedor das mercadorias. O vídeo 4 aparece no capítulo três e com 1 min e 16s, apresenta as operações realizadas pela polícia, além de trazer entrevistas com consumidores do cigarro paraguaio, um dos principais artigos contrabandeados para o Brasil. No capítulo cinco, o vídeo 5 de quase três minutos expõe como é feita a fiscalização em Santos/SP e atua de maneira complementar ao texto e a galeria de imagens. Ainda no capítulo cinco, o vídeo 6 com quase cinco minutos aponta as dificuldades para fiscalizar um território tão grande como o Brasil, desde o pouco efetivo, até as brechas da lei sobre o contrabando.

Ainda nos vídeos, localizamos o elemento [animação](#), que é utilizado para explicar de maneira mais dinâmica dados que em um texto se tornariam cansativos. Por isso no capítulo um, a animação 1 aparece no vídeo “Os caminhos do contrabando” e resume como ocorre a prática do contrabando em cerca de dois minutos. No capítulo dois, a animação 2 tem o papel de explicar como ocorre o processo de contrabando desde o agenciador até que as mercadorias cheguem às lojas e shoppings das grandes cidades. Salaverría reforça esse entendimento ao afirmar a animação é um formato gráfico útil para construir informações multimídia.

Na subcategoria [discurso oral](#), o autor destaca a importância desse elemento na composição narrativa, pois ele acrescenta valor às informações digitais. Muitas vezes é combinado em vídeo, em peças audiovisuais. Aqui é trabalhado nos vídeos, através da “voz off”, onde o narrador acompanha com as suas palavras as imagens que se mostram, a exemplo do vídeo 1 que aparece no capítulo um e resume a prática do contrabando com a voz off

acompanhando as imagens, isso ocorre nos demais vídeos como também o jargão televisivo “vivo” que é quando os vídeos mostram imagens de uma pessoa que vêm acompanhada pelo som das suas palavras, aqui se verifica nas várias entrevistas que compõem os vídeos da narrativa.

Música e efeitos sonoros são trabalhados também nos vídeos da narrativa, músicas que introduzem imagens e sons ambientes que segundo Salaverría (2014) acentuam a intensidade emocional e acrescentam veracidade àquilo que se mostra através das imagens.

Na análise da reportagem não observamos o uso da vibração, o consumo na plataforma móvel verificou a ausência de alguns elementos que estão presentes no desktop. Apenas texto, imagem e vídeo aparecem nos capítulos para consumo.

Na análise dessas subcategorias, destacamos a presença de um novo elemento nas reportagens da Folha de São Paulo, o chamado Quiz que aparece na reportagem como um recurso que aprofunda a imersão do leitor com o conteúdo à medida que além de provocar novos níveis de interatividade, apresenta o conteúdo de uma forma diferente a que o leitor está acostumado nas reportagens da Folha.

FIGURA 4: Quiz sobre tributos

**QUAL O PERCENTUAL DE TRIBUTOS QUE OS PRODUTOS CONTRABANDEADOS OU DECORRENTES DE DESCAMINHOS DEIXAM DE ARRECADAR?**

1/8

**A** 21,7%

**B** 33,9%

**C** 12,2%



Remédios



Fonte: Captura de tela feita pela autora no capítulo O impacto<sup>11</sup>

<sup>11</sup>Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/12/crime-sem-castigo/o-impacto.html>> . Acesso em: 16 de Abril de 2016.

Na reportagem, ele atua como um complemento do texto e como uma forma para o leitor exercitar seus conhecimentos sobre o tema do contrabando. O quiz 1 “Qual é a fronteira” está no capítulo dois. São cinco perguntas divididas em quatro alternativas (a,b,c,d), onde o leitor descobre o nome correto das fronteiras que dividem os países e a rota que o contrabando percorre naquela região ao mesmo tempo exercitando o que ele vem apreendendo da narrativa. No capítulo quatro, o quiz 2 tem como objetivo descobrir qual o percentual de tributos que os produtos contrabandeados ou decorrentes de descaminhos deixam de arrecadar. O leitor descobre esses valores ao escolher uma das alternativas (a,b,c), são oito seções divididas em remédios, bolas de futebol, cigarros, console de videogame, bicicleta, brinquedos, calça jeans.

Em um espaço em que todos os dias surge algo novo, a Folha de São Paulo buscou uma forma de inovar na apresentação do conteúdo no especial que por se tratar de um conteúdo tão denso carece de criatividade na hora de ser lançado para um público que está recebendo este tipo de produto jornalístico, ao mesmo tempo em que está sempre em busca de novas experiências na internet.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este estudo nos mostra que o surgimento da internet e seu posterior uso nas práticas jornalísticas resultou em uma nova ótica sobre o papel do jornalismo na reprodução dos fatos, à medida que ele usa, inventa e reinventa as características do meio digital em suas produções. A grande reportagem, típica das folhas de revista, adquire novas dimensões no universo digital, abrindo espaço para novos gêneros exclusivos das produções online que se destacam pelo uso de recursos multimídia para a construção da notícia, como é o caso das Grandes Reportagens Multimídia, que aqui foi analisada a partir do exemplo de “Crime Sem Castigo”, que nos permitiu compreender como ocorre a integração dos vários recursos que a internet oferece para narrar uma história e torná-la atrativa para um público cada vez mais exigente. Para Salaverría (2014) ao fazer um produto jornalístico como as Grandes Reportagens Multimídia, que carecem da agregação de vários recursos diferentes para narrar uma história, é preciso antes de tudo pensar em critérios de composição, já que um elemento mal colocado pode repetir a mensagem já dita ou mesmo não acrescentar nada a reportagem. Na reportagem

analisada podemos observar que o texto atua como protagonista e está presente em todos os capítulos. Já os vídeos apresentam entrevistas, animações e imagens que reforçam o entendimento do que foi dito no texto, mas em alguns observamos que o tamanho de reprodução não é ideal para uma reportagem tão extensa, chegando a quase seis minutos. Ainda na composição dos vídeos, verificamos a presença do discurso oral através das entrevistas e sonoras assim como também efeitos sonoros e músicas que são utilizados como um elemento de construção.

Num cenário em que uma imagem muitas vezes expressa mais do que o texto em si, seu uso é observado na forma de galeria de imagens, imagens ampliadas e ilustrações que tornam a notícia mais visual. Animações facilitam o entendimento de conceitos chave na narrativa além de apresentar a informação de forma mais atrativa. Verificamos também, a ausência da vibração no consumo móvel.

Assim, entendemos que o diferencial desses especiais não está só na densidade informativa, mas também nos diversos elementos utilizados na sua composição, desde o texto sempre presente nas produções tanto online quanto offline, até o uso do quiz que demonstra ser possível explorar as capacidades do meio, criar um produto de qualidade e manter o leitor focado em cada camada da narrativa.

Para o futuro, essas produções demonstram que existem leitores interessados em consumir um conteúdo de qualidade sem importar o tamanho do mesmo, basta pensar que se o 'livro' é interessante desejamos ler até o final para saber o desfecho. Esse entendimento se vê potencializado pela percepção de que na internet, o jornalismo tem à disposição uma série de recursos que permitem a criação de conteúdos cada vez mais diferenciados a exemplo das GRM's que surgem como uma grande produção que abre caminho para novas experiências narrativas.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Calmon Rosental. **Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua.** Revista Comunicação e Sociedade - vol. 9-10, São Bernardo do Campo, São Paulo, Metodista, 2006, 93-102 p.

BACCIN, Alciane Nolibos; DANIEL, Priscila Berwaldt. **A integração dos meios no especial multimídia A Batalha de Belo Monte.** In: 5º Simpósio de Ciberjornalismo, Campo Grande, MS, 2014.

BALDESSAR, Maria José; CAVENAGHI, Beatriz; MIRANDA, Cristiane. **Modelos de construção narrativa no jornalismo digital no Brasil, Estados Unidos e Inglaterra**. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), Rio de Janeiro, 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 70. ed. Lisboa, 1977.

BERTOCCHI, Daniela. **Gêneros jornalísticos em espaços digitais**. In: LIVRO DE ACTAS – 4º SOPCOM, Braga, 2005. 1287-1299 p.

CANAVILHAS, João. **WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. São Paulo: Livros LabCom, 2014, . 25- 52 p.

CHANG, Sandra Rodrigues da Silva; IKEDA, Akemi Ana. **Análise de Conteúdo - Uma Experiência de aplicação na pesquisa em comunicação social**. Comunicação e inovação v. 6, n. 11. São Paulo, 2005.

ESQUIVEL, Fernando, et al. **Libro de estilos para ciberperiodistas**. Santo Domingo, República Dominicana, ITLA Editorial, 2010. 32-34 p.

FREITAS, Sara; GAMELA, Alexandre; SILVA, Renato. **Narrativas Multimídia**. Porto, 2011.

FILHO, Wilson de Pádua Paula. **Multimídia Conceitos e Aplicações**. 2. ed. Belo Horizonte: LTC, 2000.

GALO, Bruno; PRETTIE, Lucas. **Narrativa transmídia vai além da mera campanha**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,narrativa-transmidia-vai-alem-da-mera-campanha,1437>>. Acesso em: 20 de Fevereiro de 2016.

GONZATTO, Rodrigo Freese. **Long Form Journalism (Jornalismo Formato Longo)**. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/gonzatto/slides-longform-journalism>>. Acesso em: 20 de Janeiro de 2016.

IRIGARAY, Fernando; LOVATO, Anahí. **Hacia la comunicación transmedia**. Rosario : UNR Editora. Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, ed. lit. IV, 2014.

IRIGARAY, Fernando; LOVATO, Anahí. **Producciones transmedia de no ficción**. Análisis, experiencias y tecnologías. Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMLE, Marina. **Narrador com fôlego faz história com ciência**. Disponível em: <http://www.revistahcsm.coc.fiocruz.br/narrador-com-folego-faz-historia-com-ciencia/> Acesso em: 20 de Março de 2016.

LEVY, David A.L; NEWMAN, Nic; NIELSEN, Rasmus Kleis. **Digital News Report**. Reino Unido, 2015.

LONGHI, Raquel Ritter; WINQUES, Kérley. **O lugar do longform no jornalismo online.** Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS). Brasília, 2015.

\_\_\_\_\_. **Grande reportagem multimídia ontem e hoje.** In: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Santa Cruz do Sul, 2014.

\_\_\_\_\_. **A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo.** In: 6º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, Mato Grosso do Sul, 2015.

\_\_\_\_\_. **O turning point da grande reportagem multimídia.** Revista Famecos - mídia, cultura e tecnologia, v. 21, n. 3, 897-917 p. Porto Alegre, 2014.

\_\_\_\_\_. **Narrativas webjornalísticas em multimídia:** breve estudo da cobertura do NYTimes.com na morte de Michael Jackson. In: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo USP (Universidade de São Paulo). São Paulo, 2009.

\_\_\_\_\_. **Os nomes das coisas:** em busca do especial multimídia. Estudos em Comunicação nº7 - Volume 2, 149-161 p. Santa Catarina, 2010.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.** Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf)>. Acesso em: 10 de Janeiro de 2016.

PALACIOS, Márcio. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate.** Disponível em: <[http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4\\_f.htm](http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm)>. Acesso em: 15 de Fevereiro de 2016.

RENÓ, Denis Porto. **Jornalismo transmídia.** Disponível em: <<https://prezi.com/yztq2b9vxgbq/jornalismo-transmidia/>>. Acesso em: 5 de Março de 2016.

ROCHA, Liana Vidigal. **A utilização de elementos multimídia no jornalismo online:** a cobertura do G1 sobre o Tsunami no Japão. In: Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, na modalidade Comunicações Científicas, integrante do VIII Encontro Nacional de História da Mídia. [Guarapuava, PR], 2011.

ROSA, André. **Texto para a web tem o tamanho que ele merece.** Disponível em: <<http://www.tracto.com.br/texto-para-a-web-tem-o-tamanho-que-ele-merece/>>. Acesso em: 15 de Abril de 2016.

ROSSETO, Luciana Pelaes. **A Narrativa das galerias de fotos na representação da crise do governo paraguaio.** In: 9º Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2013.

WINQUES, Kérley. **Apuração e inovação: uma análise da série UOL TAB, do portal UOL.** In: 6º Simpósio de Ciberjornalismo, Campo Grande, MS, 2015.