



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO**

ANDREZA EWELYN DE SOUZA SILVA

**DO IMPRESSO AO DIGITAL: UMA ANÁLISE DO SITE DA
SUPERINTERESSANTE**

**CAMPINA GRANDE
2019**

ANDREZA EWELYN DE SOUZA SILVA

**DO IMPRESSO AO DIGITAL: UMA ANÁLISE DO SITE DA
SUPERINTERESSANTE**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado a/ao Coordenação /Departamento do Curso de jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Área de concentração: Convergência Midiática.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Simões Menezes

**CAMPINA GRANDE
2019**

É expressamente proibido 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 do trabalho.

S586d Silva, Andreza Ewelyn de Souza.
Do impresso ao digital [manuscrito] : uma análise do site da Superinteressante / Andreza Ewelyn de Souza Silva. - 2019.
23 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.
"Orientação : Prof. Dr. Antônio Simões Menezes ,
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."
1. Cibercultura. 2. Jornalismo de revista. 3. Jornalismo digital. 4. Narrativa longform. 5. Webjornalismo. I. Título
21. ed. CDD 070.4

ANDREZA EWELYN DE SOUZA SILVA

**DO IMPRESSO AO DIGITAL: UMA ANÁLISE DO SITE DA
SUPERINTERESSANTE**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado a/ao Coordenação /Departamento
do Curso Jornalismo da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Área de concentração: Convergência
Midiática.

Aprovada em: 06/12/2019.

BANCA EXAMINADORA

Antônio Simões Menezes

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

Ana Maria de Sousa Pereira

Profa. Ma. Ana Maria de Sousa Pereira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

FERNANDO FIRMINO DA SILVA

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	04
2	JORNALISMO DE REVISTA	05
3	RECONFIGURAÇÃO DO JORNALISMO	09
3.1	Características do Webjornalismo	09
4	METODOLOGIA	12
4.1	A Superinteressante	13
4.2	Análise de Reportagens	14
	CONCLUSÃO	19
	REFERÊNCIAS	20

Do Impresso ao Digital: Uma Análise do Site da Superinteressante

Andreza Ewelyn de Souza Silva¹

RESUMO

O presente artigo tem por finalidade compreender a reconfiguração do jornalismo de revista na internet para se adequar à linguagem do jornalismo digital e às especificidades da narrativa longform. Para realizar este estudo, foram analisadas três reportagens da editoria sociedade de períodos aleatórios disponibilizadas online, no site da revista Superinteressante. Tomando como base estudos como Canavilhas (2014), Longhi (2014), Scalzo (2011) e Barbosa (2013), que direcionam este estudo de caso à compreensão da expansão da revista impressa para o meio digital, entendendo como ela vem apropriando-se das potencialidades desse mundo digital, tendo em vista o uso de uma nova linguagem no jornalismo. Como resultado percebeu-se a tentativa da revista se apropriar, de forma pontual, da linguagem do jornalismo digital e de alguns elementos da narrativa longform.

Palavras-chave: Cibercultura. Jornalismo de Revista. Jornalismo Digital. Narrativa Longform.

ABSTRACT

This article aims to understand the reconfiguration of journalism on the Internet to fit the language of digital journalism and the specifics of longform narrative. To carry out this study, three articles from random intervals editorial society, available online, on the website of the magazine Superinteressante were analyzed. Based on studies such as Canavilhas (2014), Longhi (2014), Scalzo (2011) and Barbosa (2013), which direct this case study to the understanding of the expansion of the print magazine to the digital media, understanding how it has been appropriating of the potentialities of this digital world, considering the use of a new language in journalism. As a result, we noticed the magazine's attempt to appropriate, in a timely manner, the language of digital journalism and some elements of the longform narrative.

Keywords: Cyberculture. Magazine Journalism. Digital journalism. Longform narrative.

1. INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade a nossa sociedade vive em uma era imediatista e tem passado cotidianamente por modificações, uma delas é a forma que a informação é disseminada e como a mesma tem sido consumida. A rapidez em que a informação circula entre os meios e a importância da sua veracidade, nos traz a reflexão sobre como tratar assuntos com sensibilidade e responsabilidade, aproveitando as potencialidades oferecidas e utilizando da liberdade criativa do jornalista.

O jornalismo passou e vem passando por mudanças em seu modo de produzir e de veiculação. Este trabalho pretende compreender a reconfiguração do jornalismo de revista na internet para se adequar à linguagem do jornalismo digital, principalmente a multimídia, interatividade e hipertextualidade e às especificidades da narrativa longform.

¹Aluna do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - Campus I. Email: andrezaewelyn@gmail.com.

A plataforma da web foi determinante no surgimento de novos modos de produzir e ler notícias e, principalmente, de interagir com elas. O Jornalismo que era apenas impresso, televisivo ou radiofônico passou a ser tudo isso e mais. Além de todos esses formatos disponíveis na web, elas têm agora a capacidade de noticiar um mesmo assunto, podendo dialogar entre si. Ou seja, o conteúdo tornou-se não apenas multimidiático, mas multiplataforma.

Esta pesquisa se justifica por buscar compreender as mudanças na linguagem jornalística que ocorrem neste percurso, elencando quais as características deste novo espaço foram apropriadas pelas revistas na sua expansão para o ciberespaço, na tentativa de atender as necessidades do leitor, que por sua vez, está cada vez mais conectado à internet.

Para discutir as questões relacionadas às revistas impressas e a atual prática do jornalismo digital, foi necessária uma fundamentação teórica baseada em estudos de Scalzo (2011), Flores (2016), Canavilhas (2014), Longhi (2014) dentre outros autores. Pudemos observar o que dizem sobre as características tanto do jornalismo impresso quanto às adotadas no jornalismo digital. Por fim, esta pesquisa irá fazer uma análise de reportagens disponíveis no site da revista Superinteressante, que tem como intuito compreender se elas se adequam à linguagem do jornalismo digital e às especificidades do texto longform que se caracteriza por apresentar ao leitor um texto completo, bem apurado e rico em contextualização sobre determinados temas, despertando a curiosidade em quem o lê.

Para realizar este estudo de caso, tivemos como objeto de estudo a revista Superinteressante que se destaca por conter uma linguagem dinâmica tanto no impresso quanto no digital, e por ser uma das revistas impressas que também vendem seu conteúdo no meio digital. Diante deste novo cenário de transição e adaptação do impresso ao digital, analisaremos três reportagens da editoria sociedade que nos ajudaram a compreender como o jornalismo tem encontrado novas formas de produção e se as revistas impressas são favorecidas pelas potencialidades da web.

Desta forma, a pesquisa se divide em apresentar a evolução da revista impressa, a reconfiguração do jornalismo para o meio digital e por fim, análises de matérias publicadas no site da Superinteressante.

2. JORNALISMO DE REVISTA

A evolução da sociedade sempre esteve atrelada a grandes e históricas invenções. À prensa do artesão Gutenberg é considerada até hoje um despertar para a difusão da informação. A técnica de impressão em tipos móveis foi a única utilizada durante muito tempo para fazer a impressão de folhetins, jornais, livros e revistas dessa época. No livro *Jornalismo de Revista*, Marília Scalzo (2003) aborda a história da revista. Surgindo com sua primeira edição na Alemanha, no ano de 1663, intitulada de “*Erbauliche Monaths Unterredungen*”². Com o intuito de acompanhar a modernização e instituição de novos paradigmas sociais, culturais e políticos outras publicações surgiam seguindo o modelo já criado.

Com o avanço das tecnologias, e principalmente a melhoria no nível de educação das pessoas, as tiragens de impressões aumentavam gradativamente e estimulavam o surgimento de novas propostas e segmentos de comunicação. As revistas ganharam mais espaço e ficavam entre os livros e os jornais diários. Os livros, nessa época, tratavam apenas de assuntos acadêmicos e científicos e os jornais diários traziam o factual de forma mais rápida e básica. A revista se tornava uma opção para parte da população, que não tinha acesso a livros, uma nova fonte de informação. De acordo com Marília Scalzo “A revista ocupou, assim, um espaço entre

² (Edificantes discussões mensais) – A publicação que foi criada pelo teólogo Johann Rist, abordava assuntos voltados a religião e temas eruditos.

o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro)”. (SCALZO, 2003, p.20).

Os veículos de comunicação como um todo, inicialmente os jornais, sempre tiveram a finalidade de entregar conteúdo factual a ser consumido com confiança e credibilidade, se propondo a estar a serviço da sociedade e de suas necessidades informativas. De acordo com a autora existiam várias diferenças entre os jornais e revistas, uma delas era a periodicidade ampliada. As revistas inicialmente eram publicadas em intervalos semanais o que as diferenciava dos jornais que eram publicações diárias. Scalzo, defende 2003, p 21

enquanto os jornais, tanto diários quanto semanais, nascem e crescem engajados, ligados a tendências ideológicas, a partidos políticos e a defesa de causas públicas, as revistas acabam tomando para si um papel importante na complementação da educação, relacionando-se intimamente com a ciência e a cultura.

A revista, ao longo de décadas, seguiu um padrão de características próprias, que envolviam e envolvem uma nova linguagem, com muito mais liberdade de criação, com design e inovação nas diagramações feitas para as capas e em formatos específicos de impressão em folhas grossas e brilhosas que acabam dando maior destaque às fotografias e aos infográficos, trazendo um maior apelo visual às imagens e ao uso de cores. As mesmas são também utilizadas como fonte de informação para os seus leitores, contendo matérias específicas aprofundadas com contextualização e análise, colunas de opiniões, fotos e editoriais.

O relacionamento estabelecido entre leitor e revista é de proximidade, indo além do que apenas folhear uma edição sobre determinado tema específico. As edições muitas vezes costumam ser colecionadas e passam a ser acompanhadas em seus diversos momentos, mantendo a informação em primeiro lugar, mas se adequando a vontade de preencher uma necessidade do leitor não só de notícias, mas também de entretenimento.

Os leitores passam a acompanhar e a estabelecer uma relação afetiva com a mesma, ao acompanhar o conteúdo é usado um olhar específico estabelecido desde essa identificação com o nicho escolhido. As revistas vêm acompanhando as mudanças culturais, sociais, tecnológicas e estéticas ao longo dos anos, passando a ser vista não só de uma forma analítica, mas com uma maior temporalidade buscando sempre a maior proximidade e identificação com o seu leitor e sendo vista como empresas. Para Marília Scalzo (2003, p. 11-12), revista é “um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento”.

A revista tem que ter identidade e contar com rotinas de produção dedicadas especificamente a cada edição. De acordo com a editora Fátima Ali (2009), em seu livro “A arte de editar revistas” cada elemento que compõe o processo de produção deve ser pensado cuidadosamente por sua equipe seguindo a linha editorial escolhida, tendo como objetivo responder questões e critérios básicos do jornalismo, entregando aos leitores conteúdos de qualidade.

Mais da metade das revistas lançadas a cada ano não sobrevive. Quase sempre, o principal motivo é a falta de foco. Revistas que se mantêm por décadas, e até por mais de um século, têm um conceito claro, ou seja: uma missão editorial específica e uma fórmula bem definida. (ALI, 2009, p.45)

O processo de produção de uma revista é realizado de acordo com a periodicidade de cada edição a ser publicada, os jornalistas conseguem mais tempo para fazer uma maior apuração investigativa dos fatos e trabalhar com todos os recursos disponíveis, podendo assim, facilitar a interpretação se atentando sempre no interesse do seu público. A liberdade textual dos repórteres e a variedade de temas que podem ser abordados, ampliam o campo de alcance do público-alvo da revista, levando sempre em consideração levar a informação até as pessoas

que compartilham dos mesmos ideais que serão expostos, Scalzo (2003) afirma que, “quem define uma revista antes de tudo é seu leitor”.

Ao falarmos sobre revistas, métodos jornalísticos e a linguagem escolhida para a elaboração dessas publicações, temos como as mesmas do jornalismo comum, o que muda a princípio é apenas a relação que se estreita com o leitor de acordo com a segmentação seja feita por idade, tema ou conteúdo. As edições costumam não ter lead nem seguir o padrão de pirâmide invertida, tendo liberdade textual e apostando em uma linguagem intimista que permite o uso de adjetivos e coloquialismo escolhida por cada editora. Geralmente as reportagens são direcionadas a falar diretamente ao público, como uma simples conversa informal e casual, adicionando a possibilidade de recursos linguísticos, gráficos e imagens que atribuem segundo Scalzo “uma maneira de fornecer informação ao leitor utilizando um conjunto de gráficos, tabelas, desenhos, fotos, legendas, ilustrações, mapas, maquetes” (SCALZO, 2006, p. 74).

As revistas reúnem características que as permitem ter seu estilo próprio. Para Sérgio Vilas Boas, a imparcialidade que existe no estilo de redação das revistas permite que os textos descrevam histórias e sejam interpretativos fugindo do tradicional, inclinando-se para uma nova forma de ver e falar sobre determinados assuntos. “A tendência de uma revista é a inclinação de seus leitores” (VILAS BOAS, 1996, p. 86).

As revistas buscam dialogar diretamente com o seu público que atualmente buscam consumir informação prioritariamente pela internet. Diante disso, como ocorre a transição das revistas impressas para expandir seu mercado para o ciberespaço? Essa dúvida é o ponto de partida para vários outros questionamentos atrelados a estratégias de alcance em mídias sociais e estudos de mercados. O jornalismo digital possui inúmeras vantagens, e a mais importante é o seu potencial. Sobre este potencial Pollyana Ferrari (2012, p. 35) afirma.

O potencial da nova mídia tornou-se um instrumento essencial para o jornalista contemporâneo e, por ser tão gigante, está começando a moldar produtos editoriais interativos com qualidades atraentes para usuários: custo zero, grande abrangência de tema e personalização.

Empresas jornalísticas se veem na necessidade de se tornar multiplataformas e se adequam ao novo cenário dos meios de comunicação, entendendo as características e diferenças de cada público. A inserção da informação dentro dos mais diversos tipos de plataformas contribuem para a uma maior conectividade e convergência dos meios, com isso o consumo da notícia aumenta gradativamente e a produção e distribuição da notícia deve acompanhar essa mudança para os meios eletrônicos. A integração dos meios é um fato, apesar de apresentar vantagens e desvantagens, as empresas percebem que é nesse ambiente que podem produzir conteúdo novos e melhores de forma gratuita. (SALAVERRIA, 2007).

De acordo com dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) realizada no ano de 2016, desenvolvida pela Secretária Especial de Comunicação Social da Presidência da República, o consumo de mídia e informações no Brasil, destacam que a rede mundial de computadores (internet) é o dispositivo mais utilizado pelos brasileiros para navegar na internet, mas, para acessar as redes sociais, a preferência é pelo smartphone. Quanto ao impresso, é nítida a ascensão das assinaturas digitais. Quinn (2005) é um dos poucos autores a tratar sobre o surgimento das revistas para os meios eletrônicos, nele é feito um resumo onde é explicado a situação da convergência e como tem sido feito a ampliação da audiência de forma instantânea e explorando novos meios. De acordo com ele “Pessoas querem consumir sua mídia onde, como e quando escolherem”³ (QUINN, 2005, p. 09)

³ Texto original: “People want to consume their media where, how and when they choose.”

As revistas, que antes se sustentavam com muitas tiragens e com grandes anúncios, passam por desfalques devido à falta de comercialização e tendem a se tornar um produto gráfico mais caro e para um público ainda mais específico e com condições financeiras significativas. Com a evolução da tecnologia, alguns exemplares de revistas descontinuaram suas publicações impressas e migraram completamente ao meio digital. Um exemplo disso é a Revista INFO, que se tornou a primeira revista brasileira totalmente digital. É importante compreendermos que as revistas impressas são muito mais que apenas um espaço dedicado a passar informações seja com uma periodicidade semanal, quinzenal ou mensal, ela se torna cotidianamente um espaço de análise de fatos, com o intuito de propor reflexão em seus leitores e não ser só um espaço de repostagem de matérias já publicadas nos tradicionais jornais diários. Elas seguem crescendo, desenvolvendo-se, adaptando-se, renovando e inovando no mercado, demandando de uma produção detalhada, apurada e bem mais aprofundada sobre os mais variados temas, buscando fortalecer ainda mais essa conexão pré-estabelecida entre publicação e público. Fidelizar os já leitores e abrangendo para atender diversos públicos. Por isso são feitas pesquisas mercadológicas e de tendências tentando atingir o maior alcance de credibilidade com os seus leitores.

Novos modelos comunicacionais surgem e para pensar no formato digital é necessário entender como o jornalismo se insere nesse meio de inovação. Inovar não é novidade no meio online, quando falamos em tecnologia passa a ser uma necessidade de estar presente em diversas plataformas, estando sempre em busca do experimental. O jornalismo de inovação é aquele que passa diariamente por inúmeras modificações, se apropriando de particularidades que vão ganhando força de novas possibilidades. De acordo com Flores (2016, p. 03)⁴, “inovar e reinovar são conceitos de mesma ordem, pois em sua própria natureza a inovação não é uma fórmula constante ou única, senão um movimento sempre em formação.”

Todo o processo de migração para o ambiente digital conta com um enorme leque de possibilidades, as revistas passam então, a utilizar estratégias para chamar a atenção do seu consumidor combinando promoção, entretenimento e um conteúdo ainda mais rico e interessante, na forma de texto, imagem ou vídeo. Compreendendo a multiplicidade permitida atribui-se a necessidade de mudanças a atual produção jornalística, por meio da convergência, os textos passam a adotar narrativas longas entregando densidade como produto final e apostar nos sites que serão utilizados como uma plataforma intuitiva, onde serão possíveis encontrar mais informações de forma atrativa reestruturando o seu conteúdo. Sobre esse modelo, Jenkins (JENKINS, 2009, p. 43) afirma “A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento”.

As dificuldades para se manter nesse espaço de convergência partem da dificuldade em criar algo novo e manter os mesmos elementos da revista impressa. Os recursos digitais são atrativos e cada dia mais estão presentes no nosso cotidiano, chamando atenção e surgindo com novos meios de negócios. É na internet, que as empresas encontram formas de manter seu prestígio com um olhar inovador. Para manter-se nesse espaço, a aposta é investir em material de fotos e vídeos, íntegras de entrevista, além da personalização de conteúdo e interatividade.

Em meio às dificuldades enfrentadas pela transição, é imprescindível levar inovação e estrutura para o seu leitor, entendendo e adequando a narrativa jornalística sem perder sua essencialidade. Enxergar novas oportunidades é compreender que a evolução da revista impressa é imprescindível, adaptar-se a esse novo meio é entender que a popularidade das revistas digitais continuará expandindo cada vez mais com o passar dos anos. Entretanto, não se sabe até quando de fato, os formatos impressos irão existir, e se o formato digital conseguirá se sobressair e fazer uso de todas as potencialidades disponíveis, ou se ambos formatos se

4 O artigo original de Ana Marta M. Flores, foi publicado em: <http://sbpior.org.br/congresso/index.php/sbpior/sbpior2016/paper/viewFile/208/185>

complementaram definitivamente. Esse processo de expansão, também se dará a partir da criação de perfis em redes sociais e plataformas de vídeo, como por exemplo, o Youtube que irá continuar a oferecer conteúdo diversificado e exclusivo para seus usuários agregando um maior crescimento na produção e no consumo enquanto ainda assim conseguirá preservar suas coleções impressas.

3. RECONFIGURAÇÃO DO JORNALISMO

Antes de analisar como o jornalismo de revista atua dentro do ciberespaço é preciso entender quais são as principais mudanças desenvolvidas no jornalismo e o que será adaptado para se manter nesse novo espaço. Em síntese, como é feita a criação de uma linguagem jornalística específica para esse meio. Para Ramalho, (2010) a internet, possibilita que o jornalista possa ter novas ferramentas e um novo meio de comunicação, que, como qualquer outro, acaba por exigir a construção de uma linguagem própria. Por se tratar de um ambiente convergente, Pollyana Ferrari (2004) pontua as dificuldades e as vantagens no jornalismo digital.

Jornalismo digital não pode ser definido apenas como o trabalho de produzir ou colocar reportagens na internet. É preciso pensar na enquete (pesquisa de opinião com o leitor); no tema do chat, o bate-papo digital; nos vídeos e áudios; e reunir o maior número possível de assuntos e serviços correlatos a reportagem. (FERRARI, 2004, p. 45).

Com a internet exigindo uma nova linguagem e com uma comunicação quase em tempo real, o discurso jornalístico passa a ter novos desafios e potencialidades. Ele continua a fazer o uso de símbolos, introdução de sinais e abreviações linguísticas, obviamente, sem perder a coerência e sua funcionalidade suprimindo o cidadão das informações cotidianas de forma imediata.

Mas, a linguagem e comunicação no mundo digital mudou completamente a noção de instantaneidade e propagação das notícias. Para abordar essa reconfiguração é preciso falarmos sobre quais são as características do webjornalismo e como elas marcam o jornalismo digital. Neste sentido, utilizaremos o livro *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* que irá tratar particularidades de uma nova era jornalismo produzido especificamente para esse ambiente. João Canavilhas, o organizador da obra, convidou sete autores de nacionalidades diferentes, para apresentarem seus pontos de vista e discorrer sobre cada característica, sendo elas, sendo elas, hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

3.1 Características do Webjornalismo

A memória é uma reconstrução e facilitação da navegação do usuário que enriquece o jornalismo. Com a enorme quantidade e o acúmulo de informações existentes no ambiente online, possibilita ao seu usuário o acesso a arquivos e documentos de qualquer época a qualquer momento, em algum do lugar mundo, com a facilidade de apenas um click. Essa memória pode ser resgatada por qualquer pessoa através do uso de palavras chaves e de compartilhamentos. “A informação eletrônica passa a ser acessada, consumida, produzida e distribuída de todo e qualquer lugar, a partir dos mais diferentes objetos e dispositivos” (LEMOS, 2009a, p.92). No jornalismo virtual a retomada de fatos é instantânea, possibilitando a todos a complementação de dados da informação já fornecida, criando assim uma continuidade. Palácios complementa que “acresce-se o fato de que na Web a memória torna-se coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõe” (2003, p.4).

A personalização do conteúdo consiste em um processo de individualização. Assemelhando-se com o que o jornalista busca entregar ao seu leitor essa customização de conteúdo permite um direcionamento segmentado em busca de atender a uma pessoa individualmente e não grupos com gostos semelhantes. Para Lorenz (2014, p. 142-152) existem níveis de personalização, que são: a resposta, a alteração com base na hora do dia, a interação significativa, a ajuda na decisão, a calibração e algoritmos e a adaptação para mudar. O primeiro trata-se da resposta para que as mídias e os conteúdos se adaptem a qualquer formato de tela. A personalização é sobre a forma que os conteúdos se adequem às necessidades do usuário. A interação significativa concede que o usuário faça os seus próprios comentários. A ajuda na decisão, busca ajudar e facilitar o uso de cada indivíduo. A calibração e algoritmos são os responsáveis pela atualização dos dados que estão sendo disponíveis. E por fim, a adaptação para mudar permitindo a reconfiguração e a reavaliação de informações com credibilidade.

A organização de conteúdos na rede é feita de acordo com a necessidade de cada indivíduo, um exemplo é a newsletter, que faz a entrega de conteúdo regular a assinantes, abordando geralmente um determinado assunto que lhes é de interesse. Sempre em busca da facilitação, os sites encontram através da personalização o seu público alvo e suas referências.

Para sintetizar a ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital, John V. Pavlik, descreve como a capacidade de estar em mais de um lugar ao mesmo tempo. De acordo com Pavlik (2014, p. 160), “No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real”. Em torno desse contexto, o teórico Pavlik (2014, p. 164-181) pontua quatro consequências da Ubiquidade para o jornalismo: a emergência do jornalismo cidadão, o conteúdo geolocalizado e a narrativa imersiva, o jornalismo baseado em dados e o declínio da privacidade e ascensão da vigilância estatal.

Sobre a instantaneidade Paul Bradshaw traz questionamentos atrelados a primeira informação e rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da Web. Para Paul Bradshaw (2014, p. 111), a velocidade sempre foi algo pertencente ao jornalismo e é essa característica que vem abordando o desenvolvimento e a capacidade em que os meios, continuamente acrescentam informações aos fatos, que ocorrem em tempo real.

Por esse motivo, alguns sites dão destaque a seção de “Últimas notícias”, com o intuito de chamar a atenção dos usuários daquele espaço em que é disponibilizado material de forma imediata ao seu acontecimento. A atualização contínua aumenta a circulação de notícias, permitindo uma maior velocidade de informações comparado com o jornalismo impresso.

A multimídia é a responsável por transmitir a comunicação em vários meios, através de um conjunto de linguagens próprias, deixando disponível em vários formatos e plataformas. Possibilitando adicionar informações de uma forma diferente como por exemplo com o uso de vídeos, gráficos, som, imagem, áudio entre outros formatos de mídia alcançando o maior número de público. Palácios (2002, p.3) assegura que:

No contexto do jornalismo online, essa convergência de mídias, torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade.

Sendo considerado uma extensão do conteúdo já feito, os destaques partem para o detalhamento do conteúdo por meio do uso de imagens em boa qualidade.

No capítulo onde o português João Canavilhas aborda a hipertextualidade, o autor observa as narrativas de textos e oralidades e analisa que o modelo de referência do

webjornalismo continua sendo a imprensa escrita. Canavilhas (2014), explica a origem da palavra hipertexto e que a mesma significava conceitualmente uma escrita não sequencial, onde o leitor pode fazer escolhas devido às várias opções de leitura que o texto oferece. “De forma mais ou menos complexa, as definições incluem sempre dois elementos nucleares: nós e links, ou seja, blocos informativos e hiperligações” (Canavilhas, 2014, p.6). E é por meio dessas conexões de textos ligados a outros textos que podemos expandir e romper a linearidade, criando assim, uma enorme forma de interação por meio de fóruns de discussão, páginas pessoais e blogs. Canavilhas ainda detalha as mudanças que ocorrem na redação jornalística adotados pelo ambiente web e a necessidade de ter profissionais qualificados para produzir conteúdo destinados a essa plataforma.

A interatividade, por sua vez, ganhou mais destaque e definitivamente está cada vez mais presente no nosso cotidiano através de comentários, chats, enquetes, entre outros. Essa é uma das características do jornalismo que é praticado em redes digitais que mais apresenta desenvolvimento, tendo em vista a construção coletiva. Para Alejandro Rost (2014, p. 53), a interatividade é uma das características essenciais da comunicação na Web.

Vivemos em uma nova época que é marcada pela interação do veículo com o consumidor das notícias, o que exige que os jornalistas desenvolvam novas técnicas e uso de recursos que venham a facilitar a produção de conteúdo. Barbosa (2001) comenta que o conceito está relacionado com a interação de conteúdos por meio de links e também pela possibilidade de interferência do leitor. Portanto é necessário que o jornalista se adapte às novas funções e às mudanças na rotina, podendo produzir seu material de qualquer lugar com dispositivos móveis, como notebooks e smartphones e também deve estar aberto para a interação com os leitores.

A interação social propiciada pelas revistas impressas, quando trasladadas às redes cibernéticas, pode se potencializar, gerando processos comunicacionais peculiares, que vão além da leitura, avançando para a autonomia do campo da recepção, a colaboração e a interação horizontal entre produtores e leitores. O jornalismo vem se adaptando às necessidades de manter seus usuários numa necessidade de estar informado 24horas/dia, cativando o seu uso através da estética e os processos de composição dos textos.

Para os jornalistas a internet se tornou uma fonte de pesquisa e, muito mais agora, uma fonte de pauta, onde os mesmos passam por um grande processo de pesquisa e apuração da notícia. Em um universo em que há tanta agilidade em receber informações, a apuração é a principal aliada do jornalista que busca por fontes confiáveis e de credibilidade. Para Resende (2008), se antes os jornalistas não dispensavam o telefone e a apuração nas ruas, agora quase ninguém começa uma reportagem sem realizar uma pesquisa online. Mas não é tão simples assim. O processo de apuração e produção na internet não é tão simples como parece. Não basta apenas digitar o tema procurado na busca, ou seja, a quantidade e a qualidade das fontes na internet são complexas. Contendo uma sobrecarga de informações, o jornalista precisa selecionar o que lhe é interessante, para assim realizar a produção de matérias coerentes, tentando esclarecer a informação para o seu leitor.

Quando o jornalismo chegou nas redes digitais, no final do século XX, as revistas também tiveram que se adaptar e ganhar seu espaço no novo meio, elas se trasladaram ao ciberespaço, se recriaram e se transformaram a tal ponto que a pergunta sobre o que é, hoje, uma revista no ambiente web, não é nada fácil de responder. Tendo em vista essa adaptação às mídias online, os jornalistas têm a função de cotidianamente se adaptar às mudanças, com o objetivo de oferecer o melhor conteúdo ao leitor. Um dos diferenciais permitidos nesse novo meio é que o público pode ter acesso à informação de uma forma muito mais ampla, com auxílio da multimídia, por meio de áudios, fotos, vídeos, gráficos e animações referentes ao conteúdo da notícia. Já não limitando-se só ao texto, não se resumindo apenas a reproduzir

os acontecimentos em um único formato, as revistas online passam a usar narrativas multimedias cada vez mais segmentadas e buscar satisfazer o leitor de forma clara e objetiva.

A grande questão trazida pelas novas plataformas de comunicação é como elas se adequam unindo a tecnologia e em como é apresentado o conteúdo de forma a respeitar a melhor usabilidade para o usuário que acessa determinado site tanto em desktops e notebooks, quanto em celulares e em tablets. Estamos em um novo tempo, no espaço digital o jornalismo passa a ser feito também em narrativas longform. Narrativa que vem se destacando e chamando atenção por ser multilinear e por suas características que incluem elementos multimídia como infográficos, áudios, animações, fotos e vídeos além de possuir narrativa linear.

Com inúmeras possibilidades a serem exploradas, e por propor inovação. Em 2011 a narrativa longform é marcada como uma nova fase por Raquel Longhi (2014) e a ser chamado de “turning point das grandes reportagens multimídia”. Sobre este modelo Longhi em (2015, p. 15) afirma:

O contexto atual mostra um mercado em expansão para esse tipo de narrativa, seja como modelo de negócio e estratégias profissionais, como demonstram sites e aplicativos específicos dedicados ao formato, seja no próprio fazer jornalístico diário, como se tem observado em grandes jornais de referência na Internet.

Com matérias dos mais variados temas, com conteúdo aprofundado e extenso, são separadas por capítulos, normalmente usada em grandes reportagens ou em artigos. Para Sharp (2013), a longform digital prospera misturando texto bem construído com visual elegante e recursos multimídia. Esse novo estilo de escrita e produção atrai os olhares dos leitores por possuir um formato atrativo despertando a curiosidade e o desejo de continuar lendo o texto.

O uso da narrativa longform dentro do jornalismo é um fenômeno crescente dentre os portais brasileiros, revistas e jornais que tem se dedicado diariamente a adaptação, evolução e mudanças constantes do jornalismo online especialmente no que diz respeito ao tamanho e profundidade do texto. Com as adaptações o jornalismo cativa seu usuário através da estética e os processos de composição dos textos. As revistas online passam a satisfazer o leitor com um conteúdo completo e cada vez mais diversificado, entendendo que o futuro pertence à integração de mídias em uma contextualização diária de migração do impresso para o digital, atribuindo a convergência e passando do pressuposto do que seria apenas uma tendência, inovando, conquistando e ampliando conhecimentos.

A certeza que temos é de que cada vez vivemos num mundo interligado. O futuro pertence à integração de mídias, e o jornalismo, como o design gráfico caminham juntos se adaptando a novas funcionalidades de texto e indo além da simples decoração das páginas, mas sim, propor um conteúdo completo e cada vez mais diversificado. Com base nas definições e conceitos consolidados nos tópicos acima, analisaremos como são aplicados os recursos técnicos, a dimensão da reportagem, a qualidade das narrativas e as características do webjornalismo que estão sendo aplicadas na narrativa da revista de maior alcance no mercado editorial brasileiro a revista Superinteressante, da Editora Abril.

4. METODOLOGIA

Para realizar esta pesquisa objetivos foram definidos para por fim, serem alcançados. A princípio foi necessário realizar a escolha do tema, neste caso houve interesse e identificação pessoal em estudar o jornalismo de revista, os meios digitais e a evolução na narrativa e da escrita no espaço digital. A escolha também se desencadeou devido ao crescente avanço tecnológico, que vem causando mudanças na forma de leitura e as constantes transformações na forma de produção de conteúdo, que migra do impresso ao digital convergindo.

Diante deste novo cenário de transformações, a velocidade na mudança de circulação de informações que estão sendo cada vez mais acessíveis e transitando de forma instantânea, através disso é possibilitada uma nova forma de fazer o jornalismo. Deste modo, esse estudo parte do seguinte problema: Se o conteúdo da versão digital da Revista Superinteressante se diferencia do jornalismo de revista impresso, se consegue ser longform (LONGHI, 2015) e apropriar-se da linguagem do jornalismo digital.

O objetivo desta pesquisa é, portanto, compreender como a Revista Superinteressante explora as possibilidades que o ciberespaço oferece conforme as características da linguagem do jornalismo digital e entender como são colocadas em prática as estratégias de narrativas longform para supostamente manter a profundidade, o texto literário e demais características do texto de revista impressa.

A escolha pela revista Superinteressante para o objeto de estudo se deve pela importância que a mesma tem no cenário jornalístico brasileiro, por ser uma renomada publicação, criada desde setembro do ano de 1987, e por se dizer inovadora, a Revista Superinteressante foi uma das pioneiras voltadas para dispositivos móveis.

Ao longo da análise, nos deparamos com a mera transposição do conteúdo da revista impressa para a sua versão digital. É possibilitado o acesso ao conteúdo em formato de PDF, por meio de download ou de plataformas de leitura online. Tendo em vista, a transposição do conteúdo da Revista Superinteressante impressa para o online, caracterizando a primeira fase do jornalismo digital. (BARBOSA, 2013). Sendo assim, partimos para a análise das reportagens disponíveis no site da revista.

O site da revista possibilita uma nova experiência de leitura para os seus assinantes, dispondo de conteúdos extras e exclusivos. A partir de então esta pesquisa parte para a análise e a compreensão ao identificar como e quais são as potencialidades que são aplicadas para repassar a informação de qualidade sem perder a essencialidade neste novo cenário, tendo como base as características provenientes do webjornalismo.

A metodologia desta pesquisa trata-se então de um estudo de caso. Ou seja, análise profunda e detalhada sobre o objeto, que será fundamental para o esclarecimento das perguntas deste estudo. O corpus desta pesquisa concentra-se na editoria de Sociedade do site da Revista Superinteressante, a qual levamos em consideração o foco em tratar temas atuais e que têm como objetivo propor a reflexão dos fatos da vida em sociedade. A escolha das reportagens a serem analisadas foram feitas de forma aleatória perpassando dias e levando em consideração a sua repercussão. As reportagens analisadas tem os seguintes temas, “Meu filho é um psicopata” que trata-se de um especial da editoria sociedade publicado em 29 de maio de 2019, “Quem é Greta Thunberg e o que ela representa” que ressalta a importância da participação desde cedo em causas de cunho social publicada no dia 27 de setembro de 2019 e a terceira e última reportagem com o título de “Petróleo nas praias do nordeste: o que já se sabe” publicada no dia 08 de outubro de 2019.

Sendo assim, diante do objeto escolhido para esta pesquisa, foram analisadas reportagens do site que teremos como categorias principais da análise a multimídia, a interatividade, o hipertexto e o estilo de narrativas longform.

4.1 A Superinteressante

A Editora Abril, é a responsável pela publicação da Revista Superinteressante, uma das pioneiras no quesito jornalismo para dispositivos móveis. Conhecida entre seus leitores como Super, a revista teve sua primeira edição impressa em setembro de 1987 e já mostrava um perfil inovador e segmentado. Na contemporaneidade, a revista se descreve como:

A SUPERINTERESSANTE é a maior revista jovem do País. Ela inova nas pautas com abordagens criativas para os temas que todos estão discutindo e antecipa tendências,

contando para o leitor, em primeiríssima mão, aquilo que vem por aí. SUPERINTERESSANTE é a revista essencial para entender este mundo complicado em que vivemos, ajudando a separar a verdade do mito, o importante do irrelevante, o novo do velho – tudo de forma surpreendente, provocativa e ousada.⁵

A Super vem ganhando espaço desde o seu lançamento. De acordo com Moraes, (2008, p.7), a priori a Superinteressante “tinha como objetivo divulgar curiosidades, e acontecimentos fantásticos de qualquer ramo do conhecimento, porém também tinha a intenção de ganhar o reconhecimento da sociedade científica, por isso dava mais ênfase a temas que envolviam as ciências naturais.” Com o passar dos anos e ao longo de suas edições, a Superinteressante foi passando por modificações e passou a abordar novos temas, novas abordagens e ampliando outras áreas de conhecimentos, propondo ao seu leitor a reflexão e o debate.

Atualmente, a Super é uma marca que atua em diversos segmentos, permitindo que seu público se conecte por vários canais. Com as inovações tecnológicas e o crescimento do conteúdo, a Superinteressante consegue concentrar todo o conteúdo na internet, seja de publicação impressa, textos exclusivos para a plataforma se adequando a todos os formatos de telas através do seu site, cujo domínio é (<https://super.abril.com.br/>). A revista passou por grandes reformas ao longo dos anos. No meio digital, ela passa a trazer uma narrativa jornalística convergente entre áudio, imagem e texto e mudanças na adaptação do conteúdo para blogs, produção de vídeos, bastidores da redação, atualizações de extras das matérias, buscando incorporar uma linguagem ainda mais dinâmica.

No site da Superinteressante é possível adquirir ou assinar a revista. Ao realizar a assinatura mensal é possível ter acesso a infinidade de conteúdos disponíveis no site, sendo permitido ao leitor, a possibilidade de fazer download, caso o leitor esteja no celular ou tablet, podendo assim acompanhar seu conteúdo em todo lugar. Se for de forma gratuita, o acesso é limitado a até 5 reportagens por mês, podendo acessa-las quantas vezes for necessário.

Explorando as novas oportunidades de mercado que vem se abrindo com a popularização da internet, a Superinteressante atende à demanda de migrar para novas tecnologias e ainda se manter relevante. Tendo em vista esse novo ambiente, é permitido ao leitor, a possibilidade de fazer download, caso o leitor esteja no celular ou tablet, podendo assim acompanhar seu conteúdo em todo lugar. Com isso percebemos que existe uma preocupação em estar buscando estratégias para se manter em um cenário novo. Já no site, a navegação do leitor acontece de forma intuitiva, por ser um conteúdo muito diverso, fica à disposição do leitor, optar e acessar conteúdos na ordem que quiser e se quiser, através do índice, considerando uma maneira de personalização de conteúdo em seu sexto grau, o adaptável para mudar. (LORENZ, 2011)

4.2 Análise de Reportagens

A seguir analisaremos alguns exemplos de matérias disponibilizadas no site da Superinteressante, onde iremos verificar se há a adequação das narrativas as características do Jornalismo Digital proposto no livro Webjornalismo - 7 caraterísticas que marcam a diferença, organizados por Canavilhas. Destacamos, a multimidiadilidade, hipertextualidade, interatividade e as narrativas longform. Estas apresentadas conceitualmente nas obras de Raquel Longhi (2015) e Sharp (2013).

O site da Superinteressante é multimidiático, e por isso necessita do desenvolvimento de uma linguagem jornalística específica. Ele é pensado para ser mais que um espaço de

5 ABRIL. Revista Superinteressante. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/superinteressante/revista/informacoes-gerais>> Acesso em 16 de Outubro de 2019.

transposição de informações, e sim idealizado para ser um mix de ideias e desenvolver conteúdos destinados especificamente aos seus assinantes, tentando ao máximo agradar ao seu leitor. As notícias do site são separadas por editoriais e a navegação ocorre de maneira intuitiva, as editoriais se distribuem em: ciência, comportamento, cultura, ideias, histórias, opinião, saúde, sociedade, tecnologia, testes dentre outras páginas que tendem a produzir conteúdo independente e exclusivo, como por exemplo, o Mundo Estranho e o Oráculo.

A escolha da editoria sociedade se deu por tratar de assuntos com temas relevantes que cotidianamente vem a nos propor a reflexão enquanto sociedade. No site, é possível encontrar algumas séries de reportagens especiais, uma delas é o especial feito em 29 de Maio 2019, atualizado em 30 maio 2019, por Eduardo Szklarz com o título de “Meu filho é um psicopata” A mente das crianças perversas.⁶ A reportagem trata de relatos de pessoas que entraram em contato com a Super falando sobre tema de maldade na infância. Com referências literárias, a reportagem analisada a seguir pontua questões já utilizadas no jornalismo de revista brasileiro, o jornalismo literário se destacou durante muito tempo por sua construção, onde os autores não tinham tanta preocupação com o conteúdo noticioso e sim em investir em contar histórias, fugindo do tradicional, descrevendo histórias de forma mais aprofundada e longa.

Figura 1: Print da reportagem do site da Superinteressante.



Fonte site da Superinteressante.

Nessa primeira reportagem analisada, podemos identificar que elementos textuais do jornalismo impresso são potencializados pelas características do jornalismo digital. Dentre elas, destacamos os recursos disponibilizados pela hipermídia que envolvem o hipertexto e a multimídia que se misturam e se completam com a narrativa de texto longform. O texto longo da revista, é ampliado nas narrativas da reportagem do site por meios dos hiperlinks. Com uma estrutura diferente do tradicional, o hipertexto possibilita ao leitor o acesso a outras páginas que contenham o mesmo tipo de informação, no jornalismo digital as conexões são pré-estabelecidas e por meio delas e a partir de múltiplas opiniões sobre o que já está sendo discutido é criada a construção de diferentes narrativas. Para Canavilhas (2014, p 05) “embora se insista na importância da não sequencialidade do hipertexto para possibilitar diferentes itinerários de leitura, defende-se que cada bloco informativo se autoexplique e seja relacional.”

Quando comparada a versão impressa, as fotografias estão dividindo espaço aos vídeos e aos hiperlinks. Mas, ainda assim, existe o uso de fotografias ou até mesmo ilustrações, como podemos identificar no exemplo da Figura 1 acima, deixando a reportagem mais lúdica. Entretanto, vale ressaltar que entre os recursos disponibilizados nem todos são sempre

⁶ <https://super.abril.com.br/especiais/meu-filho-e-um-psicopata/> Acesso em 8 de Outubro de 2019

utilizados, como por exemplo, destacamos que não há o uso de áudio e vídeo nesta reportagem, indo de encontro ao caráter multimídia proposto pelo site da revista e à linguagem do jornalismo digital que propõe o uso de recursos multimídia como o vídeo, para completar o texto e a foto. Ao apresentar personagens que relatam desafios pessoais, a reportagem traz valores sobre a necessidade de conhecimento do que está sendo discutido, despertando interesse e curiosidade por parte do leitor. A matéria apresenta ao todo nove casos diferentes, preocupando-se em conectar as histórias e preservar a identidade das fontes.

A segunda matéria da nossa análise também foi publicada na editoria sociedade no dia 27 de setembro de 2019. Produzida por Rafael Battaglia, com o título “Quem é Greta Thunberg – e o que ela representa”⁷, na matéria é descrito a atual importância da jovem ativista sueca e o que ela e seu discurso representam nos dias atuais. O pensamento crítico revela a intenção de despertar no seu leitor a curiosidade em saber mais pelo o que é atual.

Figura 2: Print da reportagem do site da Superinteressante.



Fonte site da Superinteressante.

Agregar multimedialidade, tem sido um dos diferenciais investidos nos portais e empresas jornalísticas. No caso da Superinteressante não é diferente, com um site responsivo e com destaque para as inúmeras possibilidades de uso, uma delas é a forma que é utilizado os recursos de vídeo dentro das narrativas. O encadeamento da construção da narrativa se estrutura ainda mais com o uso de recursos audiovisuais, imagens e vídeos são inseridos com o intuito de possibilitar ao leitor uma experiência completa de uso ao site e de entendimento sobre a reportagens. Como mencionado anteriormente, nem todas as reportagens contêm vídeos, no site existe uma aba específica somente para as produções exclusivas de material audiovisual, correlacionadas aos temas já abordados. Autores como Abadal e Guallar (2010) definem a multimedialidade como “a utilização conjunta de formas básicas de informação, isto é, texto, som e imagem fixa e animada, no mesmo ambiente e de forma justaposta ou integrada” (p. 42).

No que diz respeito à linguagem visual, as fotografias recortadas de outras redes sociais são utilizadas para apresentar os fatos que estão sendo ditos, ilustrando e complementando a narrativa. Por meio dessa conexão de informações, destacamos a quantidade de hiperlinks dentro da matéria, que fortalece o argumento de que graças ao seu uso, podemos romper a linearidade, dando maior poder ao interagente, porém, correndo o risco do utilizador se “perder” nos diversos caminhos que ele dispõe. Autores como Moraes e Jorge (2011, p.107), definem o hipertexto como “um modo de organização textual cuja função é unir sentidos”. Nas

⁷ <https://super.abril.com.br/sociedade/quem-e-greta-thunberg-e-o-que-ela-representa/> Acesso em 08 de novembro de 2019

matérias disponibilizadas no site da Superinteressante, o uso do hiperlink é imprescindível, em meio a tanta informação. Entretanto, ter links onde possa encontrar matérias relacionadas ao que se está lendo só traz benefícios ao leitor. Quanto a temática da reportagem e ao site em que o leitor está, a um desvínculo, onde o mesmo poderá navegar e encontrar mais informações fora do site que são mencionadas ao longo da matéria. João Canavilhas (2014) afirma que, é por meio de links ou hiperligação que o leitor é levado a outros blocos textuais, que contenham uma informação mais aprofundada. No caso dos hiperlinks dentro da matéria escolhida, eles redirecionam o leitor a sair da plataforma da Superinteressante e a visitar outros sites, como por exemplo, ao site do El País, Portal Terra, dentre outros, tirando o leitor de dentro da plataforma da Superinteressante.

A interatividade nas reportagens que estão no site da Superinteressante, acontece por meio de comentários. De forma geral, é permitido a veiculação de comentários realizados por pessoas que se identifiquem com o tema relacionado, ou que tenha alguma opinião a emitir acerca do assunto. Em todas as reportagens do site são disponibilizadas uma caixa de mensagens para que seja possível ao leitor, deixar um comentário ou realizar a interação por meio de contas em redes sociais, sendo redirecionados às suas contas pessoais. De acordo com Alejandro Rost, a interatividade é um dos pilares da linguagem do jornalismo digital. Entre os modelos de interatividade seletiva e comunicativa, destaca-se então “As possibilidades de comunicação e expressão que o utilizador tem entre os conteúdos do meio. Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros.” (ROST, p. 58)

Ao identificar a narrativa longform dentro do site, observamos características específicas já conhecidas do jornalismo impresso enriquecidas por recursos como a multimídia, como o resgate da qualidade, apuração e contextualização. Neste caso, há uma preocupação do repórter por identificar elementos, e ir além de responder às questões básicas do jornalismo impresso. Dispondo de um lead bem estruturado, direto e claro, as primeiras informações são detalhadas logo no primeiro parágrafo, como por exemplo explicando quem é, o que faz e como é a vida e atual luta de causa da Greta Thunberg, listando desafios e elencando que a adolescente sueca deseja para o futuro da humanidade. Levar qualidade e informação é um dos grandes destaques relacionados às práticas das narrativas exercidas dentro da Web. De acordo com os conceitos abordados por Sharp (2013), a longform digital engrandece pela mistura do texto bem elaborados, utilizando de recursos visuais e multimídia.

O modelo longform é um modelo em construção dentro do ambiente digital. Dispondo de uma narrativa da reportagem criativa e inovadora, onde é possível identificar elementos que convidam o leitor a ir mais fundo na leitura. A imersão no conteúdo, se dá através de um combo de multimídias e hiperlinks que são utilizados para contextualizar e aprofundar o tema tratado. O texto longo da revista, se insere por meio dessas ligações propostas.

A terceira reportagem escolhida para análise foi publicada no dia 08 de Outubro de 2019, feita por Ingrid Luisa com o título de “Petróleo nas praias do nordeste: o que já se sabe”⁸. Nela é discutida a situação dos óleos encontrados em mais de 132 praias do Nordeste e as possíveis causas. A reportagem inicia, buscando explicar as possíveis causas para esse desastre na fauna local, trazendo dados de órgãos responsáveis, tais como, Ibama, enriquecendo de forma quantitativa e qualitativa o conteúdo exibido na matéria. Por ser se tratar de um assunto que teve bastante visibilidade, a reportagem conta com atualizações de informações. Permitindo acrescentar de acordo com a necessidade e com o surgimento de novas informações. De acordo com (Ferrari, 2003, p. 22), “A mídia é nova e está em mutação, por isso o papel do

⁸ <https://super.abril.com.br/sociedade/petroleo-nas-praias-do-nordeste-o-que-ja-se-sabe/> Acesso em 12 de Outubro de 2019.

jornalista na internet é fundamental”. As reportagens são escritas, reescritas até se adaptarem a internet.

Figura 3: Print da reportagem do site da Superinteressante.



Fonte site da Superinteressante.

Relatando o factual, a diferença dessas reportagens são a multimídia. Ela se torna algo esperado, estabelecendo a conexão entre imagem e texto ganhando a liberdade de ilustrar o que já foi dito, sendo complementar ao processo de comunicação. De acordo com Longhi (2009), “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” (p. 192).

Figura 4: Print da reportagem do site da Superinteressante.



Fonte site da Superinteressante.

A amplitude e atualização constante da página na cobertura do fato supre a necessidade do leitor de consumir informações cotidianas de forma imediata. Com links diretos para o Instagram, a reportagem se preenche com uma cobertura online quase que imediata, disponibilizando em uma só página diversos vídeos de outras redes, mas que tratem e agreguem sobre o mesmo tema. Na internet o texto é transformado em hipertexto, o usuário é possibilitado a navegar de acordo com suas preferências, indo link a link sem ser de forma obrigada. Por se tratar de uma reportagem com causas e efeitos de alerta a sociedade, a importância do hiperlink

se torna imprescindível, tendo em vista que estes recursos são utilizados principalmente em textos longos, e que é por meio deles que a sociedade passa a ser alertada sobre onde existe praias atingidas pelos óleos e impróprias para o uso, além de ser possibilitando o acesso a outras informações que dizem respeito à notícia. A interação acontece por meio do compartilhamento e indicação de conteúdo de leitor para leitor, gerando engajamento. Outra forma dar interação acontecer, é através de recursos que permitem a aproximação entre leitor e o produtor, como por exemplo, através da troca de e-mails.

Com formatos de matérias que têm tamanho variado, a Super possui textos longos, que carregam características dos textos longform. Dentro da reportagem sobre as manchas de óleos nas praias do Nordeste, destacamos a multimidialidade por meio do uso de hiperlinks dando a continuidade para o assunto, agregando o texto com as imagens. Para Sharp (2013), a longform digital prospera misturando texto bem construído com visual elegante e recursos multimídia. Com um processo potencializador da contextualização de textos bem construídos e recheados de detalhes.

O que pudemos observamos, portanto, é que as reportagens do site da Superinteressante tentam ao máximo explorar as potencialidades das características do jornalismo digital. Tendo por fim, um melhor aproveitamento do espaço, rapidez de produção de conteúdo e no consumo, a revista mantém a qualidade na produção do jornalismo, que por sua vez, já era conhecido e conceituado desde sua versão impressa.

5. CONCLUSÃO

Com esta pesquisa, percebemos que a Superinteressante enquanto um modelo multimidiático de jornalismo, vem desempenhando um papel de constante redefinição jornalística na sociedade contemporânea a qual nos encontramos. Mesmo que não exista uma transição do conteúdo por completo do impresso para o digital, é através do uso dessas novas plataformas, que identificamos o exemplo de um amplo, novo e atual mercado jornalístico que está em constante expansão, onde empresas tendem a adotar narrativas imersivas e explorar as potencialidades desse novo meio de comunicação.

As revistas passam a explorar cada vez mais o mercado que se abre e populariza, percebendo que a inserção nesse meio é facilitada. Assim, os sites das revistas passam a ofertar ao seu leitor funcionalidades de multimidialidade como por exemplo, vídeos e galerias de fotos, a interatividade entre produtor e leitor. Todas essas potencialidades favorecem a maior identificação e atraem o leitor até conseguir estabelecer um relacionamento de fidelização.

O jornalismo que sempre esteve em uma realidade de transformação, readaptação e inovação. Diante disso, a revista tem utilizado dos outros meios de comunicação para integrar-se com o seu leitor, aumentando o alcance do periódico. A revista Superinteressante é um exemplo disso, estando em constante evolução dentro da rede de computadores, podendo coexistir, entre o impresso e a internet. Afinal, os ambientes são complementares e explorados de acordo com suas regras e necessidades.

O site da Superinteressante explora de forma aprofundada os recursos do jornalismo digital, mas tem a sua versão impressa como modelo de construção de identidade na página na web. Na maioria das reportagens do site, é possível encontrar links expansivos relacionados a temática, que se constituem como continuação do texto e acréscimos de dados, mas, é importante ressaltar que as reportagens são completas para a construção de sentido. A versão online possui uma atualização diária, aumentando a periodicidade de reportagens quando comparada a sua versão impressa. O site da Super reúne elementos multimidiáticos e uma linguagem pessoal que, de acordo com seu público, semeiam ainda mais a aproximação e a identificação do seu leitor.

Ao longo desta pesquisa podemos acompanhar a nova realidade do jornalismo, que é pensar sempre à frente para seguir sendo uma fonte de informação de qualidade. A partir das reportagens analisadas do site da Superinteressante identificamos que as modalidades comunicativas se expandem por meio de texto, foto e vídeo ampliando os recursos para uma melhor contextualização do tema apresentado e em busca de uma maior imersão do leitor, por meio do uso da linguagem do jornalismo digital e da narrativa longform. Também foi verificado que as narrativas tentam se apropriar das características da linguagem do jornalismo digital, como interatividade, multimidialidade e hipertextualidade.

Mas, essa apropriação parece ocorrer de forma pontual. Já que há reportagens que não contam sequer com vídeos. Ainda assim, parece haver a tentativa de apropriação da revista em meio às potencialidades que a nova mídia tem a oferecer se adequando aos desafios da cultura digital, que consistem, no caso das revistas, e para o jornalismo de forma geral em constante processo de adaptações quanto a sua, produção, edição, difusão e consumo.

Por fim, esse artigo se propôs a identificar a evolução da revista impressa para o ambiente digital, e por se tratar de um espaço novo, a reinvenção de práticas para além dos produtos impressos.

REFERÊNCIAS

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

BOAS, S. V. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Ed. Summus, 1996

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2012. (coleção comunicação).

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, J.A.; MASIP, Pere.— **Convergência Periodística. Propuesta de definición teórica y operativa. Documento de trabajo original e inédito elaborado para el proyecto—Convergencia digital en los medios de comunicación, 2007.**

Brasil. **Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2016.

QUINN, Stephen. **Convergent Journalism: an introduction**. Burlington, 2005.

FLORES, Ana Marta M. **Jornalismo de Inovação: um conceito múltiplo, 2017.**

JENKINS, Henry. **Cultura de Convergência, 2009.**

RAMALHO, José Antônio. **Mídias Sociais prática**. _____. –São Paulo. Ed. Elsevier, 2010.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. Editora Contexto, 2004.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características de marcam a diferença**. Livros LabCom, 2014.

LONGHI, R. **O turning point da grande reportagem multimídia**, 2014.

LONGHI, R.; WINQUES, K. **O lugar do longform no jornalismo online: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o assunto**, 2015.

SHARP, Naomi. **he future of longform**. he Columbia Journalism Review, 9 de dezembro 2013.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais**. In: CANAVILHAS, João (Org). **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013.

AGRADECIMENTOS

Depois de olhar durante alguns minutos para uma folha em branco, percebo que chegou ao fim esta etapa da minha vida que durou um pouco mais que quatro anos. E foi a partir da elaboração deste trabalho de conclusão de curso, que pude ter a oportunidade de olhar para trás e ver que tudo valeu a pena e perceber que levo muitas experiências e pessoas que conquistei durante esses anos de autoconhecimento.

Agradeço primeiramente à minha mãe, que sempre esteve do meu lado em todos os momentos e quem me incentivou a cursar o que sempre quis e esteve presente em toda a minha caminhada, a meus familiares que acompanharam de perto toda a minha graduação. A meu namorado e amigo, Jorge, por ser sempre meu ponto de equilíbrio, pela paciência e por estar do meu lado sempre. Não poderia deixar de agradecer a minhas amigas, em especial a Calina Araújo, Sabrina Cipriano e a Ingrid Vasiljevic que estiveram comigo durante esses anos, criando laços que com certeza irão ultrapassar a universidade. Agradeço aos demais colegas que ao longo da caminhada compartilharam conhecimentos, aos professores, em especial a professora Cássia Lobão por me dar a oportunidade de participar do projeto de extensão que despertou mais ainda a valorização cultural. A todos os professores que me proporcionaram momentos marcantes durante estes quatro anos, que incentivaram na escrita, na participação de projetos, de congressos e que serviram dia a dia como uma inspiração diária de profissionalismo. Dentro da universidade tive oportunidades de desenvolver atividades que me fizeram crescer e descobrir que eu também tenho meu lugar neste mundo. Pretendo levar vocês sempre comigo, onde quer que estejamos. Sempre seguindo em frente com nossos sonhos e vivendo como queremos viver.

Durante este período de mais de quatro anos dentro da universidade pude constatar que a mudança que queremos ver no mundo precisa partir primeiro de nós mesmos. Do mundo que temos dentro de nós. As experiências e pessoas que passaram na minha vida durante estes anos contribuíram, e muito, para eu poder entender isto hoje. Percebo que a Andreza que entrou na universidade, cheia de receios e dúvidas, e a Andreza que agora caminha para conquistar a vida que quer viver, disposta, a partir da minha profissão, poder aprender cada vez mais e através dos meus aprendizados perpassar estes conhecimentos aos outros, simplesmente tentando fazer o melhor de mim.