

## A REPORTAGEM NA INTERNET: uma análise das transformações narrativas do webjornalismo<sup>1</sup>

### LONGFORM REPORT IN INTERNET: an analysis of the webjournalism storytelling transformations

Branco Di Fátima<sup>2</sup>  
Tiago Lapa<sup>3</sup>

***Resumo:** A proposta deste artigo é refletir sobre as transformações narrativas do webjornalismo tendo a reportagem como objeto de análise. Adotamos a divisão do estudo do webjornalismo em três fases: primeira, segunda e terceira gerações. Esta classificação ajuda a reconstituir o processo de desenvolvimento das potencialidades da internet em diferentes etapas pelos media tradicionais. Defendemos que a reportagem tem na internet a melhor plataforma para o seu pleno desenvolvimento. Para sustentar essa hipótese realizamos o estudo de caso da reportagem *Amazônia Pública*, da agência Pública (2012), tendo como instrumento de análise a pirâmide deitada, de João Canavilha (2006).*

***Palavras-Chave:** Webjornalismo. Internet. Reportagem.*

---

#### Introdução: transformações do webjornalismo

O ofício jornalístico praticado ‘com’, ‘para’ e ‘na’ internet vem recebendo diferentes nomenclaturas no decorrer dos anos, como ciberjornalismo, jornalismo virtual, online, digital, eletrônico e outros. Cada qual aborda algumas das especificidades da notícia elaborada com o auxílio de computadores ou no ciberespaço, tanto do ponto de vista dos profissionais da área quanto dos públicos que o conteúdo noticioso é direcionado. Bastos (2010b, p. 1) define esse tipo de jornalismo como basicamente o “produzido para publicações na web por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações”. Assim, novos meios e mensagens “carregam em suas nomenclaturas características específicas sobre a plataforma a que estão conectadas” (CAMARGO e SILVEIRA, 2015, p. 214).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à DTI 11 – Estudos de Jornalismo do XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017.

<sup>2</sup> Branco Di Fátima é jornalista e doutorando em Ciências da Comunicação no Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL). É pesquisador associado ao Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES), com bolsa da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). E-mail: [gmfbranco@yahoo.com.br](mailto:gmfbranco@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Tiago Lapa é doutor em Sociologia e Professor Auxiliar do Departamento de Sociologia (ESPP) do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL). Também é pesquisador associado ao Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES). E-mail: [tiagolapasilva@gmail.com](mailto:tiagolapasilva@gmail.com)

A terminologia adotada neste artigo é a de webjornalismo, por versar especificamente sobre o jornalismo feito nas plataformas da *World Wide Web*, tal qual se apresentam os atuais portais de notícia ou os endereços de veículos de comunicação tradicionais na internet. Para Padilha (2010, p. 6), “temos que ter em mente inicialmente que webjornalismo se traduz na produção de notícia em suporte digital”, o que descarta a simples replicação de informações noticiosas criadas para os media analógicos nas plataformas online, apesar de a prática existir e ser frequentemente adotada. De acordo com Ramos e Spinelli (2007, p. 14), “fica claro que não se trata de transpor conteúdo, mas de oferecer ao leitor a ampliação e contextualização da notícia com mais profundidade”.

Vários autores, como Di Fátima e Winkes (2017), Bastos (2016) e Medeiros (2015), dividem os estudos do webjornalismo em três fases progressivas: primeira, segunda e terceira gerações. Essa classificação ajuda a reconstituir o processo histórico de desenvolvimento e de apropriação das potencialidades da internet em diferentes momentos pelos media tradicionais. Também aponta pistas sobre as tendências futuras do webjornalismo. Este artigo adota essa divisão para construir o percurso que permitiu o surgimento da reportagem enquanto gênero capaz de absorver as potencialidades do novo meio. Logo, defendemos que a reportagem tem na internet a melhor plataforma para o seu pleno desenvolvimento. Para sustentar a hipótese fizemos o estudo de caso da reportagem *Amazônia Pública*, da agência Pública, tendo como instrumento de análise a pirâmide deitada, de João Canavilha (2006).

## **Primeira geração: o início do povoamento**

O povoamento da internet pelos veículos de comunicação começou a ser gestado no final de 1980, mas as aventuras noticiosas no ciberespaço remontam à década de 1970. Nesse período, segundo Padilha (2010, p. 2), o New York Times já oferecia “serviços online com o seu conteúdo para assinantes que possuíam pequenos computadores”. A criação da primeira página na web de um jornal diário só aconteceria duas décadas mais tarde, em 1994, quando o San Jose Mercury, da Califórnia, nos Estados Unidos, lança a sua versão digital e dá início ao webjornalismo.

Em novembro do mesmo ano, o Brasil ganha sua primeira versão web de um veículo de comunicação tradicional. O Jornal do Commercio, especializado em economia, cria um website e, seis meses depois, é a vez do Jornal do Brasil inventar o seu lugar na internet. Em

Portugal, o Jornal de Notícias lança, em julho de 1995, a primeira página de webjornalismo do país. Dois meses depois, é a vez de o Público trilhar o mesmo caminho. A década de 1990 “ficou marcada pelo povoamento da internet pela imprensa, sobretudo pelos jornais”, falam Di Fátima e Winkes (2017, p. 62). Também nasceram na internet, por exemplo, o El Mundo (Espanha, 1994), La Nación (Argentina, 1995), Época (Chile, 1996) e La Prensa (Honduras, 1997). “Era popular entre os executivos desses jornais o conceito de que o negócio de um jornal não é botar tinta em papel, mas, sim, distribuir informação” (ALVES, 2001, p. Online).

Nessa primeira etapa do webjornalismo, os jornais ficaram caracterizados por publicar a sua versão impressa na internet (PINTO, 2016). Na maioria dos casos, as edições em papel já estavam disponíveis para leitura gratuita no próprio website do veículo. Na verdade, eram a “cópia do conteúdo de jornais existentes” (RAMOS e SPINELLI, 2007, p. 3). Mielniczuk (2004, p. 11) recorda que ao ler os “webjornais, há alguns anos, tinha-se a impressão de estar lendo o jornal impresso na tela do computador”. No fundo, os veículos tinham como objetivo simplesmente estar na rede; não havia um modelo de negócio e nem orçamento publicitário para o webjornalismo (DI FÁTIMA e WINQUES, 2017).

Alves (2001, p. Online) conta que “inventar o jornal na web foi tarefa essencialmente fácil”, já que os veículos tradicionais dispunham de estrutura física, equipes para a elaboração de conteúdos e apenas replicavam todas as notícias produzidas para o impresso na internet. A webreportagem existia desde 1997, como o lançamento de *Black hawk down*, do Philadelphia Inquirer, mas resumia-se a longos textos, à baixa interatividade e aos conteúdos multimédia para download.<sup>4</sup> Entretanto, “introduziu a combinação poderosa de recursos da internet e de técnicas jornalísticas que a maioria dos jornais online ainda não havia tentado” (ROYAL e TANKARD, 2004, p. 82).

### **Segunda geração: o despertar tecnológico**

A segunda fase do webjornalismo nasce sob o signo de um despertar tecnológico. “As potencialidades da internet começam a ser melhor aproveitadas” (DI FÁTIMA e WINQUES, 2017, p. 62). Muitos veículos já produziam conteúdos exclusivos para suas páginas web, que, aos poucos, deixavam de seguir a periodicidade dos media analógicos. Por outro lado, a ideia e a prática de republicar conteúdos ainda existiam, muito embora já tivessem perdido espaço

---

<sup>4</sup> Black hawk down: <http://inquirer.philly.com/packages/somalia/nov16/default16.asp> (último acesso: 2/10/2017)

para os novos princípios laborais em rede (BASTOS, 2016). Essa mudança estava associada à percepção da “internet como um meio de comunicação convergente, que tem a capacidade de absorver características de outros meios, ao permitir a utilização de textos, bases de dados, fotos, áudio, vídeo etc” (MIELNICZUK, 2004, p. 4).

Também na segunda etapa surgiram mitos de como os leitores consumiam o conteúdo publicado na internet (DI FÁTIMA e WINQUES, 2017). Entre as lendas mais comuns estava a de que as publicações em papel suscitavam mais atenção do leitor que o texto veiculado na web, ou, ainda, que os internautas não estavam dispostos a ler textos longos pelo ecrã do PC (FRANCO, 2009). “Alegando que o leitor normalmente está apressado ao ler informações na web, criou-se o conceito de que o texto deve ser curto” (PADILHA, 2010, p. 7).

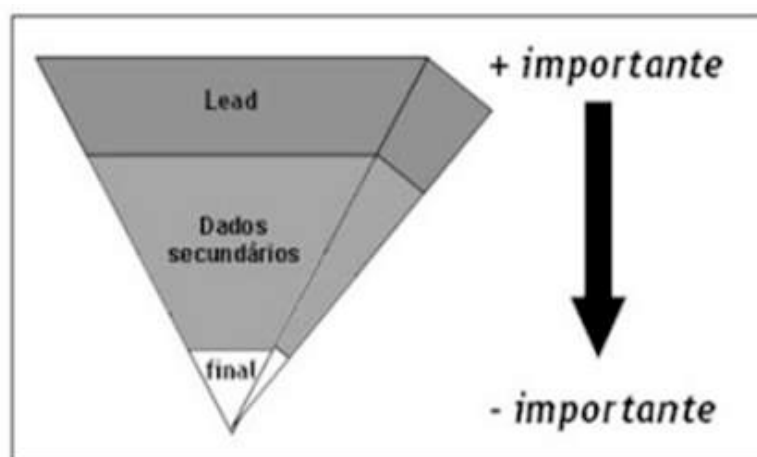
A bem da verdade, não existe uma diferença considerável entre a quantidade de textos lidos seja na internet, seja no papel. Essa hipótese seria confirmada pelo instituto Poynter, em novembro de 2006, durante testes com auxílio de equipamentos *Eye Tracking*. Para surpresa de muitos jornalistas, “os leitores online até leem mais texto independentemente da duração”, descobriu a investigação, embora estejam mais inclinados a se dedicarem às notícias curtas em qualquer formato. Os testes ainda revelariam que os leitores online leem, em média, 77% das notícias que escolheram, enquanto os leitores de tablóides leem só 57%. Os resultados do estudo mostram que 63% dos leitores online leram o texto escolhido até o fim, enquanto que no tablóide apenas 36% concluíram a leitura (POYNTER, 2007, p. Online).

Na contramão do que as investigações diziam, os mitos conseguiram fazer com que as técnicas de redação utilizadas no impresso também fossem amplamente adotadas na internet. “Foi com alguma naturalidade que o jornalismo na web se desenvolveu num modelo muito semelhante ao do jornalismo escrito, adotando as mesmas técnicas” (CANAVILHAS, 2006, p. 4). Dessa forma, a narrativa de uma notícia na web também é construída tendo em conta o conceito da pirâmide invertida, que classifica a ordem com que as informações aparecem no texto tendo em conta sua importância. É possível reconhecer o emprego da pirâmide invertida sempre que a “notícia começa pelos dados mais importantes – a resposta às perguntas o quê, quem, onde, como, quando e por quê – seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse” (CANAVILHAS, 2006, p. 5).

As técnicas da pirâmide invertida foram amplamente utilizadas no segundo período do webjornalismo e inúmeros são os autores que defendem sua adoção nas notícias criadas para a internet. Entre os mais proeminentes está Jakob Nielsen, que já listou a falta desse recurso

narrativo entre os dez erros mais frequentes em termos da usabilidade de um website. Nielsen (1996, p. Online) argumenta que, “agora na internet, a pirâmide invertida se torna ainda mais importante, uma vez que sabemos (...) que vários usuários não rolam as páginas, então eles muito frequentemente leem apenas a parte superior de um artigo”. Na visão de Nielsen, a não utilização da pirâmide invertida (Figura 1) pode fazer com que informações preciosas sejam ignoradas pelo leitor.

**Figura 1 – Modelo narrativo da pirâmide invertida**



**Fonte:** Canavilhas (2006, p. 5)

Em contrapartida, outros pesquisadores têm trabalhado em narrativas exclusivas para a internet, sobretudo na terceira fase do webjornalismo. Segundo Canavilhas (2006, p. 12), “a técnica da pirâmide, preciosa na curta informação de última hora, perde a sua eficácia em webnotícias mais desenvolvidas, por condicionar o leitor a rotinas de leitura semelhantes às da imprensa”. Já Bastos (2010a, p. 5) constata que os editores “procuram agora profissionais com destreza multimédia, pois reconhecem que a leitura de um jornal na internet, através do ecrã do computador, difere substancialmente da leitura do jornal de papel”, daí a necessidade de criar novos modelos narrativos para contar histórias reais.

### **Terceira geração: o nosso tempo**

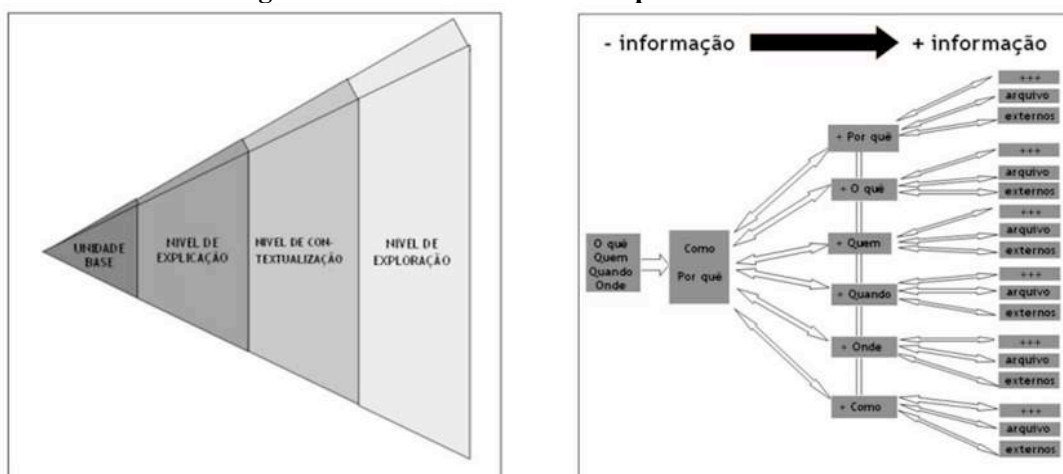
A terceira fase do webjornalismo já “reconhece a internet como um media detentor de características particulares” (DI FÁTIMA e WINQUES, 2017, p. 63). Entre as características dessa etapa, Pérez *et al* (2016), Freixa (2015) e Bastos (2010b) destacam a multimedialidade, hipertextualidade, interatividade. Esses conceitos foram intensamente pesquisados, mas ainda

é necessário explorar seus significados, já que “a elaboração de novos modelos de jornalismo a partir dessas potencialidades não é uma realidade facilmente identificável em grande parte dos estudos etnográficos” (STORCH, 2009, p. 3).

Podemos entender como hipertextualidade a capacidade de utilizar ligações dentro de um mesmo texto ou para outros textos, o que transforma os próprios hábitos ou as formas de leitura. Burke e Rowsell (2009, p. 107) analisam que, em um texto com links, “o caminho de leitura precisa ser construído pelo leitor” e, “ao ler online, você não sabe onde vai acabar”. A multimedialidade marca o caráter convergente da internet (BARBOSA, 2008). Sendo assim, é a capacidade de absorver e ressignificar as características até então de outros canais, como a utilização da palavra escrita, imagens, som e vídeo em simultâneo. Burke e Rowsell (2009, p. 107) interpretam a multimedialidade como apropriação de “diferentes modos de comunicação para criar um efeito, o ponto é que cada modo oferece determinados significados possíveis”. A interatividade pode ser definida como a relação estabelecida entre o emissor e o receptor da mensagem. “Falamos de interação humana (entre dois ou mais seres humanos) potencializada pela máquina” que, de alguma forma, pode “partilhar significado” (ZAMITH, 2008: 29).

A técnica de escrita e hierarquização da informação passaram por profunda mudança nessa terceira fase. Canavilhas propõe um novo conceito para a elaboração do texto na web e já é possível detectar exemplos da sua aplicação. Na pirâmide deitada (Figura 2), o conteúdo informativo está organizado em quatro camadas multimodais interligadas. Logo, “não há uma organização dos textos em função da sua importância informativa”, assim como na pirâmide invertida, mas “uma tentativa de assinalar pistas de leitura” (CANAVILHAS, 2006, p. 14).

Figura 2 – Modelo narrativo da pirâmide deitada



Fonte: Canavilhas (2006, p. 14-15)

O que diferencia as duas pirâmides, sobretudo, é que a invertida determina o caminho que deve ser percorrido pelo leitor para obter as informações que o jornalista acredita serem as mais importantes, ao passo que, a deitada, cria “uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação” (CANAVILHAS, 2006, p. 61). A pirâmide deitada tem 4 camadas horizontais e interligadas. A primeira, a *unidade base*, reúne as informações “essencial” do *lead* da notícia, ou seja, as respostas para: o quê, quando, quem e onde. Já na segunda, o *nível de explicação*, o texto complementa as informações da *unidade base* com as respostas para: por quê e como. O *nível de contextualização* disponibiliza mais informações sobre o assunto em formatos de vídeo, som, fotografias, gráfico interativo, tabelas, animação etc. A última camada, o *nível de exploração*, interliga os conteúdos da notícia ao banco de dados do webjornal ou a arquivos externos, que podem conter a íntegra de estudos, pesquisas, documentos, relatórios que foram utilizados na elaboração do conteúdo etc.

Esse modelo narrativo parece, nesta terceira fase, o mais rico para o webjornalismo, já que vários estudos têm constatado que a leitura digital respeita uma lógica diferente da leitura analógica (LAPA e CARDOSO, 2015; CAMEIRA, 2015; BURKE e ROWSELL, 2009; LIU, 2006). Segundo Storch (2009, p. 4), a leitura “despida de hierarquizações pré-estabelecidas permite ao navegador da rede não apenas refazer o caminho do autor do texto, mas, também, seguir a sua própria estrutura de leitura por entre os links, elaborando um outro universo de significação”. Mais do que não-linear, multilinear.

As técnicas da pirâmide deitada podem ser utilizadas para a construção de conteúdos informativos mais densos na internet, como a reportagem, que historicamente desdenhou das estruturas tradicionais do texto jornalístico. Gradim (2000, p. 60) argumenta que “nem todos os *leads* obedecem estas regras de construção [pirâmide invertida], e, no caso da reportagem (...), tal não é sequer desejável”. No entanto, a pirâmide invertida é ainda importante para os jornais diários, que dispõem de pouco espaço físico para cada artigo ou para as notícias de última hora, em que o processo de apuração está condicionado pela necessidade de divulgar o quanto antes uma informação, tendo em conta que a concorrência o fará dessa maneira.

### **Reportagem na internet: o retorno dos *homens do presidente***

Um jornal pode ser definido como uma publicação periódica (diária, semanal, mensal) que reúne um conjunto de informações de interesse público, divididas por seções (política, economia, cultura, desporto etc), no formato de imagens e palavras que, basicamente, narram

acontecimentos do cotidiano. Segundo Gradim (2000, p. 7), “a única coisa que o jornal faz, de forma rigorosa e fundamentada, é divulgar fatos atuais de interesse geral”. Já para fazê-lo, sobretudo, utiliza textos classificados por gêneros, como notícias, editorial, crônicas, críticas, resenhas, colunas, artigos de opinião etc (SODRÉ e FERRARI, 1986).

O gênero nobre do jornalismo é a reportagem, um texto que demanda mais tempo de pesquisa, apuração e produção do que a notícia de cotidiano e, por isso mesmo, ocupa espaço privilegiado nos meios de comunicação tradicionais (MORAES e JORGE, 2011). É “o relato mais extenso, abrangente e contextualizado” de uma história (NOBLAT, 2002, p. 81); “grau máximo de expressão da prática jornalística” (BARROS, 2015, p. 14). Para Gradim (2000, p. 87), “tal como a notícia, o propósito da reportagem é informar os leitores algum tipo de acontecimento”. O que diferencia os dois gêneros é que a reportagem procura tratar o assunto “exaustivamente”, enquanto a notícia trata de fatos do dia a dia de forma superficial. Por suas particularidades, a reportagem é também o gênero mais oneroso do jornalismo, de tal maneira que os veículos até evitam investir recursos financeiros para sua produção (KOVACS, 2016; FARAH, 2015).

A década de 1960 é reconhecida como o período áureo da reportagem. O surgimento do New Journalism daria fôlego para que novas narrativas fossem experimentadas um pouco por todos os cantos do globo, mas, sobretudo, nos Estados Unidos.<sup>5</sup> Jovens repórteres como Tom Wolfe, Jimmy Breslin, Hunter Thompson e Norman Mailer, no afã de se transformarem em romancistas, acabariam por criar uma forma de contar histórias reais em profundidade, ao unirem as linguagens literárias e as técnicas jornalísticas. Alguns dos textos produzidos nesse período são recomendados até hoje pelas escolas de comunicação social, como *Sinatra has a cold*. O perfil do cantor Frank Sinatra, escrito por Gay Talese e publicado na revista *Esquire*, no ano de 1965, tem uma impressionante riqueza de detalhes e as características psicológicas do retratado. O trabalho mais celebrado do New Journalism é *In cold blood*. Em novembro de 1959, o *New York Times* publicou uma notícia curta, com cerca de 300 palavras, sobre o assassinato de uma família na pequena cidade de Holcomb, no Estado do Kansas. O jornalista Truman Capote leu o artigo e se interessou pela história. Capote investigou o assassinato por

---

<sup>5</sup> O New Journalism é um movimento criado nos Estados Unidos, no final da década de 1950 e início de 1960, que utilizava a linguagem literária e as técnicas jornalísticas para contar histórias reais. Entre as suas características estava a profunda riqueza de detalhes ao descrever os fatos. A maioria das reportagens produzidas pelo movimento foi publicada em revistas e, algumas delas, acabaram transformadas em livros devido à profundidade da apuração e a forma da escrita.



cerca de quatro anos, o que resultou em oito mil páginas de anotações. A sua reportagem foi publicada originalmente em quatro partes pela revista *New Yorker*, em 1965. *In cold blood* foi transformada em livro no ano seguinte e ganhou adaptações para tevê e cinema.

Exemplos de reportagens bem sucedidas são numerosos em vários países, mas o Caso Watergate serviu para popularizar o gênero. Em junho de 1972, os repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein, do *The Washington Post*, foram destacados para cobrir o assalto ao Comitê Nacional do Partido Democrata, no Edifício Watergate, em Washington. O acontecimento, por si só, rendeu notícias de capa nos principais jornais americanos. Contudo, Woodward e Bernstein começaram a investigar a história e, após meses de trabalho, conseguiram provar que existia ligação da Casa Branca com o crime. A descoberta foi possível graças a uma fonte de informação, por muitos anos conhecida só como *Deep Throat*, que revelara que o então presidente dos Estados Unidos, o republicano Richard Nixon, conhecia os planos do assalto. A reportagem teve grande repercussão mundial e obrigou o presidente Nixon a renunciar em 9 de agosto de 1974.

A reportagem, que a partir de Watergate ficaria associada às profundas investigações sobre crimes, fraudes, violações dos direitos humanos etc, também acompanhou o jornalismo para a internet. De acordo com Negroponte (1996, p. 78), “de fato, a noção de *diga-me mais* é muito própria do multimídia e está na raiz do hipermídia”, o que fez com que esse gênero encontrasse na internet um campo fértil. Mielniczuk (2004, p. 11) descreve a webreportagem como “uma forma híbrida, que integra texto, gráficos clicáveis, áudio, fotos e vídeo, criando um conjunto compreensível e interativo para narrar fatos” em profundidade. Assim, como já acontecia nos veículos tradicionais, a reportagem na web também envolve um conjunto de profissionais na sua criação. Em grandes webjornais, quase sempre uma equipe é responsável pela apuração, redação, elaboração de animações, vídeos, fotografias, podcasts etc, ao ponto de alguns veículos já terem investido em núcleos de trabalho multimídia, como o *New York Times*, *El País*, *Zero Hora* ou *La Nación*.

Enquanto nos jornais impressos as reportagens ganham projetos gráficos específicos e em seções especiais, no webjornal podem ser criados hotspots com o intuito de construir um ambiente virtual de leitura condizente com as temáticas abordadas por cada projeto. Burke e Rowsell (2009, p. 17) explicam que “os textos digitais dependem mais prontamente do *design* e da representação da linguagem e, portanto, necessitam de um entendimento semiótico por parte do leitor”. As características da webreportagem citadas neste tópico estão presentes em

trabalhos como *Cayucos*<sup>6</sup>, do Clarín (Argentina); *Talking to the Taliban*<sup>7</sup>, do The Globe and Mail (Canadá); *Regreso a Macondo*<sup>8</sup>, do El Mundo (Espanha) e em muitos outros. Todavia, alguns veículos preferem publicar webreportagens sem o uso de páginas dedicadas, com nos casos de *130 anos de natureza numa semana*<sup>9</sup>, do Público (Portugal); *50 anos do golpe*<sup>10</sup>, de O Tempo (Brasil) ou *70 jours*<sup>11</sup>, do Rue89 (França).

A partir de 2012, a produção de reportagens para a internet passaria por uma ruptura com a veiculação de *Snow Fall – The avalanche at Tunnel Creek*, do The New York Times.<sup>12</sup> “Até à publicação de *Snow Fall*, o design e a estrutura visual das narrativas seguiam a lógica dos meios anteriores, com a justaposição de textos, imagens, sons e seções fragmentadas” (CANAVILHAS, BACCIN e SATUF, 2017, p. 337). Fruto do trabalho de 16 profissionais de diferentes campos do saber, essa reportagem “destacou-se não só pelo formato” hipertextual, multimídia e interativo, mas “também pela apuração detalhada” e pela “contextualização da tragédia” (DAMASCENO e SILVA, 2015, p. Online). O projeto do New York Times oferece ao leitor um texto de 18 mil palavras recheado por vídeos, fotos, áudios, animações e gráficos interativos sobre uma estrutura *parallax scrolling* (DI FÁTIMA e WINQUES, 2017).

Algumas dessas características também podem ser observadas em projetos anteriores, como é o caso da reportagem *Amazônia Pública*, da agência brasileira de jornalismo Pública. Embora não faça uso das técnicas de *parallax*, muitos dos elementos empregados pelo Times estavam presentes nesse projeto, com o texto longo e o envolvimento de grandes equipes para contar a história. As próximas páginas apresentam os resultados de um estudo de caso com *Amazônia Pública* e apontam algumas tendências da terceira fase do webjornalismo.

### **Amazônia Pública: breve estudo de caso**

A agência de jornalismo Pública veiculou, entre 28 de novembro e 13 de dezembro de 2012, uma série de reportagens sobre os impactos sociais, econômicos e ambientais gerados

<sup>6</sup> Cayucos: <http://edant.clarin.com/diario/2008/09/04/conexiones/especial.html> (último acesso: 1/10/2017)

<sup>7</sup> Talking to the Taliban: [www.v1.theglobeandmail.com/talkingtothetaliban/](http://www.v1.theglobeandmail.com/talkingtothetaliban/) (último acesso: 1/10/2017)

<sup>8</sup> Regreso a Macondo: [www.elmundo.es/especiales/cultura/gabriel-garcia-marquez/](http://www.elmundo.es/especiales/cultura/gabriel-garcia-marquez/) (último acesso: 2/10/2017)

<sup>9</sup> 130 anos de natureza numa semana: [www.publico.pt/temas/jornal/130-anos-de-natureza-numa-semana-26940376](http://www.publico.pt/temas/jornal/130-anos-de-natureza-numa-semana-26940376) (último acesso: 1/10/2017)

<sup>10</sup> 50 anos do golpe: [www.otempo.com.br/cmlink/hotsites/50-anos-do-golpe/](http://otempo.com.br/cmlink/hotsites/50-anos-do-golpe/) (último acesso: 2/10/2017)

<sup>11</sup> 70 jours: <http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-police-justice/20130110.RUE2349/70-jours-la-greve-sans-fin-des-sans-papiers-de-lille.html> (último acesso: 1/10/2017)

<sup>12</sup> Snow Fall: [www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek](http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek) (último acesso: 1/10/2017)

por projetos do governo brasileiro e empresas de mineração na região da floresta Amazônica. A série *Amazônica Pública* foi dividida em três partes intituladas, respectivamente, *Carajás*, *Madeira* e *Tapajós*.<sup>13</sup> Este tópico analisa a primeira parte dessa série (Figura 3), tendo como método o modelo narrativo da pirâmide deitada, de João Canavilhas (2006). O objetivo dessa exploração é identificar como as potencialidades da internet foram utilizadas para construir conteúdos informativos densos e proporcionar uma nova experiência de leitura em ambiente digital. *Carajás* foi elaborada por uma equipe multidisciplinar de 12 profissionais. Entre eles, jornalistas, fotógrafos, webmaster e editores de vídeo. A equipe trabalhou por quatro meses na pesquisa de documentos, apuração da história, escrita dos textos e criação do projeto web da reportagem. Durante a apuração, parte da equipe viajou para a região retratada e conviveu com os personagens da trama.<sup>14</sup>

Figura 3 – Home page da reportagem Carajás



Fonte: Agência Pública

### - Unidade base: as primeiras questões

*Carajás* foi publicada em um hot site construído com elementos gráficos e ícones que remetem à temática abordada, como zonas de mineração, estradas de terra, carvoarias etc. As informações estão organizadas em camadas interligadas por links e em dois menus (lateral e inferior). Os ícones das redes sociais (Facebook, Twitter e YouTube) estão posicionados na

<sup>13</sup> Amazônia Pública: [www.apublica.org/amazoniapublica](http://www.apublica.org/amazoniapublica) (último acesso: 1/10/2017)

<sup>14</sup> Carajás: [www.apublica.org/amazoniapublica/corrida-do-ferro/](http://www.apublica.org/amazoniapublica/corrida-do-ferro/) (último acesso: 1/10/2017)

parte superior da página como canais de interação com a agência Pública, mas todo conteúdo pode ser curtido, compartilhado e comentado diretamente no hot site.

A primeira página disponibiliza as informações da *unidade base* da pirâmide deitada, ou seja, as respostas para as principais perguntas de um *lead* jornalístico. Ao clicar no link *A terra prometida da Vale* é aberto um texto curto que, entre outros dados, apresenta ‘quem e o quê’: “uma investigação sobre como os grandes empreendimentos estão mudando a cara da região amazônica e a vida de seus habitantes”. Quando: até 2016 (...). Onde: “em 2,4 mil km de estradas entre o leste do Pará e o oeste do Maranhão”.

A *unidade base* apresenta de forma sucinta a temática proposta na reportagem. Logo, o leitor poderá tomar a decisão, ainda na home page, se prosseguirá com a navegação. Caso abandone *Carajás* nessa primeira camada, mesmo assim, já terá absorvido informações sobre o tema. Padilha (2010, p. 10) recorda que “cada leitor, ao estabelecer sua leitura, estabelece também uma determinada ‘linearidade’ específica”. É justamente essa possibilidade de seguir múltiplos caminhos que pode tornar, na web, a experiência da reportagem enriquecedora.

## - Nível de explicação: a segunda camada

Já o *nível de explicação* é um vídeo intitulado *O trem do ferro*<sup>15</sup>, com cerca de cinco minutos. Pode ser assistido diretamente no hot site, mas também está disponível no YouTube. Seu objetivo é complementar as informações dadas na *unidade base* e responder às perguntas restantes de um *lead* jornalístico: por quê e como. Essas questões são tratadas de forma mais aprofundada, o que indica a passagem entre níveis, na pirâmide deitada, de menos para mais informações. Outra das particularidades de *O trem do ferro* é o uso intensivo de um recurso chamado de Geradores de Caracteres (GCs). Os GCs são pequenos textos embutidos no vídeo para destacar informações que estão dispersas na voz do narrador ou para revelar dados que não fazem parte do texto. Esse recurso já era utilizado com parcimônia no telejornalismo para informar o nome, a profissão ou a residência de um entrevistado.

Os GCs de *O trem do ferro* reúnem três elementos multimídia (imagem, som, palavra escrita). O recurso tem sido empregado com muita frequência em webreportagens para criar, sobretudo, uma lógica mais dinâmica de leitura. O usuário é incentivado a sair da passividade de quem escuta e vê imagens em movimento para o ato de leitura. Ramos e Spinelli (2007, p.

---

<sup>15</sup> O trem do ferro: [www.youtube.com/watch?v=v0F7ERvs-rg](http://www.youtube.com/watch?v=v0F7ERvs-rg) (último acesso: 1/10/2017)

6) dizem que este tipo de uso foge completamente “do padrão convencional do telejornalismo e do próprio documentário”. Assim, também poderíamos estar diante de um novo subgênero do webjornalismo.

#### **- Nível de contextualização: a profundidade multimídia**

Canavilhas (2006) argumenta que o *nível de contextualização* é a camada da pirâmide deitada em que os elementos de multimedialidade estão mais presentes. No caso de *Carajás*, esse nível está organizado num menu lateral, que concentra mais quantidade de informações em formato de texto, vídeos, imagem e mapas. O menu na barra inferior contém, entre outras, as informações: Quem somos (profissionais, nome e função dentro do projeto), Parceiros (os links de 17 organizações, de oito jornais e do instituto que financiou a reportagem) e Contato: (e-mail, telefone e endereço físico da redação da agência Pública).

A passagem entre camadas nesta webreportagem é percebida na medida em que existe um aumento progressivo de informação (Figura 4). *Carajás* tem seis textos que aprofundam o tema referenciado nas camadas *unidade base* e *nível de explicação*. No conjunto, eles somam cerca de 20 mil palavras. Nesses textos estão embutidas 37 fotografias, com legenda, e quatro links internos que remetem a outras camadas da webreportagem. Outras 48 imagens, também com legenda, estão disponíveis no link Fotos e armazenadas no Flickr. Para Castilho (2013, p. Online), a extensão desse material pode indicar “que um dos novos papéis reservados para o exercício do jornalismo na era pós-industrial é o de contextualizador”. Aqui, a quantidade de informações trabalhar, justamente, no árduo exercício de apresentar um cenário complexo, personagens multifacetados e obras públicas de grande envergadura.

Dois vídeos compõem essa camada. Já os sublinks Documentos contêm, na íntegra, os estudos sobre os impactos ambiental e social dos projetos de mineração na Amazônia. Esses documentos, que foram utilizados para construção da reportagem, podem ser lidos no próprio hotsite ou na plataforma online Issuu.<sup>16</sup> Em ambos os casos eles estão em uma estante virtual *user friendly*. Na camada, seis mapas interativos mostram zonas de mineração e queimadas, estradas de terra, rios, florestas, hidroelétricas etc, que, em uma ótica de Negroponte (1996, p. 127), poderiam “tornar o artificial tanto ou mais realista que o real”. Nesse sentido, os mapas recriam a sensação geográfica aproximada da região percorrida pela equipe da reportagem, na

---

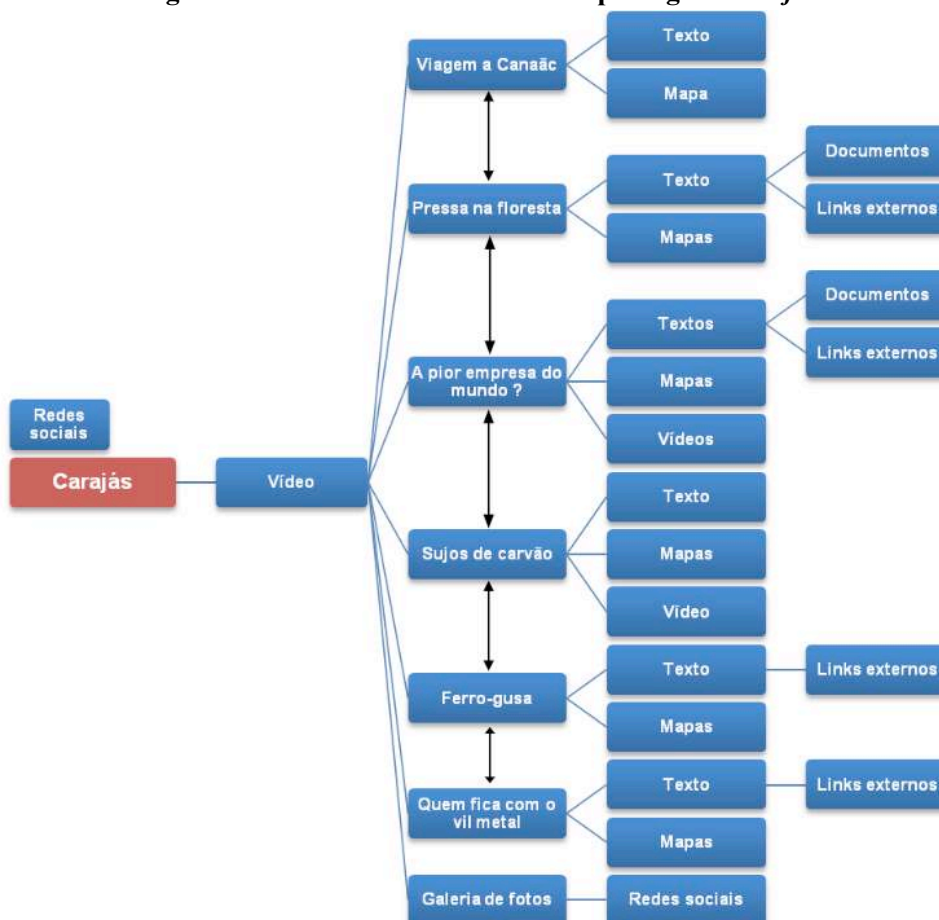
<sup>16</sup> Agência Pública no Issuu: <https://issuu.com/contato publica/docs> (último acesso: 2/10/2017)

medida em que a maioria dos leitores provavelmente não viajará até lá só porque teve acesso aos conteúdos informativos de *Carajás*.

**- Nível de exploração: além do dito jornalístico**

A última camada, o *nível de exploração*, interliga o conteúdo jornalístico de *Carajás* ao banco de dados de outras organizações. O caminho pode ser percorrido pelo leitor a partir de 25 links externos embutidos nos textos do *nível de contextualização*. Os bancos de dados, fora do hotsite da reportagem, disponibilizam documentos como processos judiciais, estudos acadêmicos, leis, pesquisas e notícias de outros veículos. Um dos relatórios disponíveis, por exemplo, foi encomendado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia brasileiro e tem mais de 90 páginas sobre os temas trabalhados na reportagem. Assim, *Carajás* oferece caminhos para que o leitor possa aprofundar-se no debate sobre os impactos gerados por projetos do governo e empresas na região da floresta Amazônica.

**Figura 4 – Estrutura narrativa da reportagem *Carajás***



Fonte: Elaboração dos autores



## **Considerações finais**

O estudo de *Amazônia Pública* parece mostrar que a reportagem encontrou na internet o melhor terreno para seu pleno desenvolvimento por três fatores. Primeiro, a articulação dos recursos de multimedialidade e hipertextualidade podem criar conteúdos jornalísticos densos, cumprindo, dessa maneira, o objetivo primordial desse gênero jornalístico: “tratar o assunto exhaustivamente” (Gradim, 2000, p. 87). Segundo, já o alto investimento financeiro dos media pode ser reavido com mais facilidade, sobretudo, porque, o tempo de exposição do conteúdo e a persistência da memória são maiores no ciberespaço do que em veículos tradicionais, nos quais a edição de hoje sepulta a de ontem. Terceiro, quando desenvolvida de forma criativa e em sintonia com as potencialidades do meio, a reportagem pode criar ambientes capazes de proporcionar novas experiências de leitura digital.

Os exemplos citados neste artigo demonstram que há uma tendência de popularização da reportagem em alguns países enquanto que, em outros, é possível encontrar a persistência de elementos marcantes da primeira e da segunda gerações do webjornalismo. Nesse sentido, resta saber se os jornalistas estão dispostos e preparados para desenvolver esse gênero nobre na internet. Certo é que tem crescido, nos últimos anos, o número de webjornais com equipes que trabalham exclusivamente em reportagem. Essa decisão vai de encontro com as reflexões de Nicholas Negroponte (1996, p. 78) que, “no mundo digital, o problema da profundidade / amplitude desaparece, e é de esperar que os leitores e os autores se movam mais livremente entre generalidades e especialidades”.

A reportagem parece ter encontrado na internet um espaço instigante para desenvolver suas características enquanto gênero noticioso. Esses novos espaços virtuais também podem ser um incentivo para que os utilizadores permaneçam, por mais tempo, conectados em site noticioso e pratiquem leituras profundas por intermédio dos ecrãs. Por sua vez, os jornalistas têm à disposição propostas narrativas como a de Canavilhas (2006). Apesar de já ter mais de dez anos, a pirâmide deitada se apresenta como alternativa para compor histórias multimédia, interativas e hipertextuais e, ainda, como um modelo de análise de projetos elaborados pela indústria da notícia.

Jornalistas com conhecimentos multimédia desempenharão importantes funções para o estabelecimento da reportagem na internet, principalmente à medida que criarem conteúdos inovadores sem se esquecerem dos cânones da profissão. O sucesso da reportagem *Carajás*

## ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação  
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

pode ser atribuído a três elementos primordiais do jornalismo e que, conseqüentemente, são a antítese do caminho percorrido pela maioria dos veículos de comunicação na Era da Internet. Primeiro, a capacidade de identificar a história para além da história. Segundo, um profundo comprometimento com a verdade. Terceiro, pela construção de uma narrativa envolvente e poética, só possível para repórteres com formação humanística, pensamento crítico e domínio das novas ferramentas tecnológicas de trabalho.

### Referências

ALVES, Rosental Calmon. Reinventando o jornal na Internet. **Sala de Prensa**, Ano 3, Vol. 2, N.º. 32, 2001. Disponível em: [www.saladeprensa.org/art236.htm](http://www.saladeprensa.org/art236.htm) (último acesso: 11/08/2017).

BARBOSA, Susana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. **Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online**, 2008. Disponível em: [www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008\\_Barbosa\\_RedUCMx.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008_Barbosa_RedUCMx.pdf) (último acesso: 10/05/2017).

BARROS, Cezar. A reportagem nas rádios comerciais de Natal-RN. Dissertação de mestrado, **UFRN**, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/20630> (último acesso: 10/05/2017).

BASTOS, Helder. Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2010a. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf> (último acesso: 5/05/2017).

BASTOS, Helder. Ciberjornalismo e narrativa hipermídia. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2010b. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-a-hipermedia.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-a-hipermedia.pdf) (último acesso: 5/05/2017).

BASTOS, Helder. Portugal. In: SALAVERRÍA, Ramón (Org.). **Ciberperiodismo en Iberoamérica**. Barcelona: Ariel, 2016, pp. 129-146.

BURKE, Anne e ROWSELL, Jennifer. Reading by design: Two case studies of digital reading practices. **Journal of Adolescent & Adult Literacy**, Vol. 53, N.º. 2, 2009, pp. 106-118.

CAMARGO, Isadora Ortiz de e SILVEIRA, Stefanie C. da. Ciberjornalismo e dispositivos móveis: características do jornalismo em mobilidade. **Atas do IV COBCIBER**, 2015, pp. 214-227.

CAMEIRA, Emanuel. A leitura digital no mundo: incursão por alguns estudos internacionais. In: CARDOSO, Gustavo (Org.). **O livro, o leitor e a leitura digital**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2015, pp. 157-189.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2006. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf) (último acesso: 5/05/2017).



## ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação  
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

CANAVILHAS, João, BACCIN, Alciane e SATUF, Ivan. Um ecossistema muito além do PC: a nova tessitura da narrativa na web. In: PEIXINHO, Ana T. e ARAÚJO, Bruno (Org.). **Narrativa e media: géneros, figuras e contextos**. Coimbra: IUC, 2017, pp. 317-344.

CASTILHO, Carlos. O jornalismo pós-industrial – parte 2. **Observatório da Imprensa**, 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/o-jornalismo-pos-industrial/> (último acesso: 10/06/2017).

DAMASCENO, Cecília e SILVA, Thiago. Reportagens multimídia: técnica do Snow Fall. **Convergência em Cena**, 2015. Disponível em: <http://aconvergenciaemcena.blogspot.pt/2015/12/reportagens-multimidia-tecnica-do.html> (último acesso: 12/04/2017).

DI FÁTIMA, Branco e WINQUES, Kérley. Reportagem multimédia na Folha e no Expresso: desafios e permanências. In: REIS *et al*, Ana Isabel (Org.). **Atas do 5COBCIBER**. Porto: ObCiber, 2017, pp. 57-76.

FARAH, Angela. Grande reportagem e especial multimídia: aproximações possíveis. **Atas do XIV IBERCOM**, 2015, pp. 6668-6678.

FIDALGO, Joaquim. Disputas nas fronteiras do jornalismo. **Digital Media Portugal**. Lisboa: ERC, 2016, pp. 35-47.

FRANCO, Guillermo. **Como escrever para a web**: elementos para a discussão e construção de manuais de redação online. Austin: Knight Center, 2009.

FREIXA, Pere. Reportajes especiales en los cibermedios. Análisis de diez años de Premios *Goya* y *Oscar* Awards en Elpais.com (2005-2014). **El Profesional de la Información**, Vol. 24, Nº 3, 2015, pp. 291-300.

GRADIM, Anabela. **Manual de jornalismo**. Covilhã: UBI, 2000.

KOVACS, Kasia. How to engage readers with digital longform journalism. **American Press Institute**, 2016. Disponível em: <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/engaging-longform-journalism/> (último acesso: 15/08/2017).

LAPA, Tiago e CARDOSO, Gustavo. Leitura digital, Internet e media sociais: uma análise comparativa. In: CARDOSO, Gustavo (Org.). **O livro, o leitor e a leitura digital**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2015, pp. 326-373.

LIU, Ziming. Print vs. electronic resources: a study of user perceptions, preferences, and use. **Information Processing and Management**, Vol. 42, 2006, pp. 583-592.

MEDEIROS, Gilberto. **Últimas notícias**: história do webjornalismo no século 20. Vila Velha: Praia Editora, 2015.

MIELNICZUK, Luciana. Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Intercom, 2004. Disponível: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/resumos/R0816-1.pdf> (último acesso: 13/08/2017).

MORAES, Francilaine M. e JORGE, Thais Mendonça. Gramática hipertextual: apontamentos sobre regularidades linguísticas no jornalismo digital brasileiro. **Intexto**, Vol. 1, Nº 24, 2011, pp. 103-114.

## ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação  
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

- NEGROPONTE, Nicholas. **Ser digital**. Lisboa: Caminho, 1996.
- NIELSEN, Jakob. Inverted pyramids in cyberspace. **Nielsen Norman Group**, 1996. Disponível em: [www.nngroup.com/articles/inverted-pyramids-in-cyberspace/](http://www.nngroup.com/articles/inverted-pyramids-in-cyberspace/) (último acesso: 13/08/2017).
- NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.
- PADILHA, Sônia. A contribuição do webjornalismo na construção da sociedade do conhecimento. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2010. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-padilha-webjornalismo.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-padilha-webjornalismo.pdf) (último acesso: 01/10/2017).
- PÉREZ *et al*, Eduardo G. Hacia la evolución de los géneros periodísticos: lenguaje para un medio periodístico digital. **ReIbCi**, Vol. 3, N° 5, 2016, pp. 145-156.
- PINTO, Júlio Costa. Contributions to the study of the relevance of the Web 2.0 on online newspapers in Portugal: casestudy. **European Scientific Journal**, Special Edition, April, 2016, pp. 32-40.
- POYNTER. **EyeTrack7**: a study of print and online news reading. São Petersburgo: Poynter Institute, 2007.
- RAMOS, Daniela O. e SPINELLI, Egle Müller. A reportagem multimídia no Clarín.com e a pesquisa por uma linguagem digital. **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Intercom, 2007. Disponível em: [www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0717-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0717-1.pdf) (último acesso: 01/10/2017).
- ROYAL, Cindy e TANKARD, James W. Literary journalism techniques create compelling Black hawk down web site, **Newspaper Research Journal**, Vol. 25, N° 4, 2004, pp. 82-88.
- SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria H. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. Rio de Janeiro: Summus, 1986.
- STORCH, Laura Strelow. A leitura ativa no jornalismo online: o fenômeno da interação hipertextual na organização da participação jornalística. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2009. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/storch-laura-leitura-ativa-jornalismo-online.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/storch-laura-leitura-ativa-jornalismo-online.pdf) (último acesso: 08/09/2017).
- ZAMITH, Fernando. **Ciberjornalismo**: as potencialidades da internet nos sites noticiosos portugueses. Porto: Afrontamento, 2008.