

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho**

**DO IMPRESSO AO DIGITAL:**  
os desafios da grande reportagem jornalística.

**Juiz de Fora**  
**Março de 2018**

**Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho**

**DO IMPRESSO AO DIGITAL:**

os desafios da grande reportagem jornalística

Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra.

Área de concentração: Comunicação e Sociedade

Linha de Pesquisa: Estética, redes e linguagens

Orientador: Prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta

Juiz de Fora  
Março de 2018

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Carvalho, Marina Aparecida Sad Albuquerque de.

Do impresso ao digital : os desafios da grande reportagem jornalística / Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho. -- 2018.

321 p. : il.

Orientador: Francisco José Paoliello Pimenta

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2018.

1. Digital. 2. Grande Reportagem Multimídia. 3. Multicódigos. 4. Dificuldades. 5. Pragmaticismo. I. Pimenta, Francisco José Paoliello, orient. II. Título.

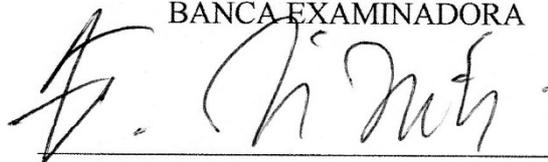
**Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho**

**Do impresso ao digital: os desafios da grande reportagem jornalística**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial a obtenção do grau de Mestra em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade

Aprovada em 13 de março de 2018

BANCA EXAMINADORA



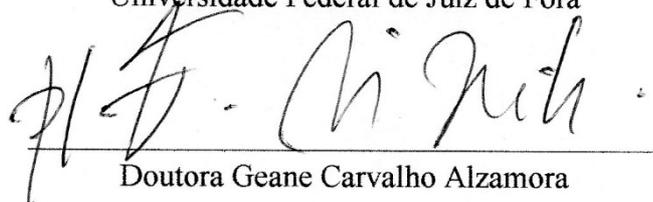
Doutor Francisco José Paoliello Pimenta - Orientador

Universidade Federal de Juiz de Fora



Doutora Soraya Maria Ferreira Vieira

Universidade Federal de Juiz de Fora



Doutora Geane Carvalho Alzamora

Universidade Federal de Minas Gerais

Aos meus sobrinhos, Bernardo e Vivian, que já  
nasceram em um mundo plenamente digital.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, que me proporciona a vida e me permite recomeçar a cada dia.

Ao meu esposo, meu principal incentivador e apoiador. Obrigada por acreditar em mim mais do que eu mesma acredito.

Aos meus pais, que me ensinaram a apreciar o conhecimento, dando sempre o próprio exemplo.

Aos meus irmãos (e aí incluo os cunhados), também sempre exemplos na minha vida, pelos momentos de desconcentração.

Aos meus sobrinhos, Bernardo e Vivian, que tornam tudo mais doce.

Ao Zé Roberto, companhia de todos os momentos de estudo.

A minha dindinha, por sempre se preocupar comigo, principalmente com a minha alimentação, para que eu ficasse forte e resistisse ao trabalho conjugado com o estudo.

A todos os que me concederam entrevistas ou responderam meus formulários para esta dissertação, mesmo com o tempo corrido.

Aos meus colegas de serviço que me apoiaram durante os dois anos de mestrado, em especial à amiga Nicole que “segurou as pontas” para que eu pudesse participar das atividades acadêmicas. Também ao diretor da Faculdade de Economia da UFJF, Lourival Batista de Oliveira Júnior, que me concedeu financiamento para realizar pesquisas em São Paulo e Belo Horizonte.

À UFJF, cuja bolsa Proquali de incentivo à qualificação de servidores me permitiu participar de congressos e adquirir materiais relacionados ao mestrado.

Aos primos Viviane, Ulisses, Davi e Lira que me hospedaram em Belo Horizonte para a realização das entrevistas na redação de O Tempo. Ao amigo Caio, que me hospedou em São Paulo para participação em congresso.

Ao meu orientador, Francisco Pimenta, pelos momentos de apoio acadêmico.

Aos alunos da disciplina Pesquisa em Comunicação, do primeiro semestre de 2017 (Facom/UFJF), onde fiz estágio docência, por me darem ideias de como escolher a amostra para testar a última hipótese.

A Mariana Corrêa, que fez a revisão de língua portuguesa e da formatação deste trabalho.

Um agradecimento muito especial aos meus amigos Gabi, Laura e Raphaela, por lerem a dissertação toda e dar sua opinião, e Rodrigo, por revisar e melhorar meu *abstract*.

Quando tiver que escolher entre estar certo e ser gentil, escolha ser gentil.

(R. J. Palacio, 2013, p.55)

## RESUMO

No contexto do digital, as grandes reportagens passam a ser construídas e disseminadas na internet, com múltiplos códigos, sendo denominadas Grande Reportagem Multimídia (GRM). O objetivo é pesquisar as dificuldades de empresas tradicionalmente do jornalismo impresso no planejamento, produção e distribuição da GRM. A dissertação foi estruturada a partir da metodologia Pragmaticista de Peirce e, por isso, propusemos três sub-hipóteses de acordo com a Primeiridade, Secundidade e Terceiridade da Fenomenologia deste filósofo. Na primeira sub-hipótese, estão as dificuldades relacionadas às características intrínsecas da reportagem multicódigos, como sofisticação de linguagens de programação, *softwares*, velocidade da internet, falta de tempo e de investimento financeiro. Na segunda, aparecem as dificuldades de representar os temas utilizando os múltiplos códigos do digital. Por fim, na terceira, posicionamos as dificuldades relativas aos efeitos interpretativos e a competência midiática dos usuários, como a compreensão de uma matéria multicódigos, a capacidade de interação e navegação. Para o teste das sub-hipóteses, realizamos entrevistas com repórteres, fotógrafos, editores, chefes de reportagens, *designers* e programadores dos jornais Folha de S.Paulo e O Tempo que participaram da construção de GRMs e aplicamos questionários aos usuários que compartilharam *posts* sobre as matérias no Facebook ou deixaram comentários nas postagens publicados pelas empresas. Os resultados apontam que os *softwares* e linguagens de programação são de fácil manuseio, sendo que os maiores empecilhos são velocidade da internet, falta de tempo e de recursos financeiros. Constatamos que, como os profissionais envolvidos na construção da GRM são originalmente do impresso, têm dificuldades para produzir reportagens com vários códigos, o que é parcialmente superado por meio do trabalho em equipe. Verificamos ainda que não há um parâmetro para a utilização dos códigos e, por isso, utilizamos a teoria das Matrizes da Linguagem e do Pensamento para refletir sobre como as linguagens geradas na hibridização dessas matrizes tendem a representar seus objetos. Por fim, percebemos que os diversos códigos despertam sentimentos e ajudam na compreensão da temática. Não constatamos dificuldade de interação ou navegação, e os usuários até mesmo percorrem a GRM fazendo seu próprio caminho. Eles compartilham a matéria ou deixam comentários em *posts* nas redes sociais, mas não utilizam ferramentas para modificação da reportagem, não sabem como foi construída, mas percebem que os jornais defendem um ponto de vista.

**Palavras-chave:** Digital. Grande Reportagem Multimídia. Multicódigos. Dificuldades. Pragmaticismo.

## ABSTRACT

In the digital context, the large reportages begin to be built and disseminate over the internet, with multiple codes, being called Multimedia Large Reportage (MLR). The main goal is to research the difficulties that press media companies, which traditionally worked with printed newspaper, face regarding MLR planning, production and distribution. The thesis was structured based on Peirce's Pragmatism's Methodology and, therefore, we propose three sub-hypothesis in accordance with his Phenomenological categories of Firstness, Secondness and Thirdness. When it comes to the first sub-hypothesis, there are the difficulties related to the inherent features of multicode reportage, as language sophistication of programming, software, internet speed, lack of time for production and financial issues. The second one sets the difficulties of representing themes using the digital multiple codes. Ultimately, in the third one, we pose the difficulties related to the interpretative effects and the users' media expertise, such as the understanding of a multicode feature, and the interaction and browsing capacity. For the sub-hypothesis trial, we conducted interviews with reporters, photographers, editors, reportage leaders, designers and programmers from both Folha de S. Paulo and O Tempo newspapers who had joined the development of MLR and we applied questionnaires to the users who had shared posts or comments on the posts through Facebook, because of the articles and features previously mentioned. The results indicate that the software and the programming languages are easy of handling, which targets the internet speed, production's lack of time and financial issues as the main obstacles. We realized that, as the involved professionals in the MLR development are originally from the print paper world, difficulties are experienced when it comes to producing features with several codes, which is partially overcome by the team's effort and hard work. We even verified that there is no parameter for the codes utilization, thus, we chose the Matrices of Language and Thought Theory to ponder on how the languages generated through the hybridization of those matrices tend to represent their subjects. In conclusion, we noted that many of those codes arouse feelings and help the theme's understanding. The interaction and browsing difficulties were not evidenced, and the users even navigate through the MLR their own way. They share the feature or leave comments on social media posts, although they do not use tools to modify the article, they do not know how it was developed, but they can perceive that the papers defend a specific point of view.

**Key-words:** Digital. Multimedia Large Reportage. Multicodes. Difficulties. Pragmatism's..

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Elementos multimídia das reportagens analisadas .....	36
<b>Tabela 2</b> - Domicílios segundo acesso à internet, por região (2015) .....	56
<b>Tabela 3</b> – Proporção de usuários de internet por equipamentos usados para usar a rede, por classe social .....	59
<b>Tabela 4</b> - Classificação dos signos segundo a Semiótica de Peirce .....	102
<b>Tabela 5</b> - Substituição dos tipos de signos pelos seus equivalentes.....	104
<b>Tabela 6</b> - Diagrama das três matrizes e suas modalidades.....	108
<b>Tabela 7</b> - Interatividade Seletiva X Interatividade Comunicativa .....	164
<b>Tabela 8</b> - Cruzamento dos interpretantes emocional, energético e lógico com as dimensões da competência midiática .....	179

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Proporção de domicílios com acesso à internet, por classe social (2008-2015) ...	56
<b>Gráfico 2</b> - Proporção de usuários de internet, por dispositivo utilizado para acesso individual (2014-2015) .....	58

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Evolução dos produtos noticiosos hipermidiáticos .....	29
<b>Figura 2:</b> Imagem de abertura da reportagem Um Adeus ao Rio Doce .....	101
<b>Figura 3:</b> Imagem de abertura da reportagem A Batalha de Belo Monte .....	103
<b>Figura 4:</b> Imagem de abertura de Era Uma Vez Um Pequeno Guerreiro .....	116
<b>Figura 5:</b> Funcionamento de uma usina a fio d'água .....	119
<b>Figura 6:</b> Funcionamento do contrabando.....	120
<b>Figura 7:</b> Doenças que acometem os motoristas profissionais.....	121
<b>Figura 8:</b> Exemplos de fotografias em Belo Monte.....	123
<b>Figura 9:</b> Exemplos de fotografias em Crime sem Castigo.....	124
<b>Figura 10:</b> Exemplos de fotografias em Crise da Água .....	125
<b>Figura 11:</b> Exemplos de fotografias em O Golpe e a Ditadura .....	126
<b>Figura 12:</b> Exemplos de fotografias em Menino de Abrigo.....	127
<b>Figura 13:</b> Exemplos de fotografias em Morte Invisível.....	128
<b>Figura 14:</b> Exemplos de Fotografias em Era Uma Vez Um Pequeno Guerreiro .....	129
<b>Figura 15:</b> Exemplos de fotografias em Um Adeus ao Rio Doce .....	130
<b>Figura 16:</b> Geologia da Volta Grande do Xingu .....	132
<b>Figura 17:</b> Partidos dos governadores eleitos diretamente em 1982.....	132
<b>Figura 18:</b> Postos de Alfândega no Brasil.....	133
<b>Figura 19:</b> Transposição do Rio São Francisco.....	134
<b>Figura 20:</b> Fotografia de Lalo de Almeida .....	135
<b>Figura 21:</b> Fotografia de Lincon Zarbiatti.....	136
<b>Figura 22:</b> Mortos e desaparecidos na Ditadura Militar.....	137
<b>Figura 23:</b> Seta .....	138
<b>Figura 24:</b> Dedo Indicador .....	138
<b>Figura 25:</b> Setas girando .....	138
<b>Figura 26:</b> Figura dúbia pato-lebre.....	139
<b>Figura 27:</b> Comparação entre ditaduras na América do Sul.....	153
<b>Figura 28:</b> Acolhimento institucional em Belo Horizonte .....	153

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	21
<b>2 CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS À PRODUÇÃO DO JORNALISMO MULTICÓDIGOS</b> .....	45
<b>2.1 Os softwares e as linguagens de programação utilizados</b> .....	45
2.1.1 Capacitação de profissionais e aquisição de softwares e tecnologias .....	48
2.1.2 Problemas para além da capacitação e da aquisição de ferramentas.....	50
2.1.3 A internet no Brasil .....	55
<b>2.2 O grau de prioridade do jornalismo multicódigos para a empresa jornalística</b> .....	59
2.2.1 Tempo disponibilizado para a produção .....	63
2.2.2 Os recursos financeiros aplicados na construção da GRM .....	65
2.2.3 A crise do jornalismo .....	66
<b>3 OS PRODUTORES DO JORNALISMO MULTICÓDIGOS</b> .....	75
<b>3.1 O planejamento da Grande Reportagem Multimídia (GRM)</b> .....	75
<b>3.2 As redações convergentes e o trabalho multidisciplinar</b> .....	77
3.2.1 Jornalista multitarefa ou trabalho em equipe?.....	80
3.2.2 Como ocorre na prática .....	86
<b>3.3 Características de um jornalista multiplataforma</b> .....	90
<b>3.4 A escolha dos códigos que representam os temas</b> .....	93
<b>3.5 Os diferentes signos e suas significações para Peirce</b> .....	100
<b>4 AS MATRIZES DA LINGUAGEM E DO PENSAMENTO APLICADAS NA GRM</b> .....	107
<b>4.1 A Matriz Sonora</b> .....	108
4.1.1 A Primeiridade da Matriz Sonora.....	109
4.1.2 A Secundidade da Matriz Sonora.....	110
4.1.3 A Terceiridade da Matriz Sonora .....	111
<b>4.2 A Matriz Visual</b> .....	113
4.2.1 A Primeiridade da Matriz Visual .....	115
4.2.2 A Secundidade da Matriz Visual.....	117
4.2.3 A Terceiridade da Matriz Visual .....	136
<b>4.3 A Matriz Verbal</b> .....	140
4.3.1 A Primeiridade da Matriz Verbal .....	141
4.3.2 A Secundidade da Matriz Verbal .....	143
4.3.3 A Terceiridade da Matriz Verbal .....	146

<b>4.4 A hibridização das matrizes</b> .....	150
4.4.1 Linguagens sonoro-verbais (orais).....	151
4.4.2 Linguagens visuais-sonoro.....	151
4.4.3 Linguagens visuais-verbais.....	152
4.4.4 Linguagens verbo-visuais-sonoras.....	153
4.4.5 Nas GRMs estudadas.....	155
<b>5 OS USUÁRIOS DO JORNALISMO MULTICÓDIGOS</b> .....	157
<b>5.1 O empoderamento da audiência</b> .....	157
5.1.1 Um pouco mais sobre interatividade.....	161
5.1.2 Lógica de comunicação híbrida da internet.....	165
<b>5.2 Outros estudos sobre os usuários na GRM</b> .....	166
<b>5.3 A expectativa dos produtores para os usuários</b> .....	173
<b>5.4 Os interpretantes de Peirce e as dimensões de Ferrés e Piscitelli</b> .....	175
5.4.1 Os interpretantes para Peirce.....	175
5.4.2 As seis dimensões da Competência Midiática.....	176
5.4.3 Métodos e técnicas.....	177
<b>5.5 Resultados</b> .....	180
5.5.1 Interpretante Emocional.....	181
5.5.2 Interpretante Energético.....	185
5.5.3 Interpretante Lógico.....	190
5.5.4 Principais resultados obtidos.....	193
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	195
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	204
<b>APÊNDICES</b> .....	214

## 1 INTRODUÇÃO

O objetivo desta dissertação é pesquisar os desafios enfrentados por empresas jornalísticas tradicionalmente do impresso para o planejamento, produção e distribuição da grande reportagem jornalística no suporte digital. Especificamente, queremos descobrir em que medida fatores técnicos como largura da banda da internet, *softwares* e linguagens para estruturação e apresentação de conteúdo na *web* comprometem a disseminação de um jornalismo que utiliza todas as potencialidades do meio digital. Também queremos pesquisar qual o grau de prioridade econômica esse novo formato jornalístico possui nas empresas e quanto tempo os profissionais têm para sua produção. Além disso, consideramos necessário investigar se os jornalistas são capazes de produzir matérias com os múltiplos códigos<sup>1</sup> disponíveis no digital. É importante, ainda, descobrir se o público está preparado para compreender estas matérias multicódigos e verificar se os usuários possuem competência midiática, como para navegar e interagir, entre outras, em uma reportagem com imbricação de linguagens.

Tais questões nos parecem importantes, porque a rápida expansão do digital tem provocado modificações que não podem ser deixadas de lado. “(...) A digitalização dos meios de entrega representa uma mudança fundamental do sistema analógico no qual diferentes meios eram entregues através de diferentes tecnologias, algumas tendo muito pouco a ver com o conteúdo ou a natureza do meio”, considera Pavlik (2012, locais do Kindle 322-323, tradução nossa)<sup>2</sup>. Isso porque, conforme o autor, os conteúdos de todas as mídias no meio digital são, na verdade, códigos binários, os bits, 0 ou 1, e, assim, passam a chegar aos usuários por meios digitais de entrega. Johnson (2001) acrescenta que um computador age por pequenos pulsos de eletricidade que significam “ligado” ou “desligado”, 0 ou 1.

Os códigos binários, ou representação numérica, também são uma das cinco características do digital listadas por Manovich (2001). Junto dela está a modularidade que permite conteúdos com partes separadas ou separáveis, o que gera inúmeras combinações:

---

<sup>1</sup> Por códigos compreendemos todos os elementos utilizadas em um processo comunicacional, como som, imagens fixas ou em movimento e discurso. O termo é utilizado como sinônimo de linguagem na forma proposta por Santaella (2005). A autora defende que existem três matrizes da linguagem e do pensamento - sonora, visual e verbal. As hibridizações entre as matrizes originam todas as demais linguagens possíveis na comunicação. Detalharemos o assunto no capítulo 3.

<sup>2</sup> Pavlik (2012) lista 12 mudanças dos meios na era digital, sendo a primeira delas a modificação na distribuição do conteúdo. Além do argumento que expusemos acima, o autor diz que a modificação na distribuição é o que sustenta todos os demais aspectos, como interação da audiência, modelos de negócios e regulação da mídia. Ele acrescenta que os meios de distribuição também são fundamentais para todas as transformações na era digital, como estruturação da propriedade, dispositivos de acesso, organização dos usuários e, novamente, regulação dos meios.

imagem em movimento com som, galeria de fotos com legendas ou com narrações. Os bits, unidos à modularidade, fornecem automação à mídia digital. Isso significa que, ao clicarmos em um link, seremos destinados a uma página específica, previamente determinada. Essa ação ocorre porque o meio digital é programado para verificar a ação e acionar um módulo a partir dela. Além disso, no digital, há a variabilidade e, portanto, a possibilidade de mudanças constantes no produto, o que era impensável no analógico. Por fim, a transcodificação é o que transforma os bits em uma interface reconhecível e passível de interação para os homens (MANOVICH, 2001). Por causa de todas essas características, o meio digital pode ser explorado para produções que utilizem múltiplos códigos.

Detalhando o que Manovich chama de transcodificação, Johnson (2001) lembra que, para haver comunicação entre humanos e computadores, é necessário uma linguagem comum, possível por meio da interface. “Em seu sentido mais simples, a palavra se refere a *softwares* que dão forma à interação entre usuário e computador” (JOHNSON, 2001, p. 24). Johnson (2001) vê na transcodificação uma transformação cultural, pois o computador passa a ser, não somente uma máquina mecânica de causa e efeito, mas simbólica, que lida com representações e sinais. O autor acrescenta que, na maioria das vezes, essa capacidade de representação ocorre por meio de metáforas, como a pasta do computador que faz alusão a uma pasta física, e são como idiomas e, por isso, relativamente simples.

Johnson (2001, p. 33) considera que a interface modifica a forma como lidamos com o computador, antes manuseado pelas linhas de comando do DOS<sup>3</sup>, mas, sobretudo muda “outros domínios da experiência contemporânea de maneiras mais improváveis, mais imprevisíveis”, e aqui nós exemplificamos com as modificações que a interface promoveu na comunicação e no jornalismo, conforme veremos nesta dissertação. Assim, ele reconhece uma cultura da interface, pois essa metáfora, como o pesquisador a descreve, estará (ou talvez já esteja) presente em várias esferas da sociedade, como o trabalho, o lazer, a família, a política, a economia, entre outras.

O que se segue é uma tentativa de ver esses vários desenvolvimentos como exemplos de uma idéia mais ampla, uma nova forma cultural que paira em algum lugar entre meio e mensagem, uma metáfora que vive no submundo entre o produtor e o consumidor de informação. A interface é uma maneira de mapear esse território novo e estranho, um meio de nos orientarmos num ambiente desnorteante (JOHNSON, 2001, p. 44).

---

<sup>3</sup> Antes do Windows, o computador não tinha uma interface gráfica, e o diálogo com esta máquina acontecia por meio do sistema DOS, no qual era necessário decorar e digitar comandos.

Com essa ideia concorda Manovich (2013), que fala sobre uma cultura do *software*, este como um novo meio que nos permite pensar diferente. Assim como Johnson, Manovich (2013) percebe que o *software* atualmente é uma camada que permeia a sociedade, como um motor da cultura. Podemos falar então em “*softwares* culturais”, como os que criam, editam e organizam conteúdo (Word, Power Point e Photoshop, entre outros), denominados *software* de mídia. Além deles, Manovich (2013) também fala sobre os *softwares* para distribuição, acesso e combinação de conteúdo de mídia na *web* (como Google Chrome, Wordpress e Youtube), denominados *softwares* para acesso de conteúdo. Para ele, as próprias interfaces como ícones, pastas e *touch screens*, também entram na lista de *softwares* culturais, porque fazem a mediação dos meios com outras pessoas. O pesquisador esclarece:

Para resumir: nossa sociedade contemporânea pode ser caracterizada como uma sociedade do *software* e nossa cultura pode ser justificadamente chamada de cultura do *software* - porque hoje o *software* desempenha um papel central na formação de elementos materiais e de muitas das estruturas imateriais que compõem a "cultura". (MANOVICH, 2013, p.33, tradução nossa).

Assim, para o autor, mais do que simular as mídias analógicas anteriores, o computador e os *softwares* culturais criaram uma nova mídia, na verdade, uma metamídia, usando propriedades antigas e novas que se misturaram. Além disso, ela é expansível, pois permite também aos usuários adicionar novas propriedades (propriedades compreendidas como os atributos dos *softwares*) e criar novas mídias. “A ‘softwarização’ virtualiza as técnicas já existentes e adiciona outras muitas novas. Todas essas técnicas juntas oriundas do ‘computador metamídia’” (MANOVICH, 2013, p. 335, tradução nossa). Conforme a proposta de Manovich (2013) e Johnson (2001), percebemos, então, que o digital promove uma mudança cultural, a qual vamos estudar nas grandes reportagens jornalísticas.

## REMEDIAÇÃO, CONVERGÊNCIA, HIBRIDIZAÇÃO

Bolter e Grusin (2000), no contexto da digitalização, trabalham com os conceitos de imediação e hipermediação como sinônimos de transparência e opacidade, ambas como faces da remediação. Na imediação, o meio desaparece e nos deixa com aquilo que ele representa, como que em contato direto com o conteúdo, criando uma sensação de presença. Para se tornarem imediatos, os meios digitais buscam uns nos outros e também em seus antecessores analógicos. Assim, técnicas como a perspectiva linear, apagamento e

automaticidade próprios da pintura, fotografia, filme e televisão, são também utilizados pelos meios digitais.

Um exemplo claro de imediação é a realidade virtual, mas os autores dizem que isso também ocorre em uma videoconferência, a qual pode funcionar melhor do que uma conversa por telefone. A metáfora da interface, tratada por Jonhson (2001), para os autores, é uma forma de imediação na tentativa de tornar a interface mais natural do que arbitrária. Assim, o ato de arrastar com um mouse é como se nós mesmos estivéssemos utilizando nossas mãos, em uma tentativa de transparência.

Ao buscar a imediação, a hipermediação procura vários outros meios, multiplicando espaços e mídias e redefinindo as relações entre eles, da justaposição à completa absorção. Ao contrário da imediação que quer dar transparência e mostrar homogeneidade, a hipermediação é uma forma de representar e deixar a representação visível em um espaço heterogêneo. “A lógica da hipermediação multiplica os sinais da mediação e, dessa maneira, tenta reproduzir a rica experiência sensorial humana” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 34, tradução nossa). Ela procura manter um espaço visual como mediado ao mesmo tempo em que quer mostrar um espaço real por trás da mediação.

“Nas interfaces atuais, as janelas se multiplicam na tela: não é incomum para os usuários avançados ter dez ou mais janelas sobrepostas ou aninhadas abertas ao mesmo tempo. As representações múltiplas dentro das janelas (texto, gráficos, vídeo) criam um espaço heterogêneo e competem pela atenção do espectador. Ícones, menus e barras de funções adicionam mais camadas de significados visuais e verbais” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 32, tradução nossa).

A remediação é a representação de um meio em outro, para os autores, uma característica que define os meios digitais, e, nisto, podemos relacionar a remediação nos meios digitais com a metamídia descrita por Manovich (2013). Na remediação, as novas mídias apresentam-se como se fossem versões modernizadas e melhoradas dos meios antigos. A novidade dos meios digitais é a maneira como eles modernizam os meios antigos e como as próprias mídias anteriores se modernizam em resposta. Os novos meios digitais prometem reformular os antigos para trazer mais imediação, contudo, para Bolter e Grusin (2001), isso faz com que percebamos um meio como tal, ou seja, a imediação acaba gerando hipermediação.

Pode haver vários níveis de remediação, por exemplo, fotos e textos podem ser apenas colocados para *download* e o computador passa a ser uma nova forma de acesso aos conteúdos das mídias antigas. Nesse caso, o meio digital quer ser transparente, promovendo

um contato direto com o meio original, mas acaba presente, pois é necessário ao usuário clicar, por exemplo. Por outro lado, há também formas de remediação que querem enfatizar a diferença, por exemplo, quando o meio digital é apresentado como uma evolução do analógico, ainda que justificado pelo antigo meio e mantendo suas características. É o caso das enciclopédias quando começaram a surgir em CD-ROM que, além de texto e gráficos, traziam som, vídeo, busca eletrônica e links.

A remediação pode ser mais agressiva quando o meio digital tenta modernizar completamente as mídias antigas, mostrando a presença destas e criando uma multiplicidade ou hipermediações, como nas interfaces com várias janelas que apresentam conteúdos de meios analógicos diversos. No ponto mais extremo, o meio digital remedia absorvendo completamente o antigo e, assim, reduzindo as discontinuidades entre eles, contudo, Bolter e Grusin (2000) dizem que o novo meio continua dependendo do antigo. Aqui, a busca é mais por transparência e uma interação que pretende apagar a mediação. Um último tipo de remediação apresentado é aquele que acontece dentro de um mesmo meio, como um filme sobre outro filme, o que ajuda a compreender a representação nas mídias anteriores.

Bolter e Grusin (2000, p. 53, tradução nossa) consideram que a “hipermídia e os meios transparentes são manifestações opostas do mesmo desejo: o desejo de ir além dos limites da representação e atingir o real”, sendo que o “real é definido em termos da experiência do espectador; isso é o que pode evocar uma resposta emocional imediata (e, então, autêntica)”. A diferença entre os dois meios é que os transparentes tentam negar a mediação, enquanto a hipermídia multiplica a mediação e cria uma sensação de preenchimento e saciedade da experiência, o que pode ser tido como realidade.

Os autores concluem que toda mediação é, na verdade, uma forma de remediação; todos os meios remediam, e a remediação ajuda a compreender as mídias anteriores. Os pesquisadores defendem que “nenhum meio, pelo que parece, pode funcionar independentemente e estabelecer seu espaço cultural de significação próprio e purificado” (BOLTER; GRUSIN, 2001, p. 55, tradução nossa).

A convivência entre os novos e velhos meios faz parte do que Jenkins (2009) denomina era da convergência. Para o autor, a convergência pode ser entendida como os fluxos de conteúdos que se dissipam através de múltiplos suportes midiáticos, cooperação entre mercados midiáticos e comportamento migratório dos públicos. São alterações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, muito mais do que a união de múltiplas funções dentro de um aparelho, pois a convergência significa uma transformação cultural, em que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em

meio a conteúdos dispersos. Trata-se da fluidez com que o conteúdo passa por diversas plataformas e da capacidade do público de usar as redes para circular ativamente o conteúdo e desafiar os produtores de massa.

O trabalho de Vieira (2014), por exemplo, pesquisa como uma mídia antiga, a televisão, reage diante da cultura da convergência. A autora ressalta que mudanças são necessárias, porque há novas demandas sociais, técnicas e de mercado e, assim, não há como analisar a TV sem considerá-la no contexto da convergência e da digitalização. Ela explica:

A TV deve se adequar para que os signos criados e emitidos por ela se materializem de forma duradoura, sem exceções e, para tal, já incorpora elementos midiáticos mais contemporâneos a ela como, por exemplo, a presença das redes sociais como plataforma de interlocução com seus espectadores (VIEIRA, 2014, p. 23).

Por meio da pesquisa, a autora procura desvendar até que ponto a TV está disposta a mudar sua dinâmica produtiva e como essas mudanças afetam audiência, funcionários, produtores e sociedade. Para ela, a reconfiguração de todas as dimensões da produção telejornalística para atender à cultura da convergência tem consequências complexas. “Enquanto a televisão souber lidar com os caminhos da convergência, terá conquistas a seu favor – independentemente do tempo que se leve para uma completa transição até a chegada desses benefícios, especialmente para a sociedade que tende a ter mais voz”, defende Vieira (2014, p. 31).

Já para Manovich (2013), a evolução do computador como metameio é a hibridização, o que, segundo o autor, seria diferente de convergência. “Traduzidas para *software*, as técnicas de mídia começam a atuar como espécies dentro de uma ecologia comum - neste caso, um ambiente de *software* compartilhado. Uma vez ‘liberados’ neste ambiente, eles começam a interagir, mutar e criar híbridos”, explica Manovich (2013, p. 164, tradução nossa)<sup>4</sup>.

Neste caso, interfaces, técnicas e o que há de mais fundamental em todos os meios se fundem para oferecer uma nova experiência diferente da experiência de cada mídia separada; as linguagens de meios diversos passam a intercambiar propriedades, criarem novas estruturas e interagirem de forma mais profunda. No entanto, para Manovich (2013, p. 171 tradução nossa), a mídia híbrida não pode ser compreendida como convergência, pois, no

---

<sup>4</sup> A proposta de Manovich (2013), em um primeiro momento, parece mais relacionada à convergência de conteúdos nos meios digitais, enquanto Jenkins (2009) fala sobre uma mudança cultural. Contudo, lembramos que, para Manovich (2013), conforme descrito mais acima, há uma cultura do *software* que implica mudanças em várias esferas da vida humana e, diante disso, defendemos que Manovich também fala sobre modificações culturais.

dicionário, isso significa “alcançar o mesmo ponto” e “tornar-se gradualmente menos diferente e eventualmente o mesmo”, mas a hibridização de linguagens propõe a aquisição de novas propriedades e, portanto, é mais rica. Mais do que meios separados, são vários pequenos blocos de construção reunidos para criar híbridos, como no Google Earth, o qual mescla mapas, imagens de satélite, 3D e fotografias, o que resulta em representações híbridas e em interfaces mais ricas.

Para Manovich (2013, p.176, tradução nossa), a hibridização pode ser uma consequência da *softawarização*:

As propriedades e técnicas únicas de diferentes mídias tornaram-se elementos de *software* que podem ser combinados em formas anteriormente impossíveis. (...) As técnicas e os formatos de representação de formas anteriores de mídia física e eletrônica e as novas técnicas de manipulação de informações e formatos de dados únicos do computador são reunidos em novas combinações.

## AS CONSEQUÊNCIAS DO DIGITAL NO JORNALISMO

No jornalismo, o cenário de digitalização também causou mudanças. Salaverría e Negrodo (2008), entre outros autores, conforme veremos no item três, estudam estas modificações utilizando o termo convergência. Na tentativa de esclarecer como a convergência atua no jornalismo, os pesquisadores dizem que ela surge como conversão total da empresa jornalística, que antes atuava com diferentes meios separados, para a lógica multimídia, com meios utilizados em conjunto, de forma multiplataforma, reunidos em torno da redação. Assim, a convergência passa a ser uma forma de dar relevância à informação: não importa o meio, o usuário necessita da informação adequada à linguagem que melhor a transmita. Além disso, a convergência aproveita a força da marca, a credibilidade da empresa jornalística construída ao longo dos anos, para conquistar usuários cada dia mais exigentes. Há, por fim, uma mudança de processo para se manter sempre em contato com o público, apresentando produtos diversos tanto em formatos quanto em temporalidades.

Em conformidade com as ideias apresentadas por Salaverría e Negrodo (2008), Barbosa (2013) e Barbosa, Normande e Almeida (2014) discutem que o cenário atual é de ação conjunta entre os diferentes meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição e distribuição dos conteúdos. Trata-se de um *continuum multimídia*, termo que melhor traduz o processo de convergência jornalística, garantindo uma distribuição multiplataforma/*cross media*. O *continuum*, junto do Jornalismo

Digital em Base de Dados<sup>5</sup>, da horizontalidade do fluxo de informação e da disseminação de mídia móvel são elementos de uma quinta geração<sup>6</sup> do jornalismo em redes digitais. Como reportagem modelo desta geração, apresenta-se a matéria multimídia *Snow Fall*<sup>7</sup>, publicada no fim de 2012 pelo The New York Times.

Já Raquel Longhi (2014) denomina tais produções como Grande Reportagem Multimídia (GRM), as quais, segundo a pesquisadora, são herdeiras da grande reportagem do impresso. Para explicar a GRM, Longhi (2014) apresenta o percurso do desenvolvimento dos produtos noticiosos multimídia (Figura 1), que foi da transposição dos conteúdos impressos para a internet, passando pela utilização de links, imagens estáticas com o texto, produção de *slideshow* noticioso e os primeiros produtos multimídia, até uma mudança mais expressiva com os especiais multimídia. Neste período, os sites noticiosos começaram a utilizar o *software* Flash em suas produções, o qual permitiu reunir, na mesma janela, texto, imagens estáticas e em movimento e áudio de forma integrada. A navegação e a leitura eram geralmente realizadas em menus verticais, e o texto aparecia em blocos acessíveis a partir do menu.

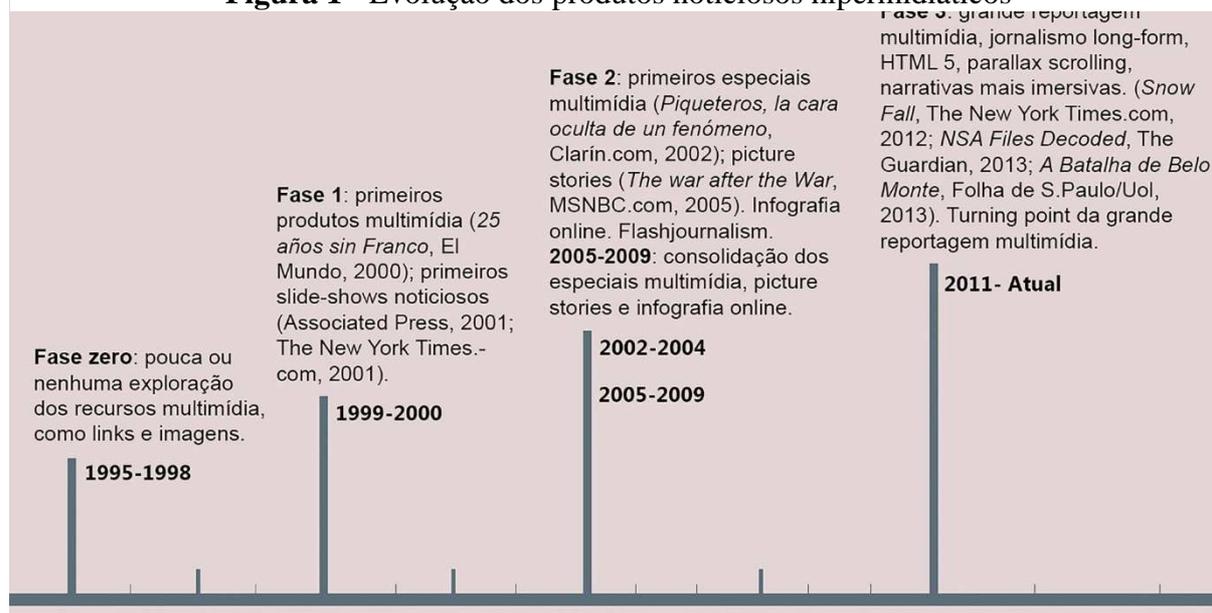
---

<sup>5</sup> Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) é um “modelo que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, além da apresentação de conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e características específicas, que vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização e a circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos” (BARBOSA, 2007, p. 28-29).

<sup>6</sup> Para descrever as fases anteriores, um dos autores citados por Barbosa (2013, p. 39) é Pavlik, que “pensa as fases de evolução do jornalismo na web percebendo o momento inicial como de reprodução, o segundo com os jornalistas já utilizando recursos como o link para compor conteúdos originais e, o terceiro, como aquele momento do jornalismo contextualizado, no qual se experimenta novas formas de storytelling”. Para autora, a terceira e quarta fase estão ligadas ao jornalismo de Base de Dados (BDs).

<sup>7</sup> Disponível em <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>>. Acesso em 27 mai 2016.

**Figura 1 - Evolução dos produtos noticiosos hipermediáticos**



Fonte: LONGHI, 2014, p. 907

Mas o *Turning Point* (LONGHI, 2014) da reportagem multimídia, para a autora, ocorreu a partir de 2012, com o HTML5<sup>8</sup> e o design responsivo<sup>9</sup>, os quais permitiram o desenvolvimento da Grande Reportagem Multimídia (GRM) a partir de formas inovadoras de *design*, navegação e imersão do usuário. O HTML5 inaugurou a utilização do *scrolling*, uma leitura mais verticalizada, com os conteúdos e interações acessados enquanto o usuário rola a página. O *design* utiliza todo espaço da tela, inclusive o em branco, e o texto geralmente é centralizado.

Além disso, há um retorno aos textos longos, o *longform journalism*, ao contrário dos especiais multimídia tratados a partir de *Flash*, quando o conteúdo verbal escrito era trabalhado em fragmentos, dividido nas seções do produto. Na GRM, há uma narrativa textual mais consistente, com padrão de leitura vertical em conjunto com possibilidades de navegação e leitura mais imersiva, como em uma revista, o que responde ao questionamento sobre a qualidade diante da fragmentação dos especiais multimídia (LONGHI, 2014). O *longform journalism* estaria ligado também ao tempo maior de apuração, redação e edição, estando em consonância com o movimento *Slow Journalism*, ou seja, um jornalismo em que há tempo para se produzir conteúdo com qualidade (LONGHI; WINQUES, 2015).

<sup>8</sup> “O HTML é a linguagem de estruturação e apresentação de conteúdo para *World Wide Web*, utilizada para produzir páginas na web” (WINQUES; TORRES, 2015, p. 52). O HTML5 é a quinta versão da linguagem. Sobre o assunto, trataremos mais detalhadamente no capítulo 1.

<sup>9</sup> O design responsivo é aquele que se adapta a qualquer dispositivo. Assim, há a possibilidade de produção de um único layout de notícia que pode ser visto em qualquer dispositivo que o usuário deseje utilizar (WINQUES; TORRES, 2015).

Longhi (2014, p. 914) conclui que houve o amadurecimento da GRM e seu estabelecimento como um dos principais modelos expressivos do atual jornalismo online:

o avanço na exploração e utilização das características do meio, aliados ao desenvolvimento das ferramentas de criação e a uma preocupação formal com o texto jornalístico, resultaram em produtos de qualidade crescente, fato atestado pela ampla repercussão da grande reportagem multimídia no jornalismo digital.

Outros autores como Ito e Ventura (2016) denominam este tipo de conteúdo como reportagem multimídia interativa, pois o destaque fica com duas características que eles consideram principais no modelo: a multimídia e a interatividade. Argumentam ainda que nem sempre há textos longos, como em algumas reportagens da UOL TAB<sup>10</sup>. Já Canavilhas (2014, p.8) fala em reportagem paralaxe, pois prefere “associar o tipo de reportagem à tecnologia do que à arquitetura da notícia”. O autor se refere ao *parallax scrolling*, um recurso desse tipo de matéria que consiste no movimento de elementos na tela quando a barra de rolagem é acionada (ITO; VENTURA, 2016).

Todas as definições se referem a um tipo de reportagem que, por meio da hipermediação, busca aproximar o usuário de um universo mais real (BOLTER; GRUSIN, 2001), além de procurar uma hibridização de linguagens e técnicas de mídias (MANOVICH, 2013). Neste trabalho, utilizamos a definição de Longhi (2014), Grande Reportagem Multimídia, por ser a que melhor reflete o tipo de reportagens estudadas. São produções mais interativas e imersivas com textos longos, todas elas herdeiras da grande reportagem do impresso, o que é reforçado pelo fato de terem sido produzidas por meios originalmente impressos.

Contudo, apesar de replicarmos o termo multimídia, temos preferência pelo termo multicódigos por defendermos que o multimídia se refere apenas à utilização de múltiplos meios, em uma espécie de convergência de todos eles. Enquanto isso, o termo multicódigos é mais rico, pois leva em consideração que a comunicação se realiza de forma sinestésica, ou seja, a partir da hibridização dos códigos. Sendo assim, os signos podem representar seus objetos com múltiplos padrões de semelhança, seja de forma tátil, visual, sonora e verbal, o que pode levar as mentes interpretadoras a terem mais consciência de seus processos e hábitos inferenciais (PIMENTA, 2016).

Desta forma, a ideia de uma comunicação multicódigos se aproxima da proposta de hipermediação de Bolter e Grusin (2000), que busca reproduzir a experiência sensória

---

<sup>10</sup> Disponível em < <https://tab.uol.com.br/homem-objeto/#homens-ou-objetos>>. Acesso em 22 dez. 2017.

humana. Contudo, está mais relacionada ao hibridismo de Manovich (2013), que o próprio autor diferencia de multimídia, argumentando que o termo significa diferentes tipos de mídia apenas uns do lado dos outros. Para Manovich (2013, p. 169, tradução nossa):

(...) A hibridação dos meios é uma reconfiguração mais fundamental do universo de mídia do que o multimídia. Em ambos os casos, vemos um "estar reunido" de múltiplos tipos de meios. No entanto, o multimídia não ameaça a autonomia das diferentes mídias. Elas mantêm suas próprias linguagens, ou seja, maneiras de organizar os dados de mídia, acessando e modificando esses dados. O uso típico de vários meios de comunicação na web ou em apresentações do PowerPoint ilustra isso bem.

O pesquisador defende que o multimídia não promove a interação entre técnicas e interfaces dos diferentes meios e a estrutura dos dados desses meios também não são afetadas. Assim, o termo multimídia estaria mais para a união de conteúdos do que de linguagens.

## OS ELEMENTOS DAS PRODUÇÕES MULTICÓDIGOS ATUAIS

O digital trouxe uma maior versatilidade para as produções multicódigos, ampliando as opções de códigos que podem ser usados em um processo comunicacional. Salaverría (2014) enumera oito elementos mais frequentes nas narrativas jornalísticas. Na visão do autor, o texto tem status de elemento chave, como uma espinha dorsal, que estrutura todo o conteúdo multicódigos, pois informa os aspectos essenciais, apresenta informações complementares e fornece um conteúdo mais racional e interpretativo. Já as fotografias aparecem em vários tamanhos e formatos e podem ser colocadas em galerias, o que permite publicar grande número de imagens.

Para Salaverría (2014), gráficos, iconografia e ilustrações guiam os usuários nos caminhos disponíveis para a navegação e ações possíveis. O vídeo atribui maior dinâmica às páginas e tornou-se uma nova forma de atrair o público. No computador, *tablet* ou *smartphone*, geralmente são mais curtos e permitem ao usuário ser mais ativo, pulando partes, por exemplo. “Qualquer projeto de informação multimídia na internet está obrigado a destacar este elemento” (SALAVERRÍA, 2014, p. 36). A animação digital necessita de mais tempo e trabalho para a criação e, por isso, funciona melhor em matérias mais frias, como as GRMs.

O discurso oral aparece na voz *off* na narração de um vídeo ou de uma galeria de fotos, além do som das palavras de uma pessoa que está no vídeo. A música e os efeitos sonoros acrescentam emoção ao som ambiente e funcionam, ainda, como um índice do objeto

representado, reafirmando a veracidade dos fatos. As vibrações são utilizadas hoje em dia nos dispositivos móveis para avisar que uma mensagem chegou, por exemplo, mas praticamente não aparecem em notícias. Contudo, Salaverría (2014) diz que pode ser importante no futuro para informar uma alteração relevante na cotação do dólar, entre outros.

Podemos, ainda, acrescentar outros elementos que estão tendo destaque no jornalismo mais recentemente, como o *podcast*<sup>11</sup>. Nóbrega *et al* (2016) explicam que o *podcast* não é sinônimo de webrádio, tendo em vista que o primeiro também pode incluir a transmissão de vídeos e que as duas produções possuem processos diferentes de distribuição e disponibilização de conteúdos. Enquanto no webrádio a transmissão é por *streaming*<sup>12</sup>, com horário de início e fim determinados, os *podcasts* ficam disponíveis online para o *download* e podem ser ouvidos sempre que se desejar. Geralmente, nos *podcasts*, há também mecanismos para que os ouvintes sejam avisados quando um novo arquivo é postado. “O formato mais popular de produção de *podcast* é a seleção de um tema a ser discutido em cada episódio”, acrescentam Nóbrega *et al* (2016, p. 301).

Já Costa e Cordeiro (2016) falam sobre outros elementos que podem trazer mais imersão ao jornalismo e, conseqüentemente, para a GRM, como infográficos, produções em realidade virtual, realidade aumentada<sup>13</sup>, fotos e vídeos em 360°. Para eles, esses formatos estariam incluídos no jornalismo imersivo, que possibilita ao usuário “imersão na obra e ter uma experiência sensorial” (COSTA; CORDEIRO, 2016, p. 3), o que promoveria um sentimento de presença, como na imediação (BOLTER; GRUSIN, 2000).

Às imagens e vídeos em 360°, Longhi e Pereira (2016) acrescentam as imagens de síntese. Para os pesquisadores, a imagem 360° é “(...) interessante para ambientes onde ações estão ocorrendo em todos os lados. A interatividade pode vir ainda na possibilidade do usuário transitar de uma cena para outra, bem como de acessar informações complementares” (LONGHI; PEREIRA, 2016, p. 9). Já os vídeos e imagens de síntese permitem ir ainda mais

---

<sup>11</sup> O site Al Jazeera também inovou no uso de áudio ao produzir portraits, “(...) formatos breves nos quais um personagem é apresentado a partir de uma foto e acompanhado de um pequeno registro em áudio” (LONGHI; FLORES, 2017, p. 27). O recurso está na reportagem “Treasured Island. The people of Tangier fear their life, land and heritage could wash away”, disponível em <<http://projects.aljazeera.com/2014/tangier-island/>>, acesso em 27 dez. 2017.

<sup>12</sup> Significa transmissão contínua ou fluxo de mídia e é uma forma de distribuição digital que faz oposição ao sistema de *download* (STREAMING, 2017).

<sup>13</sup> Sobre a realidade aumentada, Pavlik (2001, 2015) explica que é uma camada de informação adicional sobre uma cena ou realidade oferecida ao usuário. Por exemplo, uma pessoa que está em frente a um local histórico, com um dispositivo de realidade virtual, pode acessar fotos e vídeos históricos, gráficos, entre outros elementos, com informações sobre aquele espaço. “Em conjunto com a narrativa, tais experiências AR (Augmented Reality, em inglês) poderiam contar histórias em primeira pessoa sobre o passado” (PAVLIK, 2015, p. 14, tradução nossa).

além na imersão, pois o observador utiliza um dispositivo para se sentir dentro da história, como na Realidade Virtual<sup>14</sup>.

Sobre as infografias, Costa e Cordeiro (2016) distinguem três estágios evolutivos a partir de uma revisão bibliográfica. No primeiro, ocorre uma transposição dos infográficos estáticos do impresso para a internet; no segundo, as infografias já começam a ser clicáveis e, no terceiro estágio, é introduzida a base de dados. “A classificação destes estágios ainda não contempla as infografias jogáveis (*playable infographics*), em 3D, ou realidade virtual, o que abre precedente para investigarmos um provável quarto estágio que possa abarcar estes novos exemplos de caráter imersivo” (COSTA; CORDEIRO, 2016, p. 10), acrescentam.

O que os autores consideram como infografia jogável pode estar inserido dentro dos *newsgames*, o que Bogost, Ferrari e Schweizer (2012) descrevem como uma interseção entre games e jornalismo. Em uma visão próxima do hibridismo proposto por Manovich (2013), os autores consideram os *newsgames* como *softwares* mais do que meios digitalizados, que utilizam texto, vídeo, som e imagem para simular como as coisas acontecem por meio de modelos com os quais as pessoas podem interagir. Os autores descrevem vários tipos de *newsgames* e, entre eles, o que chamam de *newsgames* infográficos (*infographics newsgames*), possíveis a partir do desenvolvimento de uma maior interatividade nos infográficos tradicionais. Por meio deles, os autores descrevem que:

Os jogadores podem explorar informações para encontrar novas revelações surpreendentes, envolver-se com processos que descrevem como as informações surgem ou interagem, reconfigurar informações para reproduzir cenários possíveis ou experimentar informações pela simples diversão do jogo (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2012, locais do Kindle 171-173, tradução nossa).

Todos esses elementos não podem estar simplesmente nas produções multicódigos, mas precisam ser utilizados de forma atrativa e inteligível para o público, de maneira coordenada para que possa haver a hibridização dos códigos. Assim, para Salaverría (2014), é necessário que sejam compatíveis, ou seja, se simultâneos, que não apresentem competição pela atenção, mas haja uma facilidade de apreensão, como na utilização de imagem e som, fotografia, vídeo e texto. Indispensável é também a complementariedade, ou seja, os códigos devem se enriquecer por meio da homogeneidade temática, por exemplo.

Além disso, se mais tempo é destinado a um elemento, os demais complementares devem compensar com menor tempo. Outra recomendação é impedir a redundância extrema:

---

<sup>14</sup> Vídeos e fotos em 360 graus são um tipo de inovação que pode ser utilizada sozinha ou em um contexto de Realidade Virtual (RV). Para Longhi e Lenzi (2017), a RV também pode ser definida como jornalismo imersivo, e utiliza outros recursos como a realidade aumentada.

uma certa repetição promove coesão, coerência e consistência do conteúdo, como a utilização de legenda em um vídeo com áudio ruim, mas, se não acrescentar nada, pode ser cortada. A utilização de diferentes linguagens deve levar em conta ainda uma hierarquia, com a promoção de um código em detrimento dos outros, optando-se pela linguagem que melhor transmita um conteúdo. É importante ainda saber apresentar os elementos com ponderação, porque os usuários nem sempre estão dispostos a gastar toda a sua disponibilidade em um conteúdo. Por fim, é necessária uma adaptação para que o conteúdo esteja de acordo com os padrões da publicação digital da qual faz parte.

Fazendo alusão à sintaxe da língua portuguesa, em uma visão estrutural, linguística, Salaverría (2014) diz que a utilização dos elementos também segue uma sintaxe. Quando há dois ou mais códigos apenas apresentados simultaneamente no mesmo tempo e espaço, a multimídia é por justaposição, o que Manovich (2013) denomina simplesmente por multimídia. Se as linguagens estão coordenadas e podem ser apreendidas simultaneamente, a multimídia é por coordenação ou integração, mais elaborada e que necessita de um maior planejamento, o que se aproximaria da hibridização de linguagens e do multicódigos. Por fim, se há uma hierarquização, com um código principal que, somente por meio dele é possível se acessar os demais, a multimídia é por subordinação.

A seguir, apresentaremos a Tabela 1 com os elementos multimídia propostos pelos autores em oito GRMs, quatro da sessão “Tudo Sobre”<sup>15</sup>, disponíveis no site da Folha de S.Paulo, e quatro da sessão “Especiais”<sup>16</sup>, do site do jornal mineiro O Tempo, todas selecionadas aleatoriamente. Estas reportagens serão tomadas como base para os estudos desta dissertação.

Da sessão “Tudo Sobre”, analisamos as reportagens A Batalha de Belo Monte<sup>17</sup>, Crime sem Castigo<sup>18</sup>, Crise da Água<sup>19</sup> e O Golpe e a Ditadura Militar<sup>20</sup>. De forma resumida, as matérias falam, respectivamente, sobre as questões envolvidas na construção da usina de Belo Monte, o problema do contrabando e descaminho no Brasil, a crise de água e o excesso desse recurso que causou estragos no estado de Roraima e, por último, os 50 anos do Golpe Militar no Brasil.

---

<sup>15</sup> Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tudosobre/>>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>16</sup> Disponível em <<http://www.otempo.com.br/especiais/>>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>17</sup> Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/12/crime-sem-castigo/>>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/ambiente/2014/09/15/crise-da-agua/>>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2014/03/23/o-golpe-e-a-ditadura-militar/>>. Acesso em 31 dez. 2016.

Da sessão “Especial”, analisamos as reportagens Menino de Abrigo<sup>21</sup>, Morte Invisível<sup>22</sup>, Era uma vez um Pequeno Guerreiro<sup>23</sup> e Um Adeus ao Rio Doce<sup>24</sup>. De forma resumida, as matérias falam, respectivamente, dos adolescentes que perdem o acolhimento institucional após completarem 18 anos, dos problemas físicos e psicológicos dos profissionais do trânsito, do câncer infantil (relativa ao mês de prevenção ao câncer infantil) e dos estragos causados no Rio Doce e nas cidades ou comunidades do entorno depois da tragédia ambiental de Mariana.

Pela tabela, é possível se ter uma noção das linguagens utilizadas nas produções multicódigos a serem estudadas: podemos observar, ainda que superficialmente, como elas são trabalhadas, quais delas estão mais ou menos presentes. Isso também nos servirá como uma base para a discussão do potencial de significação de cada código, de acordo com as Matrizes da Linguagem e do Pensamento (SANTAELLA, 2005), assunto sobre o qual falaremos detalhadamente no item 4 dessa dissertação.

---

<sup>21</sup> Disponível em: <[http://www.otempo.com.br/polopoly\\_fs/1.1277540.1460646996!/index.html](http://www.otempo.com.br/polopoly_fs/1.1277540.1460646996!/index.html)>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>22</sup> Disponível em: <[http://www.otempo.com.br/polopoly\\_fs/1.1350481.1470773644!/index.html](http://www.otempo.com.br/polopoly_fs/1.1350481.1470773644!/index.html)>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>23</sup> Disponível em: <[http://www.otempo.com.br/polopoly\\_fs/1.1364440.1477930618!/index.html](http://www.otempo.com.br/polopoly_fs/1.1364440.1477930618!/index.html)>. Acesso em 31 dez. 2016.

<sup>24</sup> Disponível em: <[http://www.otempo.com.br/polopoly\\_fs/1.1180473.1449081357!/index.html](http://www.otempo.com.br/polopoly_fs/1.1180473.1449081357!/index.html)>. Acesso em 31 dez. 2016.

**Tabela 1 - Elementos multimídia das reportagens analisadas**

	Texto <sup>25</sup> (n° de palavras)	Foto	Gráficos, iconografia e ilustrações estáticas	Vídeo	Animação digital <sup>26</sup>	Discurso oral	Música e efeitos sonoros	Vibração	Podcast	Foto 360°	Vídeo 360°	Game ou Infográfico jogável
<b>A Batalha de Belo Monte</b>	14.959	78	50	24 <sup>27</sup>	2	12	10	0	0	0	0	1
<b>Crime sem Castigo</b>	9.505	49	21	6	2	7	5	0	0	0	0	2
<b>Crise da Água</b>	8.570	56	32	16	6	12	7	0	0	2	0	0
<b>O Golpe e a Ditadura Militar</b>	16.013	439	44	39	1	45	0 <sup>28</sup>	0	0	0	0	0
<b>Menino de Abrigo</b>	9.693	41	8	4	0	4	4	0	1	0	0	0
<b>Morte Invisível</b>	4.459	3	8	3	2	2	3	0	0	0	0	0
<b>Pequeno Guerreiro</b>	1.764	4	5	1	2	2	2	0	0	0	0	0
<b>Um Adeus ao Rio Doce</b>	8.186	56	7	3 <sup>29</sup>	0	1	1	0	0	0	0	0

Tabela detalha a quantidade de elementos multicódigos presentes nas oito reportagens analisadas

Fonte: Elaborada pela autora.

<sup>25</sup> Contabilizamos apenas o número de palavras do texto principal, excluindo os textos presentes nos vídeos, legendas de fotos e infográficos/ilustrações.

<sup>26</sup> Longhi e Flores (2017) dizem que a Folha considera suas animações como infografias em vídeo e, por isso, são denominadas pelo jornal como videográficos, termo também utilizado por profissionais entrevistados em O Tempo, conforme apresentado nos próximos capítulos. Nesta dissertação, permanecemos utilizando o termo animação.

<sup>27</sup> Um dos vídeos já não estava mais disponível para visualização. Sendo assim, não foi possível verificar seu conteúdo e, portanto, se havia discurso oral ou músicas e efeitos sonoros.

<sup>28</sup> Não foram contabilizadas as músicas e os efeitos sonoros relativos aos vídeos de arquivo, que não foram produzidos pela Folha de S.Paulo.

<sup>29</sup> Um dos vídeos já não estava mais disponível para visualização. Sendo assim, não foi possível verificar seu conteúdo e, portanto, se havia discurso oral ou músicas e efeitos sonoros.

## O PRAGMATICISMO: A SEMIÓTICA COMO MÉTODO CIENTÍFICO

Durante sua vida, o filósofo Peirce esteve em constante busca por uma máxima lógica que resumisse os procedimentos básicos para qualquer tipo de ampliação do conhecimento. Assim, desenvolveu sua Máxima Pragmática<sup>30</sup> ligada aos processos relativos ao pensamento, pois são onde ocorrem as trocas sígnicas mais genuínas, em que prevalece a lógica em detrimento de aspectos existenciais e qualitativos. Isso faz sentido na medida em que a Máxima Pragmática busca entender os processos de significação complexos para desvendar os modos de evolução da conduta humana e, assim, aprofundar a compreensão sobre as formas de se chegar ao conhecimento, incluindo os métodos de pesquisa (CP 5.18)<sup>31</sup>. Peirce defende que a criação de hipóteses, a dedução de possíveis consequências práticas dessas hipóteses e a avaliação do grau de confirmação indutiva dos efeitos previstos perante os fatos observados geram resultados que podem levar à mudança de hábito (CP 2.96, CP 2.774, CP 5.144-145).

Desta forma, nosso estudo será desenvolvido com base nos conceitos do pragmaticismo de Peirce. Inicialmente, as hipóteses foram levantadas com base nas categorias fenomenológicas do estudioso (Primeiridade, Secundidade e Terceiridade), as quais são os elementos mais gerais, abstratos e universais de sua teoria, a partir das quais pode se desenvolver todo o restante de seu pensamento.

Para Peirce, a Fenomenologia é a ciência que melhor estuda a experiência, pois o faz sem preconceitos e objetivos, em uma tentativa de representar a realidade de modo mais amplo possível. Assim, a ciência da aparência em geral, de como as aparências se articulam para uma mente, que fundamenta todas as demais ciências, é a Fenomenologia (CP 1.280; CP 5.121). São três os modos como as aparências se apresentam à mente, conforme Pimenta (2016) resume de forma bem didática:

Esse contínuo de qualidades constitui, portanto, a Primeiridade, enquanto a Secundidade é um outro universal, da existencialidade, e a Terceiridade o universal dos padrões do pensamento, tomado como lógica, pensamento do universo. A Primeiridade compreende os fenômenos da esfera da mera possibilidade, da indeterminação; a Secundidade se volta para a existencialidade deles, incluindo a esfera inicial das possibilidades, sempre presente; e a Terceiridade é a categoria dos fenômenos relacionados ao pensamento, às regularidades e à ideia de representação, e inclui tanto a

<sup>30</sup> Em 1898, Willian James começou a utilizar uma compreensão utilitarista do termo Pragmatismo cunhado por Peirce, desagradando este filósofo, o qual passou a denominar sua teoria de Pragmaticismo (CP 5.414; CP 5.429).

<sup>31</sup> CP refere-se a PEIRCE, C.S. (1931-1958). **Collected Papers**. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press.

existencialidade da segunda categoria quanto as possibilidades da primeira (PIMENTA, 2016, p. 17).

A Primeiridade não se refere a outra coisa, mantém-se por si só. Já a Secundidade também é o modo de ser tal como é, mas em relação a um primeiro, sem dependência de um terceiro. Por fim, a Terceiridade, além de ser aquilo que é, tem uma ligação de reciprocidade com um primeiro e um segundo (CP 1.356). Na Secundidade, há dois elementos ligados pelo confronto, negação e limitação, pois existir seria um confronto que gera múltiplas reações (CP 1.358). Na Terceiridade, a atualização permitida pelo confronto da Secundidade se generaliza a elementos que não possuem ligação de ação e reação. A Terceiridade faz com que a potencialidade da Primeiridade vá além dos limites da existência e permite que esta existência se reproduza, mas com novas potencialidades.

A terceiridade mais genuína seria um tipo de signo denominado por Peirce como Argumento<sup>32</sup>, o que significa reduzir ao máximo a espontaneidade da Primeiridade e alcançar a máxima regularidade. Tem a intenção de interpretar seu objeto justamente em seu caráter de signo e vai sempre em direção à verdade. Essa verdade não é um fato isolado, mas tem caráter contínuo, que está em constante processo, sempre sendo procurada (CP 4.538, CP 6.456, EP 2.292<sup>33</sup>). Do Argumento, vão surgir outras três classes: Abdução ou Retrodução, Indução e Dedução, as quais formarão um método científico de análise.

Assim, a primeira parte de qualquer pesquisa, para o Pragmaticismo, deve ser o levantamento de hipóteses a partir do problema de pesquisa, denominada Abdução (CP 5.196). As hipóteses nascem de uma associação inusitada de ideias no processo perceptivo, conforme as três proposições “afiadoras” ou “cotarias” da Máxima Pragmática (CP 5.186). A primeira diz que as ideias surgem antes nos sentidos para depois chegarem ao cognitivo, propondo assim que toda investigação nasce de uma motivação empírica. A segunda propõe que “juízos perceptivos contêm elementos gerais, portanto, proposições universais podem ser deles deduzidas. (...) Hipóteses, como concepções gerais, podem emergir de nossas percepções ou juízos, sobre o problema”, detalha Pimenta (2016, p. 15-16), auxiliando no entendimento desta proposição. Por fim, a terceira, está ligada à ideia de inferência abductiva, como um *insight*, aquele momento em que as ideias já presentes na mente se reúnem para formar uma hipótese (CP 5.181). São as hipóteses, ainda que formas de inferências vagas, as quais dão continuidade a todo processo de investigação.

<sup>32</sup> Detalharemos de forma mais minuciosa a classificação dos signos nos capítulos 2 e 3.

<sup>33</sup> EP refere-se a PEIRCE, C.S. **The Essential Peirce**. 2 vols. Indiana: Peirce Edition Project, 1998.

Depois de formulada, a hipótese deve ser disposta em um diagrama mental de modo que se possa alcançar seus desdobramentos a partir de experimentações mentais. Com isso, é possível subtrair os aspectos mais plausíveis para a compreensão do problema e, assim, leva-los adiante na investigação, conforme aponta Pimenta (2016) no seu estudo sobre o método de pesquisa de Peirce.

Depois de lançadas as hipóteses, passa-se para a fase de Dedução, ou seja, a partir do diagrama montado (sub-hipóteses), é necessário levantar as consequências práticas possíveis para que, em seguida, ocorra o teste empírico. Com isso, tem-se a intenção de que aspectos gerais das ideias, típicos das hipóteses, sejam transportados para uma realidade concreta, tornem-se eventos singulares, por meio de inferências dedutivas (CP 4.549).

Com as hipóteses já lançadas, levantadas suas possíveis consequências práticas, é momento da Indução, por meio da qual as hipóteses passarão pelo teste empírico, necessário na medida em que é preciso ir além da mente do pesquisador, procurando um certo padrão para os processos estudados. O teste empírico é essencial e pode, inclusive, apontar um resultado contrário à hipótese defendida. De posse dos resultados do teste, busca-se alcançar a lei que está à frente da regularidade do fenômeno estudado, analisando qual grau de confirmação obtiveram na pesquisa (CP 8.209).

### **Descrição do problema de pesquisa e das hipóteses**

Conforme dissemos, o objetivo dessa pesquisa é verificar se os esforços do jornalismo impresso para atuar no digital utilizando as potencialidades desse meio - hibridismo de linguagem verbal escrita, áudio, visual e audiovisual, ou utilização de multicódigos - estão sendo plenamente alcançados. Especificamente, queremos estudar a produção de uma GRM por empresas tradicionalmente do impresso.

Por meio da abdução, lançamos a hipótese de que a grande reportagem, quando desenvolvida na *web* com recursos multicódigos, ainda apresenta dificuldades para se adaptar, encontrando entraves na hibridização e, portanto, na complementariedade dos elementos que o digital disponibiliza. Isso pode comprometer também a imersão do leitor e sua interação com o conteúdo. Após experimentações mentais, propusemos esmiuçá-la em outras três sub-hipóteses, a partir das categorias propostas por Peirce: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, ou ainda, o signo em si mesmo, o signo em relação ao seu objeto e o signo em relação ao seu interpretante.

Na primeira, tem-se as dificuldades relativas às características intrínsecas à GRM, o que pode dificultar todas as demais etapas de sua produção e propagação, tendo em vista que a Primeiridade é suporte para as demais categorias, conforme vimos e detalharemos mais a frente. No segundo nível, estariam as dificuldades de representar o objeto, ou seja, discorrer sobre os temas das reportagens utilizando os vários códigos disponíveis. No terceiro e último nível estariam as dificuldades relativas aos efeitos interpretativos.

Na fase da dedução, em que levantamos as consequências práticas, percebemos que, referente à primeira hipótese, pode haver empecilhos para a construção de matérias multicódigos devido à sofisticação dos *softwares* ou ferramentas para criação da interface dessas reportagens, ou ainda impedimentos relativos à baixa capacidade das redes, pois supomos que este tipo de reportagem exige uma banda com alta capacidade de transmissão de dados por trabalhar com múltiplos códigos. Conforme pesquisa TIC Domicílios<sup>34</sup> 2015, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br, 2016), a velocidade da internet no Brasil é desigual nas diferentes regiões e pelas classes sociais. Além disso, há regiões que nem mesmo têm acesso à internet. Sobre o assunto, discorreremos mais no segundo item dessa dissertação.

Ainda referente à primeira hipótese, apresenta-se a possibilidade das restrições econômicas das empresas jornalísticas, pois é possível que tais empresas não invistam recursos financeiros e humanos nestes tipos de reportagens, as quais demandam maior tempo de produção, por serem matérias grandes. Também é necessária uma equipe melhor estruturada, formada, não só por jornalistas, mas por profissionais que saibam lidar com diversos códigos, como programadores, *designers*, fotógrafos, cinegrafistas, entre outros, conforme podemos observar no próprio expediente das GRMs estudadas. Essa hipótese se sustenta também a partir da crise financeira que o jornalismo do mundo inteiro tem vivenciado, conforme veremos no segundo item desta dissertação, com demissões e consequente reduções de equipe que, muitas vezes, não podem se dedicar aos especiais, pois precisa dar conta também das notícias factuais.

Em relação à segunda sub-hipótese, supomos que a GRM demanda jornalistas que saibam trabalhar com os recursos multicódigos, compreendendo a especificidade de cada linguagem e como cada parte que compõe uma reportagem pode ser melhor representada com

---

<sup>34</sup> Pesquisa realizada desde 2005 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, nos domicílios urbanos e rurais do país, para verificar as formas de uso das tecnologias pelos brasileiros a partir de 10 anos de idade. A pesquisa analisa os seguintes indicadores: acesso às TIC; uso do computador; uso da Internet; governo eletrônico; comércio eletrônico; habilidades na Internet; uso do celular; intenção de aquisição de equipamentos e serviços TIC. A última pesquisa foi realizada entre novembro de 2015 e junho de 2016, em mais de 23 mil domicílios em todo o país (CGI.br, 2016).

um certo código. Além disso, a palavra escrita passa a estar sob a influência do audiovisual, o que pode fazer da representação mais icônica. Conforme veremos mais detalhadamente no itens 3 e 4, no ícone, os limites entre o signo que representa e objeto representado não são muito determinados e, por isso, acabam se confundindo. Assim, conseqüentemente, a matéria pode se apresentar de forma mais vaga, mais indeterminada, o que a tornaria mais difícil de produzir e exigiria do repórter a capacidade de representar de forma mais sugestiva, ou seja, mais icônica e menos indicial.

Referente à terceira sub-hipótese, por meio da dedução, levantamos que pode haver dificuldade em relação à liberdade de navegação por um caminho fluido em reportagens que dão mais autonomia aos leitores, além de possibilidade de interação. Conforme veremos no item 5, alguns autores (LEÃO, 2001; SANTAELLA, 2005; CANAVILHAS, 2007) discorrem sobre a hipermídia, formada por arquiteturas líquidas, moventes, fluidas, em que o usuário precisa escolher por quais caminhos seguir. Por isso, suspeitamos que as matérias multicódigos exijam maior competência midiática daqueles que com ela interagem.

Esclarecemos que utilizamos competência midiática nos termos propostos por Ferrés e Piscitelli (2015), sendo que o termo competência pode ser esclarecido como os conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias em determinado contexto. Especificamente, a competência midiática, “deverá contribuir para o desenvolvimento da autonomia pessoal de cidadãos e cidadãs, bem como o seu compromisso social e cultural” (FERRÉS e PISCITELLI, 2015, p. 4). A competência midiática pretende ainda mesclar as oportunidades da cultura participativa (JENKINS, 2009), em que a audiência não é só passiva, mas ativa e também produtora de conteúdo, além do crescimento da capacidade crítica. Ferrés e Piscitelli (2015) chamam a atenção para o fato de que essa competência deve levar em consideração as descobertas da neurociência relativas ao poder da emoção e do inconsciente sobre a razão. Também não se pode deixar de lado os efeitos causados pela mensagem naqueles que com ela interagem. Discorreremos mais sobre o assunto no item 5.

Na parte da indução, os testes empíricos foram entrevistas semiestruturadas com profissionais dos jornais Folha de S.Paulo e O Tempo. As entrevistas tomaram como base os profissionais que atuam nas reportagens trabalhadas em itens anteriores<sup>35</sup>. Justificamos que optamos pelos jornais Folha de S.Paulo e O Tempo por serem jornais impressos que procuram atuar na internet com múltiplos códigos, desenvolvendo reportagens que se encaixam no padrão de GRM. Além disso, escolhemos a Folha por ter sido a primeira brasileira a publicar

---

<sup>35</sup> As entrevistas serão utilizadas ao longo dos capítulos e seus trechos mais importantes estão disponíveis nos apêndices (de A a N), ao final dessa dissertação.

uma GRM, com a Batalha de Belo Monte, e O Tempo, por ser um jornal mineiro, cujo porte não é tão grande quanto a Folha, mas, mesmo assim, procura produzir matérias com múltiplos códigos.

Conforme orientação do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Juiz de Fora, que aprovou esta pesquisa, todos os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ou, no caso de entrevistas por Skype ou e-mail, deram seu consentimento digitalmente, aceitando participar da entrevista e ter seus nomes divulgados.

Na Folha, foram realizadas três entrevistas presencialmente, em novembro de 2016, a primeira com o jornalista colaborador Marcelo Soares, que participou das reportagens Batalha de Belo Monte e O Golpe e a Ditadura. A segunda foi realizada com quatro integrantes da equipe de *Design* e Desenvolvimento, que desenvolvem as GRMs da empresa: Ângelo Dias, Rogério Pilker, Rubens Alencar e Thiago Almeida, e a terceira com ex-editor adjunto de arte, Mário Kanno. Já o repórter especial Marcelo Leite, que coordenou A Batalha de Belo Monte e Crise da Água, e o ex-editor de vídeos Douglas Lambert, que participou dessas mesmas reportagens, foram entrevistados por Skype, em janeiro de 2017. A editora de Digital, Camila Marques, concedeu entrevista por e-mail, também em janeiro de 2017. Tentamos várias vezes entrevistar o fotógrafo colaborador Lalo de Almeida, que participou de todas as reportagens estudadas, mas não obtivemos sucesso. É importante ressaltar que, quando procurados, Marcelo Soares, Mário Kanno e Douglas Lambert já não trabalhavam mais na Folha, mas se dispuseram a dar entrevista, o que nos proporcionou um ponto de vista mais aberto, por não estarem vinculados à empresa.

Todas as entrevistas de O Tempo foram realizadas presencialmente em novembro de 2016. Na redação, entrevistamos a secretária executiva Lúcia Castro, o secretário de redação que também atuou como repórter em Morte Invisível Murilo Rocha, as repórteres Joana Suarez (Menino de Abrigo), Natália Olivera (Menino de Abrigo e Morte Invisível) e Ana Paula Pedrosa (Era uma Vez um Pequeno Guerreiro); as *webdesigners* Aline Medeiros (Menino de Abrigo, Morte Invisível e Um Adeus ao Rio Doce) e Larissa Ferreira (Menino de Abrigo e Morte Invisível), o criador de animações Bruno Grossi (Morte Invisível e Era uma Vez um Pequeno Guerreiro), o fotógrafo Lincon Zarbietti (todas as reportagens estudadas), o editor do portal O Tempo, Cândido Henrique, e a coordenadora de *cross media*, Karol Borges. Como conseguimos um grande volume de entrevistas em O Tempo, não utilizamos as da repórter Ana Paula Pedrosa nem a do editor do portal O Tempo, Cândido Henrique, pois elas

repetiam as informações já apresentadas pelas demais, sem acrescentar novidade para a pesquisa.

Além disso, como teste empírico da terceira sub-hipótese, aplicamos questionários aos usuários de ambas as publicações entre maio e junho de 2017<sup>36</sup>. Conforme explicaremos com mais detalhes no quinto item desta dissertação, enviamos mensagem privada para os usuários que comentaram nas postagens da Folha e de O Tempo no Facebook sobre as matérias estudadas ou compartilharam essas postagens. Na mensagem privada, enviamos o link para um formulário do Google e solicitamos o preenchimento do mesmo. Como as amostras no pragmaticismo devem ser tomadas de forma mais aleatória possível (CP 7.124), defendemos que essa foi a forma de alcançarmos uma amostra deste tipo. Caso tivéssemos realizado um grupo focal, por exemplo, teríamos até selecionado indivíduos aleatoriamente, os quais acessariam e percorreriam as reportagens por que solicitamos e não por vontade própria, o que poderia interferir no resultado final.

Uma última observação se faz necessária. A dissertação utiliza o pragmaticismo de Peirce como metodologia de pesquisa, além do enquadramento mais geral das relações signo, objeto e interpretante. A gramática especulativa do filósofo, relativa aos estudos dos tipos de signos e suas relações, será usada apenas em parte do item 3 e no item 4. De qualquer forma, consideramos o pragmaticismo essencial neste trabalho, pois ele proporciona a nossa metodologia de pesquisa: abdução, indução e dedução, conforme exposto anteriormente. Além disso, as sub-hipóteses também foram pensadas de acordo com a Primeiridade, Secundidade e Terceiridade da fenomenologia de Peirce, sendo que os resultados de Primeiridade influenciaram os de Secundidade e ambos no de Terceiridade, conforme a lógica das categorias apresentadas anteriormente, o que poderá ser notado ao longo desta dissertação. A lógica triádica também embasou a estruturação dos capítulos, pois cada um deles apresentará os resultados dos testes empíricos com as sub-hipótese propostas.

Da mesma forma, ressaltamos que a gramática especulativa de Peirce tem a mais alta relevância, principalmente no item 4 deste trabalho. A classificação dos signos sustenta a Teoria das Matrizes da Linguagem e do Pensamento (SANTAELLA, 2005), por meio da qual refletiremos sobre como os códigos podem ser utilizados nas GRMs de forma a atingir os usuários de maneira mais eficiente, de acordo com os objetivos dos produtores (por exemplo, causar imersão, aproximar da realidade, despertar sentimentos, entre outros) para melhor informar o público. Por último, os interpretantes de Peirce (emocional, energético e lógico),

---

<sup>36</sup> As respostas dos formulários serão utilizadas no capítulo 4 e estão disponíveis nos apêndices (de O a BB), ao final dessa dissertação.

os quais detalharemos mais à frente, embasaram a aplicação dos questionários para o teste empírico da terceira sub-hipótese, a reflexão sobre os resultados e a estruturação da apresentação destes ao longo do item 5 desta dissertação.

## 2 CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS À PRODUÇÃO DO JORNALISMO MULTICÓDIGOS

Neste capítulo, analisaremos os resultados do teste empírico sobre a primeira sub-hipótese, referente às dificuldades relacionadas aos meios técnicos inerentes ao jornalismo multicódigos. Discorreremos sobre as características intrínsecas à criação da grande reportagem que podem dificultar a sua produção, como a sofisticação dos *softwares* e das linguagens de programação, a pequena largura da banda da internet, a falta de investimento financeiro e de tempo para a produção.

Isso porque, na Primeiridade da semiótica de Peirce, estamos tratando do signo em si mesmo e, portanto, de qualissignos, sinssignos e legissinos, ou seja, respectivamente, qualidades, características existenciais e padrões intrínsecos aos signos (CP 2.243)<sup>37</sup>. De acordo com o que vimos na introdução, a Secundidade engloba tais elementos de Primeiridade, assim como, na Terceiridade, estão presentes os elementos das esferas fenomenológicas anteriores. Da mesma forma, os resultados apontados neste capítulo influenciarão os demais, conforme poderemos notar no decorrer desta dissertação.

A partir das entrevistas realizadas com jornalistas e programadores dos jornais Folha de S.Paulo e O Tempo, iremos analisar os tipos de *softwares* e linguagens de programação utilizadas para a construção da GRM, os investimentos das empresas na compra desses programas e a capacitação oferecida aos profissionais.

Além disso, também com base nas respostas, analisaremos a influência da banda da internet e da capacidade dos servidores para suportarem a construção da GRM. Por fim, discutiremos os dados colhidos referentes ao tempo que as empresas permitem que os profissionais dediquem à produção do jornalismo multicódigos e o investimento financeiro para a sua execução

### 2.1 Os softwares e as linguagens de programação utilizados

Conforme tratamos na introdução, a partir das ideias de Longhi (2014), a GRM, da forma como é estruturada atualmente, surge a partir do desenvolvimento do HTML5. “O HTML é a linguagem de estruturação e apresentação de conteúdo para *World Wide Web*, utilizada para produzir páginas na web” (WINQUES; TORRES, 2015, p. 52). De maneira

---

<sup>37</sup> A classificação dos signos será apresentada de forma mais detalhada nos capítulos 2 e 3.

mais técnica, Flatschart (2011) descreve o HTML como uma linguagem de marcação, explicando que este tipo de linguagem está relacionado à época em que os revisores marcavam certas partes do texto para que os leitores as reconhecessem mais facilmente. “Na moderna indústria editorial, hoje totalmente digitalizada, as linguagens de marcação permitem a comunicação entre autores, editores e gráficas” (FLATSCHART, 2011, locais do Kindle 470-471). Na web, da mesma forma, elas facilitam a comunicação entre dispositivos, sistemas e plataformas. Isso significa que um único código vai funcionar em diferentes plataformas e que não será necessário criar diferentes versões para diferentes dispositivos, o que diminui custos e evita que a *web* seja desenvolvida “em uma base proprietária, com formatos incompatíveis e limitada” (FERREIRA, 2011, p. 8).

Flatschart (2011, locais do Kindle 537-538), acrescenta que o HTML é a principal linguagem da *web*, e “permite a criação de documentos estruturados em títulos, parágrafos, listas, links, tabelas, formulários e em muitos outros elementos nos quais podem ser incorporadas imagens e objetos como, por exemplo, uma animação ou um vídeo”. Entre as vantagens da atual geração, a quinta, está um código e uma organização da página com maior capacidade semântica, ou seja, menos aleatórios e mais facilmente interpretados não só pela máquina, mas também pelos humanos (FLATSCHART, 2011 e FERREIRA, 2011). Por exemplo, elementos como *article*, *section* e *nav*, correspondem, respectivamente a artigo, seção e navegação, o que pode ser facilmente compreendido por um programador e está relacionado à estruturação da página.

Já Winques e Torres (2015), em conformidade com Flatschart (2011) e Ferreira (2011) destacam a capacidade multiplataforma do HTML5, a qual permite que o mesmo conteúdo seja acessado em diferentes dispositivos, como *tablets*, *smartphones* ou *desktops*, e a fácil inserção de diversos códigos em um único processo comunicacional. Além disso, não há a necessidade de se fazer *downloads* de *plug-ins*<sup>38</sup>, como nos conteúdos programados a partir do *software* Flash, por exemplo.

A reportagem *Snow Fall*, que inaugurou as formas de *design* e programação utilizadas atualmente, de acordo com o que vimos na introdução, além do HTML5, recorreu também a ferramentas como jQuery e suas variações, como jPlayer, jQuery Reel, e jQuery Address (DUENES et al 2013). Trata-se, basicamente, de uma biblioteca de uma linguagem de programação, a JavaScript, a qual permite aos programadores escreverem pequenos

---

<sup>38</sup> “Na informática, um *plug-in* ou módulo de extensão (também conhecido por *plug-in*, *add-in*, *add-on*) é um programa de computador usado para adicionar funções a outros programas maiores, provendo alguma funcionalidade especial ou muito específica. Geralmente pequeno e leve, é usado somente sob demanda” (PLUG-IN, 2017).

códigos que geram ambientes complexos de navegação, como efeitos gráficos e animações (JQUERY, 2017). Segundo Flatschart (2011), o JavaScript pode ser acrescentado em páginas HTML para fornecer mais interatividade, pois controla os elementos que reagem ao mouse, como menus, janelas e painéis de conteúdo, sendo uma linguagem de fácil sintaxe.

O HTML5 e o JavaScript se unem a uma terceira linguagem usada tanto pela equipe da Folha de S.Paulo quanto de O Tempo para a programação da GRM: CSS3. Flatschart (2011) define a CSS como uma linguagem de estilo, a qual possibilita a formatação e apresentação do conteúdo, como *layout*, cores e fontes. “O uso do CSS permite que conteúdo e apresentação (estilo) sejam trabalhados de forma independente, conferindo flexibilidade e modularidade ao fluxo de trabalho para web” (FLATSCHART, 2011, locais do Kindle 568-569). De acordo com os profissionais que trabalham com *Design* e Desenvolvimento nas seções Tudo Sobre, da Folha, e Especiais, de O Tempo, essas são as três linguagens de programação que sustentam toda a criação.

A integração das três linguagens, conforme Flatschart (2011), ocorre por meio de APIs (*Application Programming Interface*), os quais o autor descreve como “uma interface que permite a interação entre os *softwares* facilitando sua integração de maneira semelhante a uma interface que auxilia na comunicação entre nós, usuários, e os diversos dispositivos com os quais convivemos no nosso dia a dia” (Flatschart, 2011, locais do Kindle 667-669). São os APIs que permitem ainda a inserção de elementos como geolocalização, controle de áudio e vídeo, além de possibilitar que componentes sejam arrastados (*drag & drop*), *bitmaps* sejam desenhados (*canvas*), entre outras ações que só podiam ser inseridas mediante tecnologias acessórias.

Em relação aos *softwares*, tanto a Folha quanto O Tempo possuem a licença ou a assinatura dos programas do pacote Adobe, como Photoshop, para tratar fotos, Illustrator, para criação de infografias, Premiere e Afecter Efects, para edição de vídeos, todos eles destacados por Manovich (2013) como as sendo os *softwares* comercialmente mais utilizados. As programadoras de O Tempo utilizam ainda o DreamWeaver para a edição de HTML. No entanto, elas dizem que esse programa é dispensável, tendo em vista que o código de HTML pode ser escrito no próprio bloco de notas. Da mesma forma, na primeira matéria Tudo Sobre da Folha, A Batalha de Belo Monte, os profissionais disseram ter usado um *software* já extinto, o Edge Making, para a edição de HTML.

Em O Tempo, é utilizado ainda o Bootstrap, que auxilia na adaptação do site nas diferentes plataformas. Para a criação de animações e movimento, as *webdesigners* utilizam ainda o jQuery. Já na Folha, outra aplicação presente é o Unity, para fazer games.

### 2.1.1 Capacitação de profissionais e aquisição de softwares e tecnologias

O HTML5, o CSS3 e o JavaScript são linguagens livres, cujas bibliotecas de códigos são gratuitas. De posse das bibliotecas, o programador precisa escrever os códigos que vão originar as interfaces com as quais interagimos. Assim, as empresas não necessitam adquirir *softwares* para esse fim, somente contratarem um programador. Na Folha, existem dois programadores, Rogério Pilker e Lucas Zimmermann, e, junto deles, outros profissionais formam o núcleo de imagem da empresa, que também trabalha com *Design* e Desenvolvimento para a seção, como Rubens Alencar, Thiago Almeida e Ângelo Dias. Já o jornal O Tempo conta com a *webdesigner* Aline Medeiros, desde 2011, para propor *layouts* de reportagens especiais para a internet. Em 2012, foi contratada a *webdesigner* Larissa Ferreira que, apesar de ter a função de cuidar das demandas mais gerais do portal da publicação, também auxilia na criação dos especiais.

Assim como os investimentos feitos na contratação de programadores, as equipes de desenvolvimento para *web* dizem que não há resistência para a compra de *softwares*. Em relação ao pacote Adobe, toda a redação da Folha utiliza algum de seus *softwares*, e até mesmo a medição de audiência na internet é feita por um de seus aplicativos, assim como a redação das notícias pelos jornalistas. “O Pacote Adobe é nossa principal ferramenta. Se a Adobe falar amanhã: ‘não pode mais’, fechamos e vamos embora para a casa”, resume Ângelo. A realidade é a mesma no jornal O Tempo.

Em ambos os jornais são usadas versões diferentes dos mesmos *softwares*, umas mais antigas que outras, porque as atualizações são pagas. Mas isto não é visto como uma dificuldade, em nenhuma das duas empresas, pois as máquinas de cada profissional têm os programas nas versões necessárias para que eles possam exercer suas funções.

A *webdesigner* Aline Medeiros destaca que pode haver incompatibilidade nos arquivos gerados pelas diferentes versões dos *softwares*. Assim, ao criar um trabalho, é necessário salvá-lo para abrir em uma versão mais antiga, o que pode fazer com que ele perca propriedades não disponíveis anteriormente. Entretanto, ela ressalta que isso não é um problema em O Tempo, porque os profissionais com quem as *webdesigners* trabalham mais diretamente possuem todos a mesma versão do *software*.

As duas equipes deixaram bem claro que, no caso de necessidade de compra de um *software*, desde que com a devida explicação, o jornal recebe bem o pedido. Para exemplificar, Rogério Pilker contou que foi preciso a aquisição do Unity 3D, um programa que desenvolve games 3D, para as reportagens Batalha de Belo Monte e Rio em

Transformação<sup>39</sup>. Segundo ele, foi necessário convencer a todos e mostrar que o resultado ficaria positivo, mas que, assim, a aquisição foi realizada. Da mesma forma, o criador de animações de O Tempo, Bruno Grossi, declarou que, se é necessário um certo *software* para poder fazer bem o trabalho, basta conversar e explicar.

A decisão sobre a utilização ou mudança de *softwares* e linguagens de programação é da própria equipe de *Design* e Desenvolvimento, também em ambas as empresas. Da mesma forma, são os próprios funcionários que procuram se capacitar para conseguir lidar com as novas ferramentas que surgem.

O ex-editor adjunto de arte da Folha, Mario Kanno, relata que, antes da reportagem sobre Belo Monte, a editoria de imagem, hoje núcleo de imagem, já vinha testando novas formas de apresentação de conteúdo na internet. Segundo ele, era um trabalho paralelo, sem o consentimento da secretaria de redação, tendo em vista que o produto de maior atenção é o impresso. Ainda de acordo com Kanno, o então editor de arte Fábio Marra deu permissão para que ele contratasse *designers* que soubessem programação e um programador. E, assim, a partir dos testes, foi possível colocar no ar A Batalha de Belo Monte. “Se tivesse começado ali, não teria feito, porque não ia dar certo, é muito complexo, muito difícil. Não fazer o produto, não programar o HTML, mas há necessidade de programar e fazer funcionar dentro do site que é a Folha”, explica.

O ex-editor adjunto ressalta que a iniciativa em tentar produzir conteúdo diferente para a internet sempre foi da editoria de arte, principalmente em coberturas maiores, que demandam tempo. “Se era um projeto como eleições, ou alguma reportagem especial, fazíamos alguma coisa acontecer bem. Nas reportagens diárias, era mais difícil”, explica. Kanno ressalta que a equipe tentava utilizar *softwares* variados na produção de GRMs. “Tudo o que era para experimentar, diferente, eu gostava de ficar testando”, acrescenta.

Ângelo Dias esclarece também que as informações sobre as linguagens de programação HTML, JavaScript e CSS estão disponíveis na internet, acessíveis a quem se interessar. “Tem muita informação na internet de como fazer e qualquer um pode sentar e escrever”, ressalta.

As *webdesigners* d’O Tempo dizem que a empresa não oferece formação em novas ferramentas, são elas próprias que aprendem a utilizar os recursos a partir de outras reportagens que acessam na internet, em grupos do Facebook, vídeos no Youtube e fóruns de discussão na *web*, já que as modificações são constantes e é melhor aprender na própria rede,

---

<sup>39</sup> Disponível em < <http://arte.folha.uol.com.br/tudo-sobre/rio-em-transformacao/>>. Acesso em 17 mai. 2017.

com outros usuários. “Até porque, nessa área nossa, agora que estão aparecendo os cursos de CSS3 e HTML5. Porque, é tão novo, que todo mundo aprende junto”, reforça Aline Medeiros. O criador de animações de O Tempo, Bruno Grossi, também diz que se qualifica sozinho, porque gosta de aprender as novidades. No entanto, ele ressalta que a empresa permite que seus funcionários se capacitem quando solicitado.

Segundo Bruno, a utilização de diferentes *softwares* para o desenvolvimento de conteúdo não é uma orientação do jornal ou uma preferência dos profissionais que nele trabalham, mas é uma tendência, um padrão de atualização da própria internet. Ele diz, por exemplo, que o Flash: “é mais difícil de carregar, não é todo mundo que sabe usar, não é todo sistema operacional que lê direito. E aí, a própria internet foi evoluindo e criando outras ferramentas”. Conforme o criador de animações, hoje, no próprio HTML é possível fazer animação.

### 2.1.2 Problemas para além da capacitação e da aquisição de ferramentas

A dificuldade encontrada pelas equipes de *Design* e Desenvolvimento é mais fazer o conteúdo funcionar inserido nos portais dos jornais, nos diferentes *browsers*, plataformas e sistemas operacionais. Conforme Mário Kanno, os códigos de HTML são escritos e uma parte deles testado no computador do próprio programador. Em seguida, é necessário verificá-los na internet, ainda que de forma oculta. “Aí você tem que testar isso no servidor da Folha, que é completamente maluco, é diferente, pode bloquear várias coisas”, acrescenta o ex-editor adjunto.

Se aceito no servidor, o conteúdo deve também funcionar corretamente onde quer que seja visto pelo usuário. Apesar de o HTML5 ser responsivo, isso não faz com que o conteúdo se adeque perfeitamente em todas as plataformas, *browsers* e sistemas operacionais<sup>40</sup>. Segundo Rogério Pilker, a programação é feita na tentativa de comportar todas as diferenças<sup>41</sup>. Depois, é necessário fazer um teste em cada plataforma para corrigir os eventuais problemas. Na Folha, o conteúdo é testado no Windows Phone, no Ipad, no Iphone,

---

<sup>40</sup> Flatschart (2011), quando escreveu seu livro, relatou que o maior receio dos programadores era a compatibilidade do HTML5 com os dispositivos e *browsers* em uso, de forma a atingir o maior número de usuários possíveis. Na época, o autor disse que os códigos e recursos da linguagem já eram aceitos pela maioria dos navegadores e plataformas, apresentando problemas apenas no Internet Explorer, uma realidade comentada tanto por profissionais da Folha, quanto pelos de O Tempo.

<sup>41</sup> O único Tudo Sobre que não foi genuinamente responsivo foi o primeiro, a Batalha de Belo Monte, devido à tecnologia e ao conhecimento incipiente da época. Neste caso, foram feitas duas versões diferentes, cada uma com um código, uma para *desktop* e outra para *mobile*.

em Android, em Windows e em um Mac, segundo a equipe, os principais *players* e *browsers* em uso atualmente.

Nos testes, os problemas começam a aparecer e, se necessário, todo o código precisa ser refeito. Um dos casos relatados pela equipe da Folha foi de um especial em que a rolagem da tela não funcionava no Iphone, e o código precisou ser novamente produzido para a correta execução do conteúdo.

A equipe também tem a preocupação em manter o conteúdo esteticamente agradável em todas as telas, do celular ao computador de mesa. Vídeos em *autoplay*, por exemplo, não apresentam tal funcionalidade nos *smartphones*, que necessitam de uma ação voluntária do usuário, ou seja, um clique. Imagens grandes, que na tela do computador ficam completamente visíveis, têm partes cortadas nos *smartphones* e *tablets*. Assim, em alguns casos, a equipe precisa fazer duas versões de um infográfico ou mapa, uma para celular e outra para *desktop*.

A mesma dificuldade é enfrentada no jornal O Tempo. “O conteúdo apresentado nos computadores não pode ser o mesmo conteúdo dos celulares, tanto em quantidade de texto, quanto de imagem, porque, às vezes, uma imagem não fica tão boa no celular”, explica a *webdesigner* Larissa Ferreira. Em O Tempo, a equipe utiliza um *software*, o Bootstrap, conforme já citado, que adequa o conteúdo para as diferentes telas. Mesmo assim, Larissa diz que há necessidade de tratar os conteúdos de forma diferente e, muitas vezes, refazer para o *mobile*. O criador de animações Bruno também conta que, em alguns casos, precisa produzir duas imagens, dois formatos, um para cada plataforma.

Além disso, as *webdesigners* explicam que a versão acessada no celular passa por um tratamento diferente. Nesse conteúdo, é utilizada uma tecnologia chamada AMP (*Accelerated Mobile Pages*), que otimiza o carregamento dos sites, tentando fazer com que abram em apenas quatro segundos e permitindo que, mesmo com uma conexão ruim, o usuário consiga acessar a página. Com essa tecnologia, a programação tem algumas restrições, como a proibição de utilizar JavaScript que, segundo as *webdesigners*, é a linguagem com a qual são produzidas as animações. “As linguagens são as mesmas. Usamos HTML e CSS. O que difere é o AMP, que é a linguagem do *mobile*, que é muito mais restrita. É a mesma linguagem (HTML, CSS), mas arquivos diferentes”, esclarece Larissa Ferreira.

Em relação aos *browsers*, elas dizem não terem tantos problemas. Mas, assim como os profissionais da Folha, reclamam muito do Internet Explorer, porque o navegador não acompanha a evolução dos códigos usados na programação. “Você insere um determinado código, trabalha de uma determinada forma e não vai funcionar nele”, relata

Aline Medeiros. No entanto, as *webdesigners* dizem que o Internet Explorer está em último lugar nas medições de audiência da empresa, então, elas não se preocupam tanto com o navegador. De qualquer forma, assim como na Folha, testes são realizados em Ipad e em diferentes modelos de celular para verificação e correção de problemas.

Por causa dos testes, a equipe da Folha reclama de outro problema: precisam de tempo para preparar, fazer funcionar e testar as produções, o que nem sempre conseguem. Para Rogério Pilker, seriam necessárias duas semanas só para testes em vários sistemas operacionais, plataformas e *browsers*, já que um erro mínimo pode ser encontrado só no final do conteúdo, por exemplo. Entretanto, essa é uma questão nem sempre bem compreendida por toda a equipe que está produzindo o Tudo Sobre<sup>42</sup>. Os profissionais de *Design* e Desenvolvimento reclamam que, muitas vezes, há falta de planejamento ou o planejamento não é seguido e todos ressaltam: especial necessita de planejamento. “(...) Precisamos planejar, precisamos de um mês para fazer isso, no mínimo, um mês para fazer um especial. Isso aqui na Folha ainda é complicado”, diz Thiago Almeida.

A equipe relata que a redação ainda está muito focada nas artes para o impresso, que, segundo eles, é uma produção que se resolve com mais rapidez. “Sentimos que, do primeiro Tudo Sobre para hoje, as pessoas entendem que demandamos mais tempo. Só que ainda é novo. Todo mundo pensa que dá para fazer todas as coisas (...)”, relata Thiago Almeida. Rogério Pilker conta que, em A Batalha de Belo Monte, a equipe de *Design* e Desenvolvimento solicitou que todo o material estivesse pronto 15 dias antes da publicação da matéria. “Até hoje esse pedido não foi atendido”, conclui.

Ainda sobre o primeiro Tudo Sobre, Mário Kanno comenta que Rogério Pilker estava corrigindo problemas que surgiram ao colocar todo o conteúdo no servidor da Folha, quando o coordenador do projeto e repórter Marcelo Leite solicitou algumas correções de texto. “Porque ele tinha passado o texto [para a equipe de *Design* e Desenvolvimento], mas não estava revisado. Aí ele compreendeu o que era corrigir um texto direto no HTML”, acrescenta. Na época, segundo Kanno, os textos precisavam ser editados diretamente no código. “Sabe aquela tela do Matrix, preta, com 80 mil quilômetros? Procura a palavra e troca cada um dos parágrafos”, diz, ressaltando a dificuldade de tal operação. Foi somente neste momento que, segundo o ex-editor adjunto, o jornalista compreendeu por que todo o conteúdo precisava estar pronto com 15 dias de antecedência.

---

<sup>42</sup> Mario Kanno também relata que uma das dificuldades era a equipe de TI (Tecnologias da Informação), que impedia testes com novas formas de apresentação de conteúdo alegando prevenção à segurança do sistema.

As *webdesigners* de O Tempo relatam que essa também é a dificuldade mais frequente que enfrentam, porque os jornalistas acham que as modificações são rápidas e podem ocorrer a qualquer momento. “Aquilo ali foi estruturado, todo construído para que, na hora em que você resolver mudar um erro ortográfico, por exemplo, seja rápido. Mas tem uma construção por trás daquele projeto”, diz Aline Medeiros. Em concordância com Thiago Almeida da Folha, Larissa Ferreira também comenta que os repórteres se “apegam em um direito de editar”, presos ainda na concepção do impresso, em que as mudanças de textos são mais rápidas e fáceis. Aline Medeiros acrescenta que, muitas vezes, o projeto tem potencial para ser excelente, mas não se torna pelo descumprimento dos prazos. “Aí, chega um dia antes e estamos sem conteúdo nenhum. Às vezes, tem o nome e olhe lá. Isso é muito comum”, fala a *webdesigner*. Por outro lado, elas acrescentam que, se comparado ao início, já houve uma melhora e que os jornalistas estão tentando se adequar.

Outra questão que influencia o *Design* e Desenvolvimento das GRM é a banda da internet. Internamente, a Folha tem um servidor que suporta arquivos com, em média, 5 MB, o que a equipe não considera ruim, porque as produções não ficam pesadas e o usuário faz *download* rapidamente do conteúdo. Segundo eles, as reportagens não podem ter um tamanho grande (em *megabytes*) para não dificultar o acesso pelo 3G ou 4G no celular. “Não adianta você fazer um superespecial, lindo, fotos gigantes, tudo mais, se demora 12 minutos para ver no celular, porque tem que baixar 20 MB. Não dá”, comenta Ângelo Dias. Rubens Alencar ressalta que, muitas vezes, é necessário rever a programação, os códigos utilizados, para deixar as produções mais leves.

Ângelo Dias relata, ainda, que muitos dentro da redação abrem fotos de um especial e consideram que a qualidade está baixa. “(...) É que a foto com 100% da qualidade dela pesa quatro vezes mais do que com a qualidade em 60%. (...) Aí falamos: ‘você quer que o usuário veja a foto ou não? Porque, se você quiser que o usuário veja a foto neste tamanho, ele não vai ver, nunca vai carregar’ (...)”, explica. Thiago Almeida ressalta que a equipe está se aperfeiçoando e que houve melhoras desde o primeiro Tudo Sobre; atualmente, eles já aprenderam a deixar as imagens mais leves e com qualidade, mas o processo de aprimoramento é contínuo.

Para a equipe da Folha, esses problemas têm relação também com as constantes mudanças e novidades possibilitadas pela internet, conforme as *webdesigners* de O Tempo já tinham relatado, quando falavam sobre capacitação. Segundo Ângelo Dias, as especificações técnicas do código mudam sempre, e, assim, se faz necessário testar constantemente as novidades que aparecem pela internet. “Se você olhar o código do Belo Monte hoje, o código

do JavaScript, do CSS, a gente fala: ‘Nossa! (...) Sério que fizemos isso?’”, acrescenta Rubens Alencar, dizendo que os códigos ainda eram muito incipientes.

Além da internet, outro limitante é a capacidade dos processadores das máquinas que vão acessar o conteúdo. Para exemplificar, Rogério Pilker relata um acontecimento no Tudo Sobre Crise da Água:

Eu estava usando uma tecnologia que simulava gotas de água na janela, gotas de lama na tela. Só que isso exigia tanto do processador, que eu falei: “no Mac aqui ainda está ok, se você pega um computador ruim, vai explodir. Não vale a pena”. Todo mundo adorou, mas eu falei: “Não dá”. Tirei, mas era para ter. Ficou superlegal, mas...

Em O Tempo, conforme mostrado anteriormente, é utilizada uma tecnologia diferente (AMP) para *mobile* no intuito de otimizar o carregamento, mas as *webdesigners* Aline e Larissa também seguem outros procedimentos que permitem um conteúdo mais leve e, portanto, de mais rápido acesso. Além de pensar no código de forma a também melhorar o tempo de carregamento, elas dizem que fazem o *upload* das fotos para um site que reduz o tamanho sem retirar a qualidade. “O máximo que a gente consegue diminuir o peso dos arquivos, de tudo, a gente executa para facilitar justamente para as pessoas que não estão com uma banda boa para receber aquele conteúdo”, ressalta Aline. O construtor de animações Bruno Grossi concorda, dizendo que há sempre a tentativa de produzir conteúdo mais leve.

As *webdesigners* acrescentam, ainda, que há a preocupação em preservar o servidor do jornal O Tempo para que não saia do ar. Larissa Ferreira diz que Aline e ela fizeram o *upload* de um *hotsite*<sup>43</sup> sobre o time mineiro de futebol América com pressa e, por isso, não realizaram os procedimentos para deixar o conteúdo menos pesado. “Quando o América ganhou o campeonato mineiro e eles subiram o site, a quantidade de pessoas que acessaram, como estava pesado demais, derrubou o portal inteiro”, conclui Larissa.

Elas acreditam que a internet brasileira não é tão potente, porque acessam sites do mundo inteiro, procurando novidades, e percebem que há uma demora no carregamento do conteúdo de portais estrangeiros, o que não deve acontecer nos países de origem. A equipe da Folha comenta que o programador Lucas Zimmermann sempre brinca em relação à cidade em que nasceu, Muzambinho, no interior de Minas Gerais, dizendo que alguns conteúdos ficaram tão pesados, que a internet do município não suportaria. Rubens Alencar ressalta que alguns

---

<sup>43</sup> Segundo a coordenadora de *cross media* de O Tempo, Karol Borges, no jornal, um *hotsite* é formado por várias matérias, em separado, sobre um assunto, reunidas em um mesmo espaço. É diferente de uma GRM, cujo conteúdo todo pode ser acessado em uma mesma matéria verticalizada.

lugares no próprio estado de São Paulo não possuem internet e Ângelo Dias conta que ele mesmo morou 12 anos em um local sem internet.

### 2.1.3 A internet no Brasil

Essas realidades relatadas pelas equipes de *Design* e Desenvolvimento das publicações são apontadas pela pesquisa TIC Domicílios 2015, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br, 2016). Conforme o levantamento, quase metade dos domicílios brasileiros (49%) nem mesmo possuem internet. Nas áreas rurais, as residências conectadas apresentam um percentual ainda mais baixo, apenas 22%, enquanto 56% dos domicílios nas áreas urbanas têm à disposição o serviço. O Norte é região com menor percentual de residências conectadas: 38%, e o Sudeste apresenta a maior taxa: 60%. Apesar disso, em números absolutos, este é a área com mais domicílios desconectados: 11,7 milhões.

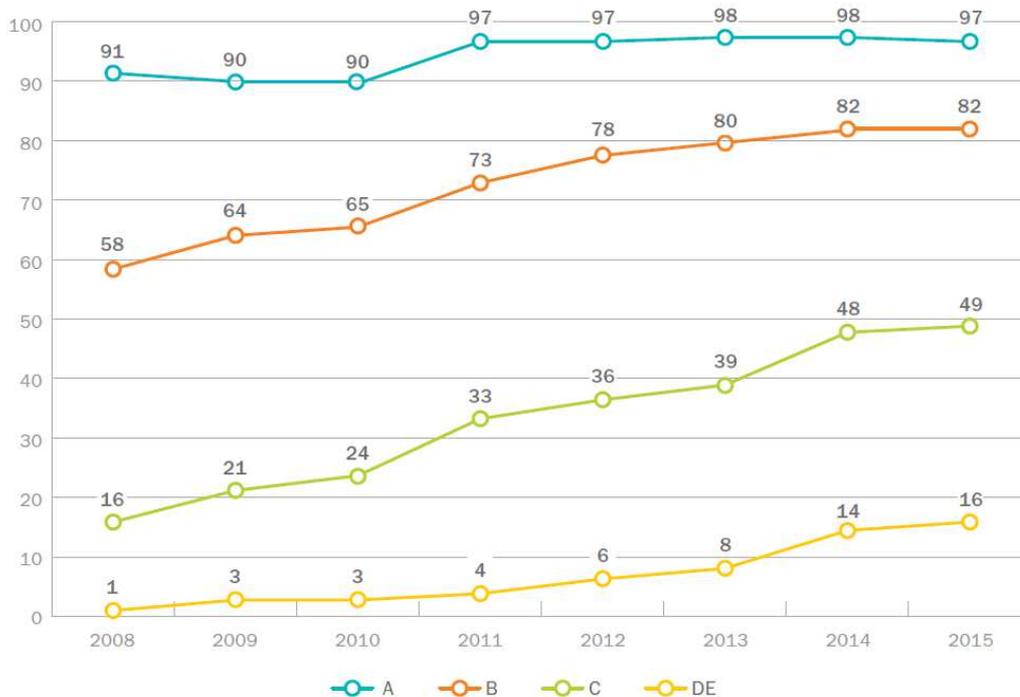
**Tabela 2 - Domicílios segundo acesso à internet, por região (2015)**

		Domicílios com acesso à Internet (em milhões)	%	Domicílios sem acesso à Internet (em milhões)	%
Total		34,1	51%	32,8	49%
Região	Sudeste	17,4	60%	11,7	40%
	Nordeste	7,0	40%	10,5	60%
	Sul	5,4	53%	4,9	47%
	Norte	1,9	38%	3,1	62%
	Centro-Oeste	2,5	48%	2,7	52%

Estimativas em milhões de domicílios e percentual sobre o total de domicílios

Fonte: CGI.br, 2016, p.133

Entre as classes sociais, também há uma grande diferença: enquanto 97% das residências na classe A possuem internet, 16% da classe DE estão conectadas. Segundo a pesquisa, cerca de 30 milhões de domicílios das classes C e DE não possuíam internet, praticamente metade das casas do país.

**Gráfico 1 - Proporção de domicílios com acesso à internet, por classe social (2008-2015)**

Percentual sobre o total de domicílios

Fonte: CGI.br, 2016, p.133

Em relação aos tipos de conexão, 68% dos domicílios brasileiros possuem banda larga fixa, sendo 26% em conexões DSL<sup>44</sup> e 34% via cabo ou fibra ótica. Já o acesso à internet por banda larga móvel via modem 3G ou 4G está presente em 22% das residências. No Norte, as conexões móveis representam 48%, enquanto a fixa fica em 47%. A conexão móvel também é maioria nas áreas rurais: 32%, contra os 21% de banda larga fixa. Esse tipo de internet está mais presente ainda nos domicílios das classes DE e com renda de até um salário mínimo: são 41% das residências nestas condições. Assim, a pesquisa relaciona a presença de internet móvel banda larga a locais com infraestrutura mais precária (CGI.br, 2016).

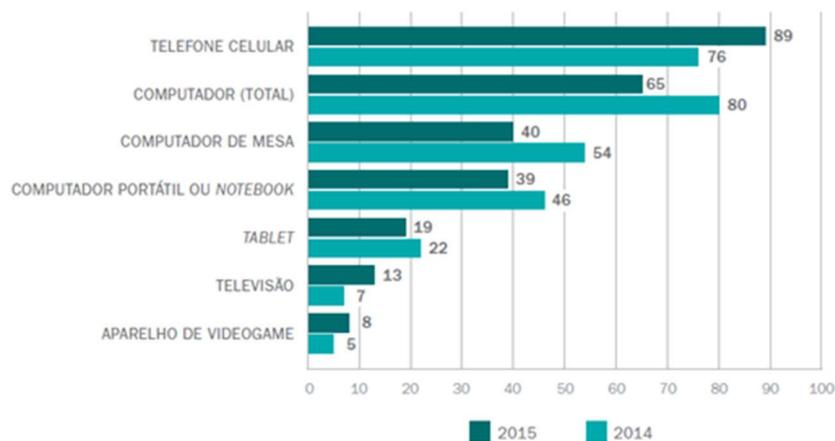
A velocidade da internet também sofre uma alta variação de acordo com a classe social e com as regiões do país. 47% dos domicílios pertencentes à classe A contrataram velocidades acima de 8 Mbps, enquanto somente 10% da classe DE tinham conexões acima dessa velocidade. Nas áreas urbanas e na região Sudeste do país, 24% das residências também possuíam internet acima de 8 Mbps. Mas, apenas 11% das casas no Norte brasileiro contratam o serviço acima desta velocidade. O percentual é ainda menor nas áreas rurais: 3%.

A pesquisa revelou que o celular passa a ser o principal aparelho para o acesso à internet. Em 2014, 80% dos usuários acessaram à rede por computadores (de mesa, *notebook* ou *tablet*) nos três meses anteriores à pesquisa, enquanto, em 2015, essa era a forma de acesso de 65% dos internautas, uma queda de 15 pontos percentuais. Nesse mesmo ano, 89% dos internautas usaram o celular, um aumento de 13 pontos percentuais em relação a 2014, quando o dispositivo representava a forma de acesso em 76% dos casos.

---

<sup>44</sup> Internet banda larga disponibilizada por linha telefônica.

**Gráfico 2 -** Proporção de usuários de internet, por dispositivo utilizado para acesso individual (2014-2015)



Percentual sobre o total de usuários de internet

Fonte: CGI.br, 2016, p.133

O celular é o principal meio de acesso à internet para 35% dos internautas. Essa porcentagem é ainda maior entre os usuários das classes sociais DE (65%), e nas regiões Nordeste (43%), Norte (55%), além das áreas rurais (56%). Quanto mais alta a classe, conforme a pesquisa, maior a variedade de aparelhos para se acessar a internet: 71% da classe B e 84% da classe A usam tanto computador (de mesa, *notebook* ou *tablet*) quanto o celular para acesso à rede. Isso pode reforçar a “hipótese de que o telefone celular se configura como alternativa para o uso da rede nas áreas em que a infraestrutura de Internet fixa é mais precária” (CGI.br, 2016, p. 145). O número expressivo de usuários conectados pelo celular faz com que também seja crescente a utilização da internet em momentos de deslocamento, como na rua, no ônibus, metrô ou carro, indo de 13%, em 2013, para 43%, em 2015.

**Tabela 3** – Proporção de usuários de internet por equipamentos usados para usar a rede, por classe social

		Usuários de Internet que usaram a rede apenas pelo computador (de mesa, portátil ou tablet)		Usuários de Internet que usaram a rede apenas pelo telefone celular		Usuários de Internet que usaram a rede tanto pelo computador quanto pelo celular	
		2014	2015	2014	2015	2014	2015
TOTAL		24%	11%	20%	35%	56%	54%
CLASSE SOCIAL	A	13%	8%	2%	8%	85%	84%
	B	22%	10%	10%	19%	68%	71%
	C	25%	11%	26%	44%	48%	44%
	DE	30%	10%	39%	65%	31%	24%

Percentual sobre o total de usuários

Fonte: CGI.br, 2016, p.133

Assim, a pesquisa reforça as preocupações cotidianas dos programadores da Folha e de O Tempo: produzir uma reportagem leve que, mesmo esteticamente agradável para qualquer dispositivo, tenha *download* rápido para qualquer usuário, utilizando uma internet ainda que de baixa velocidade. Como a pesquisa mostrou, a qualidade da internet no Brasil, em suas diferentes regiões e classes sociais, não é uniforme, por isso a importância de se pensar nos usuários com conexões ruins. Além disso, o conteúdo totalmente adaptado para o celular também é de extrema relevância, tendo em vista que quase 90% dos internautas utilizam este dispositivo. Em ambas as redações, a informação é de que cerca de 60% do acesso *online* também é por celular.

## 2.2 O grau de prioridade do jornalismo multicódigos para a empresa jornalística

Da parte dos profissionais que trabalham diretamente com os componentes iniciais os quais permitem o desenvolvimento de uma GRM (linguagens de programação, *softwares*, largura da banda da internet, capacidade dos computadores), já levantamos quais são as principais dificuldades. Mas, além disso, queremos saber qual é o grau de prioridade da GRM para os gestores da Folha e de O Tempo e quanto tempo os profissionais podem dedicar para a produção desse jornalismo multicódigo. Para isso, pesquisamos qual a percepção dos profissionais envolvidos na construção da GRM e das chefias em relação a esses aspectos.

O repórter especial da Folha, Marcelo Leite, que coordenou vários projetos com o selo Tudo Sobre e também atuou como repórter, considera que há uma boa receptividade para a GRM na Folha de S.Paulo. Segundo ele, A Batalha de Belo Monte, por exemplo, foi uma proposta da própria secretaria de redação do jornal e, desde então, a equipe também sugeriu outras reportagens, como a Crise da Água e sobre a Zika<sup>45</sup>, por exemplo, sendo que todas foram aprovadas. E acrescenta:

Evidentemente não é um projeto que você possa fazer um a cada dia. São coisas caras, envolvem muita gente, tirar pessoas do dia-a-dia do jornal, da edição diária para cuidar disso. Especialmente nessa época agora, de demissões, de recursos escassos, é difícil aprovar um projeto desses, mas não tem sido impossível. (...) Temos conseguido fazer um por ano. Me parece bastante bom.

Para o repórter colaborador da Folha Marcelo Soares<sup>46</sup>, reportagens como A Batalha de Belo Monte são matérias que precisam ser produzidas por jornais de importância como a Folha, porque é esse tipo de trabalho que a diferencia de uma publicação regional. No entanto, ele também ressalta que se gasta muito dinheiro. “E a imprensa brasileira, em geral, tem perdido essa capacidade financeira. É uma crise financeira que caiu sobre todo mundo violentamente”, explica. O jornalista acredita que a Folha quer continuar fazendo este tipo de reportagem, mas esbarra no alto custo.

Além disso, o repórter acrescenta que, no início, logo após Belo Monte, utilizou-se muito a marca Tudo Sobre e, depois, para não desgastá-la, a empresa decidiu usá-la menos. Ainda assim, ele ressalta que o jornal produz conteúdo multicódigo, mas em menor escala, e que Batalha de Belo Monte, para ele, “é mais uma vitrine do que é possível fazer, um laboratório, do que algo para ser feito cotidianamente”.

A equipe de *Design* e Desenvolvimento concorda. Os profissionais dessa área também falam sobre o alto investimento financeiro para se produzir um Tudo Sobre, como viagens e aluguel de helicóptero, por exemplo. Dizem ainda que, diferente do que foi feito no início, não se pode publicar muito na seção para que ela não perca seu fator novidade. “É grande. Não é uma coisa que todo fim de semana é publicado um. Eu acho importante essa diferença de relevância dos produtos”, diz Ângelo Dias. Rubens Alencar explica que, além do Tudo Sobre, são produzidos outros especiais multicódigos na respectiva ordem de

---

<sup>45</sup> Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/tudo-sobre/o-mosquito/>>. Acesso em 26 mai. 2017.

<sup>46</sup> Marcelo Soares foi repórter da equipe da Folha, mas, atualmente, trabalha como *freelancer* para a empresa.

importância: o Homero<sup>47</sup>, no estilo do Tudo Sobre, mas com menos informações; e o Tema<sup>48</sup>, que é um especial com múltiplos códigos ainda menor. Eles esclarecem que, para poder pertencer ao Tudo Sobre, há a necessidade de um assunto mais complexo e que renderá vários capítulos, por exemplo.

A opinião do ex-editor de vídeo Douglas Lambert aproxima-se do pensamento de Marcelo Soares: a Folha faz este tipo de reportagem mais pelo *status* que ela fornece à empresa do que pelo jornalismo em si. Para Lambert, atualmente, a Folha prefere publicar este tipo de material se houver patrocínio, como ocorreu no caso de Crime sem Castigo e Desmatamento Zero<sup>49</sup>, por exemplo. “Mas me parece que a questão financeira, que o jornal não quer investir nisso para sustentar outras áreas da redação, que, a meu ver, nem sempre valem a pena serem sustentadas”, argumenta. Dentre as áreas que não merecem investimento, para ele, estaria a produção de revistas especiais que, segundo Douglas, são caras e não trazem retorno financeiro suficiente.

Conforme a editora de Digital da Folha, Camila Marques, há anos o jornal já trabalha com os múltiplos códigos. No entanto, ela confirma que as GRMs começaram a ser produzidas após a publicação de *Snow Fall* pelo The New York Times, como já dissemos na introdução desta dissertação. Para ela, a grande reportagem, seja no impresso ou com múltiplos códigos na internet, tem a mesma importância para empresa. “Quando uma pauta extensa e especial é proposta e começa a ser executada, ela já nasce com o enfoque de ser também multimídia (fotos, vídeos, uma narrativa especial mais longa na web, etc)”, explica.

A editora argumenta que a Folha considera importante esse tipo de reportagem, mas diz que, pela alta demanda de investimento, é inviável se produzir mais do que é feito atualmente e concorda que não é todo tipo de conteúdo que se encaixa no formato. De qualquer forma, Camila defende: não é que exista uma política de se produzir reportagens no estilo Tudo Sobre, mas que a política “é debater, escolher, moldar e planejar que pautas no ano serão feitas com esse formato”.

Em relação a O Tempo, a repórter multimídia Natália Oliveira também acha que, desde 2015, a empresa tem se preocupado mais com as GRM. “O Menino de Abrigo, por exemplo, nós ficamos três meses fazendo, eu acho que é um tempo grande para jornais diários, algo que não acontecia antes e hoje eu vejo que está acontecendo bastante”,

---

<sup>47</sup> Um exemplo de produção multicódigos neste estilo está disponível em <arte.folha.uol.com.br/esporte/2017/voz-arquibancadas/>. Acesso em 21 nov. 2017

<sup>48</sup> Um exemplo de produção multicódigos nesse estilo está disponível em <http://temas.folha.uol.com.br/crianca-do-dia/>. Acesso em 28 nov. 2017

<sup>49</sup> Disponível em: <http://arte.folha.uol.com.br/tudo-sobre/desmatamento-zero/>. Acesso em 24 mai. 2017

argumenta. Ela acrescenta que o jornal sempre produz grandes reportagens para a internet. Para Natália, a empresa está começando a compreender que não é possível só ficar nas matérias do dia a dia, mas que também é importante investir em reportagens maiores.

Com ela, concorda o criador de animações Bruno Grossi. Ele explica que o jornal aposta em reportagens especiais tanto no impresso quanto multicódigos, quando há temas relevantes, porque isso fornece visibilidade para a empresa. Segundo Bruno, O Tempo tem experiência nessa área, com premiações nessas reportagens.

A coordenadora de *cross media* da empresa, Karol Borges, também diz que o jornal se preocupa com as reportagens multicódigos, apesar de o principal produto ser o impresso. Ela ressalta que O Tempo investe em tempo e em pessoal, e que há um olhar da chefia para esse modelo, diferente de quando ela ingressou na empresa, em 2011. Inclusive, a coordenadora foi contratada, segundo ela, porque o jornal queria uma pessoa mais dedicada às matérias do site, já que havia muita preocupação apenas com o impresso. Karol iniciou em O Tempo na época em que a publicação estava começando a pertencer mais à era do digital, com os aplicativos para *smartphone* e *tablet*, além de uma remodelagem do portal. “Na verdade, o que eu faço é isso: pensar como todas as pautas podem ser apresentadas em todas as mídias que o jornal tem”, conclui.

O secretário de redação Murilo Rocha diz que não há uma prioridade para a GRM, mas uma orientação da secretaria para que a grande reportagem seja planejada em todos os formatos que ela pode assumir. “É impossível você fazer uma grande reportagem pensando só para o impresso. Às vezes vai viajar, vai gastar dinheiro e não vamos usá-la só em um veículo, pensando no portal como um veículo independente. (...) Então, até do ponto de vista mercadológico, é interessante que se pense em todos [os formatos]”, esclarece. O secretário ressalta como dificuldade, no entanto, o peso de anunciantes que ainda é menor no portal, se comparado ao impresso, apesar de ser uma realidade em mudança, segundo ele.

“Eu acho que a grande reportagem, no impresso ou no *online*, é a mesma coisa, é uma grande reportagem. E tanto no impresso quanto no *online*, ela tem que ser prioridade sim”, resume a editora executiva de O Tempo, Lúcia Castro. A editora garante que há investimento para se produzir matérias que vão fornecer um novo olhar sobre o assunto ou colocar em debate um tema esquecido, mas que merece ser ressaltado. De acordo com Lúcia, não se trata de uma política da empresa, mas de uma rotina: todo fim de semana é publicada uma grande reportagem no impresso e também na internet, com múltiplos códigos. “E, se você me perguntar: ‘vai virar política?’. Não vai virar política, porque já é rotina. Agora, quero continuar com ela, quero, dentro das minhas possibilidades, quero muito”, resume.

A editora afirma, contudo, que não se pode deixar de lado o impresso, que continua sendo prioridade: tanto ele quanto o digital precisam ser feitos com muita qualidade. Além disso, ela ressalta que a internet possui ampla gama de informação, mas também muita desinformação, por causa de notícias falsas, e a notícia digital confiável é aquela ligada a um grupo de mídia de credibilidade, antigo, que possui jornais impressos. “Então, o conteúdo da internet está muito ancorado na credibilidade da marca O Tempo. E a marca O Tempo é o impresso”, conclui. De fato, conforme exposto na introdução, autores como Salaverría e Negrodo (2008), dizem que, na convergência das empresas de comunicação, a credibilidade construída durante os anos auxilia na conquista de usuários.

### 2.2.1 Tempo disponibilizado para a produção

Em geral, grandes reportagens especiais são planejadas, produzidas e editadas durante meses, por isso, nem todos os profissionais se dedicam 100% do tempo durante toda a produção. Pelo menos, é desta forma que acontece em relação ao Tudo Sobre na Folha de S. Paulo. Segundo o repórter especial Marcelo Leite, A Batalha de Belo Monte levou dez meses para ser concluída; já na reportagem Desmatamento Zero, foram quatro meses de trabalho e não foi durante todo o processo dessas reportagens que Marcelo ficou por conta delas. “Mas, especialmente na reta final, no mês final antes da publicação, é comum que eu fique 90%, 100% dedicado ao meu trabalho”, explica.

Marcelo Leite esclarece que, já ao final do projeto, quando a matéria está para ser publicada, requer uma dedicação mais exclusiva, porque o processo de edição é mais delicado. “Tem que juntar texto com vídeo, enfim, tem toda uma parte de programação. Precisa ter pelo menos uma pessoa dedicada a isso”, acrescenta. Durante a produção, ele explica que, em alguns momentos, diferentes profissionais precisam trabalhar somente com o projeto, como o jornalista durante as viagens.

O repórter Marcelo Soares relata que acompanhou todo o processo de construção de A Batalha de Belo Monte, mas que a parte destinada a ele (linha do tempo ao final da reportagem) foi produzida apenas ao final de todo o projeto. “Eu só produzi no final, porque eu tinha que fazer minhas outras coisas, exceto dois dias que eu fiquei focado só nisso”, explica.

Na equipe de *Design* e Desenvolvimento da Folha, quando se trata de Tudo Sobre, sempre um profissional fica somente por conta da reportagem, contando com um auxiliar. Rogério Pilker, por exemplo, ficou 100% dedicado em A Batalha de Belo Monte, sem fazer

nada relativo às notícias diárias. Somente se há uma emergência, esse programador ou infografista cumpre demandas do dia. Além disso, Ângelo Dias explica que essa pessoa também pode ser requisitada quando produziu algo que precisa ser atualizado e, por isso, é mais fácil se ela própria realizar os ajustes. A equipe ressalta, ainda, que, na verdade, apesar de serem duas pessoas mais focadas no Tudo Sobe, toda a equipe acaba ajudando e participando. “Quanto mais perto da data de entrega, mais gente se envolve. No começo, é uma pessoa só. Dois dias antes, está todo mundo nisso”, conclui Ângelo.

Já o ex-editor de vídeo da Folha, Douglas Lambert, disse que acumulou seu serviço diário com a edição do audiovisual em A Batalha de Belo Monte. Segundo Douglas, para trabalhar no especial, ele precisou dividir seu serviço: segunda e terça-feira, dedicava-se à reportagem e, no restante da semana, fechava o programa da TV Folha<sup>50</sup>. Isso perdurou até um mês antes da publicação da matéria, em 15 de dezembro de 2013, quando ele argumentou que precisava se dedicar integralmente ao projeto para que ficasse pronto. O pedido foi atendido, mas, segundo Douglas, com algumas condições: além de editar o vídeo para a GRM, ele teria de preparar uma reportagem de seis a oito minutos para o programa da TV Folha. Na realidade, o editor acabou produzindo três vídeos para o programa e um especial de meia-hora para o primeiro programa de janeiro de 2014, o qual foi editado posteriormente, entre o Natal e o fim da primeira quinzena de janeiro. A dedicação mais exclusiva ao Tudo Sobre foi alcançada somente posteriormente, de acordo com Douglas, quando ele assumiu um cargo de chefia e ofereceu essa oportunidade aos editores de vídeo.

Em O Tempo, há alguns profissionais mais específicos para as GRMs e que, portanto, se dedicam mais à produção desses tipos de matéria. Como dito anteriormente, a *webdesigner* Aline Medeiros é destinada à programação dos especiais, mas, mesmo assim, muitas vezes acaba sendo interrompida, porque a demanda de serviço é grande. “É muita correria. Estava montando um especial, já me pararam, por conta do acidente<sup>51</sup>. Tem essas coisas também, da rotina, que vão adiando, vai demorando, atrasando”, explica.

A repórter Natália Oliveira é do *online* e, no site, tem como função a produção de especiais e *hotsites*. Assim, de acordo com Natália, ela possui mais tempo para isso, porém, dependendo dos acontecimentos, precisa auxiliar nas matérias do dia. “(...) Mas nada que atrapalhe o processo. Por exemplo, O Menino de Abrigo ficamos quase três meses fazendo, um dia ou outro eu acabo ficando nas notícias diárias, não tem como”, esclarece.

---

<sup>50</sup> “A TV Folha é o braço audiovisual do jornal Folha de S.Paulo. O material produzido pela equipe é publicado no site da Folha e exibido em um programa semanal na TV Cultura” (TV Folha, 2017).

<sup>51</sup> A entrevista foi realizada no dia do desastre de avião com a equipe do time de futebol Chapecoense, na Colômbia, em 29 de novembro de 2016.

Assim como Natália, o construtor de animações Bruno Grossi também é mais destinado às reportagens especiais e, por isso, Bruno só trabalha com assuntos diários quando todo o restante da equipe está muito atarefado. “Eu acho ótimo, porque acaba que eu tenho mais liberdade, mais tempo para pensar e fazer um trabalho melhor”, diz.

No entanto, essa não é a realidade dos profissionais que fazem cobertura de assuntos factuais e acumulam o trabalho com especiais. De acordo com o secretário de redação Murilo Rocha, o repórter pode ficar dois dias somente por conta do especial. Se o material for muito grande, no máximo cinco dias, com o editor apressando o serviço, por causa da falta de pessoal e do grande volume de notícias factuais. Assim, a orientação é para que o repórter, enquanto apura, já pense no formato da matéria, no tipo de edição e de códigos que serão utilizados, de forma a agilizar a finalização da reportagem. A *webdesigner* Aline conta, inclusive, que muitos jornalistas desenvolvem as reportagens fora do trabalho, porque, devido à equipe reduzida, há a necessidade de se manter a rotina diária.

### 2.2.2 Os recursos financeiros aplicados na construção da GRM

Principalmente na Folha, todos os profissionais envolvidos na GRM ressaltam o alto custo investido para a construção desse tipo de reportagem, já que, em muitos casos, envolvem viagens, aluguel de helicópteros e contratação de mais pessoal. O fotógrafo Lalo de Almeida, que participou em A Batalha de Belo Monte, Crise da Água e Crime sem Castigo, por exemplo, não pertence à equipe da Folha, mas foi contratado para essas matérias. “O investimento é alto para pautas especiais, da coleta de dados e reportagens à finalização, com programadores, editores e infografistas”, afirma a editora de Digital da Folha, Camila Marques.

Conforme disseram principalmente os repórteres Marcelo Leite e Marcelo Soares, esse alto custo é um dos impeditivos para que sejam realizadas mais reportagens com o selo Tudo Sobre. Para auxiliar nos custos, a Folha adota também patrocinadores, conforme falou o editor de vídeo Douglas Lambert: reportagens como Crime Sem Castigo, Desmatamento Zero e Rio em Transformação tiveram patrocínio externo.

Fora isso, a editora de Digital da Folha explica que as matérias do Tudo Sobre são pagas da mesma forma que todas as outras do site por meio do *paywall* poroso<sup>52</sup>: são cinco matérias gratuitas, mais cinco com cadastro no site e, depois disso, é necessário ser assinante.

---

<sup>52</sup> A tradução literal para o termo é “muro de pagamento”, e significa a cobrança para o acesso digital. A modalidade porosa significa o acesso gratuito a um número limitado de conteúdos (CARVALHO, 2014).

“A Folha faz outras grandes reportagens, dá furos e publica especiais exclusivos tão importantes quanto as grandes reportagens. Assim, por enquanto, não pensamos numa cobrança diferenciada”, esclarece Camila Marques.

Ainda que O Tempo produza com mais frequência GRM, até pelo tipo de incentivo da chefia (se é feito um especial para o impresso, há uma versão para a internet), como explicado, Murilo Rocha considera que o jornal ainda produz pouco, devido à falta de recursos financeiros. Segundo ele, há muito mais pautas do que o jornal consegue fazer. “Então, essas limitações estruturais, financeiras, acho que talvez seja o maior problema, porque temos uma equipe superdisposta, com bons profissionais”, ressalta. Conforme o secretário de redação, algumas vezes seria necessária uma viagem mais longa para apuração, por exemplo, o que não é possível por não haver dinheiro. “E hoje há uma limitação em todos os veículos”, conclui.

Em O Tempo, não foram observadas GRMs patrocinadas e o jornal também não possui nenhum tipo de cobrança das matérias disponibilizadas pelo site. O único diferencial é o PDF do jornal impresso disponibilizado apenas para os assinantes. De acordo com a editora executiva Lúcia Castro, a empresa ainda não se sentiu amadurecida o suficiente para tomar a decisão de adotar o *paywall*, devido às consequências que podem ocorrer, como a perda de assinantes. “Ou eu faço um *paywall* decente, igual ao da Folha, do Globo, você tem tantos textos por mês, (...) ou você não faz”, acrescenta. Segundo ela, se houvesse *paywall*, as reportagens especiais fariam parte das regras dele, como acontece na Folha.

### 2.2.3 A crise do jornalismo

Em vários momentos, os profissionais de ambas as publicações citam equipe reduzida, falta de tempo, escassez de recurso e crise nas empresas jornalísticas. Longhi (2015), nas considerações finais de um artigo sobre a GRM como um gênero expressivo do ciberjornalismo, propõe que esse tipo de reportagem é, também, uma nova estratégia de negócio, mas que necessita de uma discussão mais ampla. “Uma delas diz respeito ao financiamento desse tipo de produto. Em geral, e em se tratando de ‘especiais’, são materiais que exigem equipes mais numerosas e investimentos de monta, além do fator tempo, certamente maior do que o exigido para a produção diária” (LONGHI, 2015, p. 12).

Borges (2016), em seu blog, compila vários jornais do mundo que passam por momentos de dificuldade, com demissões de jornalistas, fechamento de sucursais e interrupção de circulação. Segundo ele, em maio de 2016, o jornal britânico The New Day

informou que estava acabando com sua edição diária devido à queda de venda nas bancas. A circulação de outros jornais dessa empresa também segue o ritmo de decadência. Em abril do mesmo ano, o *The New York Times* fechou a sucursal e a gráfica de Paris, demitindo setenta trabalhadores. A explicação para isso seria que o jornal não está conseguindo fazer frente à queda de circulação e de publicidade no impresso. Já no Brasil, o jornal nacional mais antigo, *Jornal do Commercio*, encerrou suas atividades em 29 de abril de 2016 por causa da grande queda no número de anunciantes.

Em 26 de dezembro de 2016, o Portal Comunique-se (RUBBO, 2016) publicou um levantamento mostrando que, nos doze meses anteriores, onze veículos de comunicação encerraram suas atividades ou tornaram-se apenas *online*, entre eles, uma emissora de televisão, duas rádios, um site de notícias e sete impressos. Os dois primeiros casos, referem-se à TV Amazon Sat e à Rádio CBN controlados pela Rede Amazônia, que funcionavam no Acre, resultando na demissão de quinze funcionários, entre jornalistas, operários e pessoal de apoio. Outra que parou de operar foi a Rádio Globo de Belo Horizonte, com consequente demissão de jornalistas, operadores de áudio, equipe técnica e um narrador, totalizando vinte funcionários despedidos. O site Fato Online, que, na época do levantamento, existia há apenas um ano, também encerrou suas atividades por causa de “problemas financeiros e risco de despejo da sede do veículo em Brasília” (RUBBO, 2016). Mais de cem funcionários ficaram sem os salários relativos a dezembro e 13º de 2015, janeiro e fevereiro de 2016.

O levantamento aponta que o impresso foi o mais penalizado. Fecharam as portas a *Gazeta do Oeste*, de Mossoró (RN), após trinta e oito anos de funcionamento, alegando problemas financeiros; o *Jornal do Commercio*, conforme já exposto por Borges (2016); o *Jornal da Noite*, de Porto Alegre (RS), que finalizou suas atividades após trinta anos de circulação, com o falecimento de seu fundador e editor, Danilo Ucha. Já o *Correio de Uberlândia*, no triângulo mineiro, teve as atividades encerradas no último dia 2016.

Outros jornais pararam apenas com a circulação do impresso, mas continuaram funcionando *online*. É o caso do *Jornal da USP*, o que foi justificado pelo superintendente de Comunicação Social, o professor Eugênio Bucci, como um momento de “mudança de hábito” (RUBBO, 2016). No caso do *Jornal da Paraíba*, com 45 anos de existência, a presença apenas no digital resultou em 91 demissões. A Rede Paraíba de Comunicação, dona da publicação, alegou que seguia uma tendência mundial, aliada ao crescimento das plataformas digitais. Em Itabuna (BA), a versão impressa do jornal *A Região* parou de funcionar, pois não havia mais anunciantes.

Um levantamento da Associação Brasileira de Imprensa (LIMA; SANCHES, 2017), por sua vez, apontou o fechamento de duas emissoras de televisão, três rádios, um site de notícias e sete veículos impressos, além de vários blogs, e também registrou a migração de empresas do papel para o digital, tudo isso em 2016. Relembrou ainda a crise financeira severa de publicações como o jornal carioca O Dia, que interrompeu o pagamento de salários, décimo terceiro, férias, vale-transporte e suspendeu os planos de saúde dos funcionários. Além dele, O Globo disse ter realizado uma reestruturação interna, demitindo profissionais das redações de O Extra e O Expresso. “Muitos jornalistas tiveram alteradas suas condições de trabalho e passaram a servir a empresa como Pessoas Jurídicas (PJs)” (LIMA; SANCHES, 2017). O levantamento aponta ainda que, segundo o Sindicato dos Jornalistas Profissionais, em São Paulo, 581 profissionais foram demitidos em 2016, número menor do que os 726 dispensados em 2015, mas maior que os 499 de 2014.

Os dados negativos também não pararam em 2017. Em junho, a TV Tem, afiliada da Globo no interior de São Paulo, despediu, pelo menos, 36 funcionários, sendo que ao menos nove eram jornalistas. As demissões seriam consequências de uma reestruturação de equipe e corte de gastos (RUBBO, 2017). Em agosto, cinco jornalistas da Rede Record do Distrito Federal foram demitidos, sendo que a empresa também justificou uma reestruturação (DIRETORIA..., 2017). Por volta de setembro, a direção da Abril procurou o Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo (SJSP) para negociar uma demissão de jornalistas em que parcelaria em dez vezes as verbas rescisórias, com contrapartidas como pagamento de um salário a mais, extensão do plano de saúde por um mês além do aviso prévio e a manutenção do vale-refeição por seis meses (SERAFIM, 2017). A proposta foi rejeitada pela classe e, depois disso, não foi publicada outra notícia sobre o assunto. Em outubro, a Globo despediu funcionários da área de esporte, como comentaristas, apresentadores, diretores, editores, produtores e chefes de reportagem, em uma estimativa de que pelos 25 pessoas deixaram a empresa. O motivo seria a integração das redações da TV Globo, canais SporTV e GloboEsporte.com, de forma a cortar gastos e evitar sobreposição de funções (DEPARTAMENTO..., 2017).

Borges (2016) também observa que a crise tem sido vivenciada não só no impresso, mas na televisão e na rádio. Citando um levantamento feito por Fernando Rodrigues para a Folha de S. Paulo, o autor defende que, em 2015, os gastos publicitários em todas as mídias caíram, exceto na internet. “A redução dos recursos em televisão foi de 25%, nos jornais de 42,2%, nas rádios de 22,7% e nas revistas de 44,2%. Já a publicidade na internet cresceu 11,6%” (BORGES, 2016).

Costa (2016), em coluna como Ombudsman no jornal Folha de S.Paulo, fala sobre a crise na perspectiva da falta de correspondentes da publicação espalhados pelo mundo. Segundo ela, a Folha já contou com repórteres em Londres, Paris, Roma, Berlim, Praga, Moscou, Nova York, Washington, Miami, Chicago, Jerusalém, Pequim, Buenos Aires e Tóquio. Foi a primeira a ter um correspondente para cobrir as mudanças na antiga URSS, em 1988, e a enviar um jornalista para Teerã, no Irã, em 2011. Em 2016, no entanto, o jornal teria apenas quatro correspondentes, sendo dois nos Estados Unidos e dois na América Latina.

Ela explica que agora a Folha se aproveita de colaboradores nos países estrangeiros. A Ombudsman observa que é importante ser “curador” das informações publicadas por veículos de outros países; no entanto, atenta para o fato de que nada substitui a visão de um repórter brasileiro sobre os acontecimentos do exterior. Para exemplificar, ela utiliza o caso do plebiscito que decidiu pela saída do Reino Unido da União Europeia. Conforme a jornalista, as reportagens publicadas pelo jornal não responderam a questionamentos que os brasileiros fariam, como “o que a decisão significa para os milhares de brasileiros que lá vivem? O que muda para o Brasil em termos diplomáticos, políticos e econômicos?”.

Além da redução de correspondentes, a equipe da Folha em São Paulo também sofreu baixas, fato percebido durante as entrevistas realizadas para esta dissertação. Dos treze profissionais requisitados para o teste empírico, apenas seis permaneciam na equipe fixa da Folha. Dentre os demitidos, estavam inclusive editores, como Fábio Marra, ex-editor de arte, e seu editor adjunto, Mário Kanno.

A tese defendida por Costa (2014) é a de que o modelo tradicional do jornalismo não funciona mais com a internet. Segundo o autor, a cadeia de valor da indústria jornalística foi apenas transposta para a internet: o mesmo conteúdo da mídia originária passou para a internet, a mesma publicidade tradicional e a fórmula padrão de comercialização com assinaturas digitais. Ele explica que o jornalismo tradicional é baseado em um negócio de distribuição complexo, não só de conteúdo. Nessa dinâmica, entraria a produção de conteúdo, os departamentos que cuidam da parte gerencial e da gráfica, a comercialização de publicidade e, por fim, a circulação tanto nos pontos de venda como entre os assinantes. Assim, tradicionalmente, a indústria controla toda a cadeia de valor, diferentemente do que acontece quando surge a internet, em que, segundo Costa (2014), os produtores lucram apenas 7% do montante, enquanto os outros 93% passam a estar divididos com a indústria de telecomunicações, dos aparelhos de recepção, com os produtores de tecnologia e com os criadores de *software*.

Entre as soluções propostas pelo pesquisador, estaria uma mudança no tipo de negócio, que atendesse mais a era da convergência. As tradicionais indústrias jornalísticas passariam a oferecer, além de informação, seu principal produto, serviços de valor adicionado para complementar o seu faturamento, por meio próprio ou de parceiros.

Material como *newsletters*, dossiês, documentos e publicações do arquivo, livros, serviços segmentados ligados à cidade, às artes, à cultura, ao entretenimento, à gastronomia, aos roteiros em geral. Ou ainda material de ajuda no processo de comunicação e de facilitação do dia-a-dia dos usuários. Algo como os serviços de e-mail, de hospedagem de sites, de venda de ingressos, de construção de páginas, de arquivamento *online* de documentos próprios, de compra, aluguel e troca de imóveis, carros, objetos em geral, de reservas *online*, de comparação de preços, de oferta e procura de empregos, de centros de compra *online* (COSTA, 2014).

Seria oferecer serviços como o Google já faz. Além disso, o autor acrescenta nessa lista o oferecimento de conteúdos patrocinados como já existem nos jornais e revistas, geralmente com a identificação “Anúncio Pago” ou “Matéria Paga”. Conforme mencionamos, algumas matérias Tudo Sobre chegaram a ser patrocinadas.

Pickard (2017) apresenta uma série de estudos que relacionam um comprometimento da democracia ao fechamento de jornais, como menor engajamento cívico, menor poder de avaliar políticos e de, portanto, votar, além de aumento da corrupção. Ele também relata uma diminuição da qualidade em jornais que se tornaram apenas *online*, o que podemos compreender, a partir do exemplo do Jornal da Paraíba, que, passando apenas para o digital, demitiu 91 pessoas. Assim, com uma equipe reduzida, torna-se mais difícil fazer um jornalismo de qualidade.

Diferente de Costa (2014), no entanto, Pickard (2017) não acredita que basta apenas uma mudança no modelo de negócio, mas propõe uma modificação a partir de uma transformação sobre a maneira como o jornalismo é pensado atualmente. Para a melhor compreensão do que o pesquisador está querendo dizer, ele apresenta o conceito de “falha no mercado” (*market failure*), que se refere aos momentos em que as empresas privadas não investem em serviços sociais importantes porque eles não dão o retorno que justifica os gastos, fator somado à população que para de pagar por tais tipos de serviços. Assim, o mercado se torna incapaz de produzir e distribuir, especialmente, os bens públicos.

Dessa forma, Pickard (2017) apresenta uma série de autores para defender que as informações da indústria de notícias são bens públicos. Acrescenta ainda que, nesse momento de falha no mercado, pode-se haver intervenção estatal em questões de serviços e

infraestrutura essenciais, como educação pública e sistemas de estradas nacionais, que o mercado não consegue mais sustentar.

Além disso, considera o produto do jornalismo como “mercadorias de mérito” (*merit goods*), termo que se refere aos bens que trazem um enorme benefício para a população, mas pela qual os cidadãos não querem pagar, fazendo com que o mercado diminua a produção. Para ele, a notícia é uma mercadoria de mérito que não pode ser considerada apenas em seu valor comercial, já que possui valor social, pois a ampla divulgação de notícias influencia positivamente em questões sociais e políticas. Segundo ele, os estudiosos já apontaram que os meios de comunicação constrangidos pelo mercado podem diminuir a diversidade de vozes e pontos de vista.

Seguindo essa linha de raciocínio, Pickard (2017) diz que o jornalismo sempre foi financiado pelos anunciantes que querem chegar às audiências, fazendo com que as informações sejam quase um subproduto do relacionamento entre jornais e anunciantes. O autor considera esse sistema imperfeito, o que, para ele, ficou ainda mais evidente na dificuldade de sobrevivência do jornalismo. Defende, assim, que esse seria um caso de falha no mercado. Argumenta, ainda, que a tendência é considerar a audiência não como formada por cidadãos, mas por consumidores, e, como consequência, os jornalistas são culpados por não utilizarem novas tecnologias, transformarem suas produções em dinheiro e não estarem atentos às preferências da audiência. O que esse sistema implicitamente revela é que, se não há anunciantes nem leitores para adquirir o produto, não há o que fazer. No entanto, para ele, conforme exposto, um meio de comunicação não pode ser avaliado apenas pelo seu valor monetário.

Nesse cenário, o pesquisador relata que estão emergindo empreendimentos sem fins lucrativos, como *ProPublica* e *The Intercept*, da *First Look Media*, uma organização sem fins lucrativos do fundador da *e-bay*, que promete investir dinheiro para não depender de anunciantes e investidores. Já o dono da *Philadelphia Media Network (PMN)*, com dois jornais impressos e um site, doou a PMN para o *Institute for Journalism in New Media*, uma organização sem fins lucrativos. Assim, nasceu um modelo híbrido, em que sua estrutura proprietária é sem fins lucrativos, mas suas redações visam ao lucro, o que ainda pode gerar algumas pressões comerciais.

No Brasil, citamos a Agência Pública<sup>53</sup>, a qual segue um modelo de jornalismo dito independente que não visa ao lucro, sendo financiada por fundações como Fundação

---

<sup>53</sup> Disponível em <<https://apublica.org/>>. Acesso em 28 nov. 2017.

Ford, Fundação Betty e Jacob Lafer, *Open Society Foundations* e *Oak Foundation* e, eventualmente, recorrendo ao *crowdfunding*<sup>54</sup> (AGÊNCIA PÚBLICA, 2017). Outro veículo considerado como mídia independente no país é o Nexo Jornal<sup>55</sup>, sustentado pelos assinantes que pagam mensalmente o valor de R\$ 12 (NEXO JORNAL, 2017).

Contudo, Pickard (2017) não considera que essas iniciativas sejam a solução definitiva para a crise. Para ele, um sistema sustentável só será possível por meio de políticas públicas.

“Uma abordagem tripartida para sustentar o jornalismo envolveria novas leis tributárias, subsídios para um novo sistema de mídia pública e esforços de pesquisa e desenvolvimento para novos modelos digitais. Juntas, essas três iniciativas eliminariam ou diminuiriam as pressões por lucro e ajudariam a restaurar a missão do jornalismo como serviço público” (PICKARD, 2017, p. 361, tradução nossa).

Como exemplo, o autor diz que deveriam ser ajustadas as taxas para impulsionar uma transição das empresas de jornalismo para um modelo que pretenda baixo ou nenhum custo e também eliminar barreiras para novos empreendimentos. Além disso, devem-se fortalecer os serviços público de mídia já existentes. Ele sugere, ainda, que o congresso tenha menos poder de apropriação dos serviços públicos de comunicação, referindo-se a um contexto americano, e que haja a cobrança de pequenas taxas que subsidiariam tal sistema, como na conta mensal de telefone, por exemplo. Pickard (2017) apresenta ainda uma série de outros exemplos de formas como o governo pode incentivar um jornalismo não sustentado pelo mercado.

Resumindo, o autor argumenta:

“Se tratarmos o serviço público do jornalismo como um bem público, então ele deve ser sustentado independente do suporte do mercado. Além disso, um argumento para o subsídio do serviço público do jornalismo depende dos quatro pontos seguintes: primeiro, apesar de sua desvalorização comercial contínua, o jornalismo produz um bem público essencial para a democracia; em segundo lugar, o modelo publicitário que subsidiou este bem público nos últimos 150 anos não é mais sustentável; em terceiro lugar, não estão surgindo novos modelos comerciais que compensem a perda do jornalismo dentro do legado de mídia; e uma vez que a sociedade reconhece essa falha do mercado, a necessidade de intervenções políticas para sustentar o serviço deveria se tornar indiscutível” (PICKARD, 2017, p. 362, tradução nossa).

---

<sup>54</sup> De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), *Crowdfunding*, ou financiamento coletivo, é o financiamento obtido por meio de plataformas colaborativas, de forma que um projeto consiga verba por meio do apoio de diversos colaboradores para a sua realização (SEBRAE, 2017).

<sup>55</sup> Disponível em < <https://www.nexojornal.com.br/>>. Acesso em 28 nov. 2017.

Entretanto, esse conceito de “falha do mercado”, como proposto por Pickard (2017), nada mais é do que a própria dinâmica do mercado, pois a base do capitalismo é o lucro e, se um negócio não é lucrativo, é abandonado. Vários teóricos, entre eles, Traquinas (2005), por meio das Teorias do Jornalismo, apontam que não existe jornalismo independente, tendo em vista que a construção da notícia é permeada pelas ideias de todos aqueles que dela participam: o viés das empresas, fundações ou governos que a promovem, dos pauteiros que desenvolvem as pautas e dos profissionais envolvidos na construção e edição das notícias ou reportagens. Da mesma forma, mesmo um jornalismo financiado pelo Estado também não será isento. Se Pickard (2017) fala sobre os constrangimentos do mercado em um jornalismo embasado na publicidade, um jornalismo que dependa do Estado também sofrerá pressões do governo vigente.

Dessa forma, se a hipótese levantada na introdução sobre a sofisticação dos *softwares*, e linguagens de programação e investimento na compra de aplicações foram refutadas, já que os profissionais disseram não haver dificuldades relativas a isso, parecem ter se confirmado os problemas financeiros vivenciados pelas empresas jornalísticas, conforme a bibliografia já apontava. Apesar de editores e secretário de redação terem registrado a vontade de investir na GRM, essa declaração vinha sempre acompanhada da fala sobre a falta de recursos para se fazer isso.

Outra dificuldade que parece confirmada, relativa à primeira sub-hipótese, seria a influência da capacidade da internet na construção da GRM, tendo em vista que os programadores precisam produzir códigos leves, que carreguem rapidamente em qualquer rede. Além disso, a maioria dos profissionais relata falta de tempo para produção da GRM, o que também aparece nas declarações do secretário de redação de O Tempo, Murilo Rocha. Com a equipe reduzida, os profissionais dizem que necessitam terminar rápido para não sobrecarregar os colegas de serviço.

Um problema que não aparecia na hipótese e foi constatado é certa falta de sintonia nos tempos de produção entre programadores e jornalistas. Tanto a equipe de *Design* e Desenvolvimento da Folha quanto de O Tempo reclamam que os jornalistas não respeitam os prazos estipulados. Talvez isso aconteça porque eles mesmos possuem pouco tempo para a construção da matéria.

Colocados os apontamentos sobre a primeira sub-hipótese, no próximo capítulo, apresentaremos resultados do teste empírico relativo à segunda sub-hipótese.



### 3 OS PRODUTORES DO JORNALISMO MULTICÓDIGOS

Neste capítulo, apresentaremos os resultados do teste empírico da segunda sub-hipótese, relativa às possíveis dificuldades de representação do objeto na produção da GRM. Isso significa que, a partir das entrevistas com os profissionais da Folha de S.Paulo e de O Tempo, procuraremos compreender como os temas são pensados, desde o planejamento da reportagem, até a sua disponibilização para os usuários com a utilização múltiplos códigos.

Isso porque estamos no campo da Secundidade, do existente, do signo não mais analisado de forma pura, mas relacionado ao seu objeto. Assim, as qualidades, características e padrões dos signos passam a estar relacionados a qualidades, características e padrões do objeto imediato, aquele que o signo nos permite conhecer, na tentativa de revelar ao máximo o objeto dinâmico, real e sempre inalcançável (CP 4.536). E são justamente as formas como o objeto dinâmico é alcançado nas GRMs que nos interessam neste capítulo.

Dessa forma, queremos pesquisar de que maneira cada código é escolhido para cada momento da reportagem, se a opção ocorre desde a pauta e é relacionada ao tema trabalhado, como cada profissional envolvido sugere a utilização dos códigos e se há uma compreensão para o uso dessas linguagens ou se não existe uma reflexão sobre o processo, mas apenas um emprego habitual.

Por fim, também a partir do resultado das entrevistas e do que está disponibilizado na bibliografia, tentaremos propor as características dos profissionais aptos para trabalharem com os múltiplos códigos em uma reportagem.

#### 3.1 O planejamento da Grande Reportagem Multimídia (GRM)

Na Folha de São Paulo, uma Grande Reportagem Multimídia Tudo Sobre começa com um pré-projeto apresentado pelo jornalista que vai coordenar toda a produção: um esquema da reportagem, com assunto, número de capítulos planejado, tamanho da equipe a ser demandada e época provável para a publicação, segundo explica o repórter especial da Folha Marcelo Leite, que já coordenou várias matérias da seção Tudo Sobre. Se o pré-projeto é aprovado pela secretaria de redação, os próximos passos são reuniões para troca de ideias e produção de um orçamento, baseado nas viagens que terão de ser realizadas e nos profissionais *freelancers* que serão contratados, por exemplo. “Isso, às vezes, é decidido na reunião, às vezes, faz parte de um segundo projeto mais executivo, que também fica por minha conta, com base no qual será feito um orçamento”, acrescenta Leite. Nesse projeto

executivo também é acrescentado um cronograma com os períodos das viagens, a data para a entrega de uma primeira versão dos textos e das propostas dos infográficos, assim como as versões finais. “Enfim, é um cronograma bem detalhado, com cada passo a ser realizado”, explica Marcelo.

Depois do orçamento aprovado, é feito um contato com o setor de marketing do jornal para verificar o potencial da reportagem para ser patrocinada ou de ser realizado outro tipo de ação em conjunto. No caso de Desmatamento Zero, por exemplo, houve patrocínio e a realização de um seminário<sup>56</sup> em paralelo. Em seguida, a reportagem começa a ser produzida e são realizadas reuniões periódicas, uma a cada mês ou a cada bimestre, para acompanhar o andamento do projeto e resolver os problemas que eventualmente surgirem no decorrer da produção. Nas reuniões realizadas para a execução da GRM, tanto as iniciais quanto as posteriores, de acompanhamento, há a presença de representantes dos diversos profissionais que trabalham na produção: jornalistas, pessoal de *Design* e Desenvolvimento, fotografia e vídeo.

Em O Tempo, a dinâmica é um pouco diferente. Conforme citamos no capítulo anterior, há uma profissional responsável por pensar como as pautas podem ser apresentadas em todas as plataformas em que o jornal está presente, das redes sociais ao portal, a coordenadora de *cross media*, Karol Borges. Segunda ela, toda terça-feira, há uma reunião para se decidir as matérias especiais, publicadas aos domingos e segunda-feiras no impresso. A coordenadora participa dessas reuniões e verifica quais pautas também têm potencial para se tornar multicódigos. Além disso, em alguns casos, há uma reunião de planejamento e troca de ideias com a presença da coordenadora de *cross media*, de editores, repórteres e fotógrafos que executarão a reportagem.

A ideia de uma GRM pode nascer, ainda, a partir de uma notícia mais factual, como no caso de Um adeus ao Rio Doce. Um mês após o desastre de Mariana, houve a ideia de acompanhar o percurso da lama que invadia o Rio Doce nos vários municípios banhados pelo rio. “Na hora em que decidimos fazer um caderno especial, também ficou decidido que produziríamos um especial para o site”, explica, acrescentando que os detalhes foram combinados entre ela e as editoras do caderno Cidades. Karol acrescenta que existem ainda os especiais pensados inicialmente como multicódigos e, eventualmente, adaptados para o impresso, o que é reafirmado pelo secretário de redação Murilo Rocha: “Se é uma boa

---

<sup>5656</sup> Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/especial/2015/forum-desmatamento-zero/>> e <<http://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2015/09/1679002-seminario-debate-desmatamento-zero-no-brasil.shtml>>. Acesso em 26 jun. 2017.

matéria, é uma grande reportagem, nós vamos investir e ela vai ter uma roupagem com todos os recursos multimídia que se permite, além da versão no impresso, com todas as limitações e a possibilidade também desse meio”, conclui Rocha.

### **3.2 As redações convergentes e o trabalho multidisciplinar**

Já pudemos perceber que, para a construção dessas reportagens que reúnem, além do texto e da foto, vídeos, infográficos, imagens, games, animações, não basta apenas o jornalista e o repórter fotográfico: há a necessidade de uma equipe multidisciplinar que trabalhe com os múltiplos códigos. Entram em cena cinegrafistas, infografistas, designers e programadores para desempenharem novas rotinas de produção, fator que pode ser relacionado à convergência nas redações, sobre a qual tratamos rapidamente na introdução e iremos apresentar mais profundamente neste momento.

Para entender os conceitos de convergência no jornalismo utilizados por vários autores, é importante retormarmos a convergência cultural proposta por Jenkins (2009), conforme trabalhamos na introdução. É necessário ter em mente que, conforme propõe o pesquisador, a convergência transforma a cultura, pois modifica tecnologias, mercados e a sociedade. Os conteúdos passam a fluir por vários suportes midiáticos, os mercados de mídia passam a cooperar e os consumidores precisam fazer conexões dos conteúdos que se dispersam por diferentes plataformas. Além disso, nessa lógica, o público utiliza as redes para circular conteúdos e desafiar os produtores de massa, conforme detalharemos mais minuciosamente no item 5 desta dissertação.

A partir da convergência cultural de Jenkins (2009), podemos compreender melhor os muitos conceitos de convergência jornalística encontrados na academia, os quais são até mesmo divergentes, pois o conceito é dinâmico, com várias dimensões (SALAVERRÍA; GARCIA-AVILÉS; MASIP, 2010). Salaverría, Garcia-Avilés e Masip (2010) listam três escolas, as quais surgiram em ordem cronológica, considerando a convergência como produto, sistema e processo, respectivamente.

A primeira analisa apenas a convergência de tecnologias a partir da digitalização, sem pensar nos âmbitos empresariais ou profissionais, por isso, é reducionista e aproxima-se de um determinismo tecnológico. A segunda, por sua vez, reúne várias faces da convergência que se interconectam e se influenciam mutuamente. Atualmente, há um consenso de que a convergência ocorre dessa forma, mas não existe conformidade na definição de suas esferas nem de seus limites. Por fim, a última considera a convergência como um sistema, mas a

percebe também como um processo longitudinal, com várias etapas para se alcançar a integração total.

Também existem escolas teóricas com uma base temática em três esferas principais: convergência tecnológica, empresarial e profissional (SALAVERRÍA; GARCIA-AVILÉS; MASIP, 2010). A primeira considera que a lógica digital muda as empresas tradicionais de comunicação e telecomunicação, pois permite a união das duas, promovendo a fusão de serviços e mercados, e os conteúdos digitais podem ser distribuídos por diversas plataformas.

A convergência empresarial diz respeito às mudanças estruturais das grandes corporações por meios de fusões e aquisições que promovem a diversificação da produção. Algumas de suas vantagens seriam, por exemplo: “(...) a diversificação do risco empresarial, a expansão dos negócios em novos setores com potencial crescimento e uso de sinergias em diferentes áreas (publicidade, produção, documentação, distribuição, promoção)” (SALAVERRÍA; GARCIA-AVILÉS; MASIP, 2010, p. 50). Nesses processos, tem sido adotada uma forma de promoção cruzada (*cross-promotion*), ou seja, a utilização de textos e recursos visuais como forma de publicidade de produtos de um meio associado. Na maioria das vezes, não são produzidos conteúdos diferentes para os diversos meios.

Já a convergência profissional diz respeito aos fluxos informativos que percorrem diferentes meios para se obter maior benefício econômico. Estariam aí a comunicação multiplataforma, diferentes tipos de informação distribuídos no meio em que melhor se adequam, cooperação e colaboração entre distintos meios e entre partes das empresas jornalísticas, além de um único meio oferecendo serviços e conteúdos antes separados. A convergência profissional abarca ainda a convergência na produção e distribuição.

Assim, na convergência profissional, ocorreria a cooperação entre diferentes redações e meios, o que pode ser dificultado pelas diversas culturas profissionais, pois jornalistas de suportes diferentes passam a trabalhar em conjunto. Nesse caso, devem-se encontrar formas de diálogos entre esses profissionais e estratégias de produção e distribuição em conjunto. Outros problemas diagnosticados são “(...) a falta de treinamento específico nesta área, a falta de recursos econômicos para implementar as mudanças, a falta de renovação tecnológica dos equipamentos de produção e a carga de trabalho excessiva para muitos profissionais” (SALAVERRÍA; GARCIA-AVILÉS; MASIP, 2010, p. 52).

Na visão específica dos autores, resumidamente, a convergência afeta várias áreas do jornalismo: negócios, tecnologias, produção e distribuição de conteúdos, perfil dos jornalistas e forma de acesso ao conteúdo. A convergência tecnológica refere-se à capacidade

para capturar, processar, transportar e apresentar, simultaneamente, dados, voz e vídeo. São reunidos informática, telecomunicações e audiovisual. Na convergência empresarial são feitas alianças e fusões horizontais para compartilhar riscos e reunir competências complementares. As parcerias verticais servem para se penetrar em novos mercados. Já a convergência profissional seria a cooperação entre redações ou criação de redações integradas em que as mensagens são centralizadas de forma a permitir que o conteúdo seja trabalhado para versões impressas, audiovisuais e online. Além disso, os jornalistas passam a ser polivalentes, produzindo para vários suportes.

A partir de uma visão da convergência como um processo, García-Avilés, Kaltenbrunner e Meier (2014) analisaram os níveis de convergência em três empresas jornalísticas: El Mundo (Espanha), Die Welt (Alemanha) and Der Standard (Áustria). A análise ocorreu a partir de três modelos de convergência: integração total, mídia cruzada (*cross media*) e coordenação, modelos que se concretizam, não de forma pura, mas misturada.

Na integração total, há uma matriz de organização com seções fortes e um processo de planejamento orientado pelo tema, com uma maior transparência dentro da redação e com o público. A qualidade é ameaçada pela crescente rapidez do *online* tanto no ritmo de produção quanto na definição dos fluxos de trabalho nas redações. A apuração mais profunda para matérias exclusivas poderia melhorar a qualidade, enquanto o ritmo de produção do impresso é deixado um pouco de lado. A mídia cruzada sustenta uma dupla estrutura, com ênfase nas plataformas. A coordenação possui foco na melhoria das plataformas de forma isolada por meio de estratégias econômicas e editoriais.

Esses modelos são analisados pelos autores a partir de uma matriz com doze descritores, estudados dentro de cinco áreas que tiveram papel central durante o desenvolvimento da convergência: 1) situação do mercado; 2) organização da redação; 3) fluxos de trabalho e conteúdo; 4) mudança na gestão, habilidades e treinamentos; e 5) participação da audiência.

Em El Mundo, que caminha em direção a uma integração total, não há mais fronteiras entre impresso e online, já que os jornalistas do primeiro devem contribuir com o segundo. Esses profissionais com múltiplas habilidades apuram com várias ferramentas e constroem as matérias com vários elementos ou adaptam o conteúdo para as diferentes plataformas. O acúmulo de habilidades faz com que os jornalistas tenham mais controle sobre o produto final, mas também pode sobrecarregá-los com os procedimentos técnicos. Todos se sentam lado a lado e não há mais diferenças entre repórteres de diversos meios. Todos foram distribuídos em seções de acordo com a área de especialização, como saúde, educação,

política ou mídia e tecnologia, e podem publicar de forma autônoma seus artigos na internet. Curiosamente, os profissionais que se saíram melhor com os diferentes estilos de jornalismo foram os jornalistas mais experientes, como o caso de Marcelo Leite, na Folha, e os correspondentes.

Seguindo na mesma tendência de integração total, no Grupo Welt, 120 dos 550 jornalistas foram transferidos para uma grande redação central com foco no digital. Em 2012, também foi implantado um novo sistema de gerenciamento de conteúdo considerado pelo editor chefe como a redação virtual dos jornalistas. Segundo ele, com todos no mesmo espaço, é possível conversar, ver no que o outro está trabalhando e, assim, cooperar.

Já o Der Standard, que assumia uma postura mais de coordenação, devido à pressão do mercado, tenta seguir para uma integração total. Uma premissa nova e comum tomou lugar de 2012 para 2013: “Cooperação mais que fusão”. O vice-editor chefe diz que há bastante comunicação, mas pouco trabalho em conjunto. Existe uma coordenação entre plataformas isoladas, mas há uma procura por uma maior integração, como uma organização matricial para toda a empresa. Para uma redação compartilhada, os gestores esperam uma compreensão comum de qualidade, e uma força tarefa entre jornalistas do impresso e online foi criada nesse sentido.

Sobre a organização da redação, em El Mundo e Die Welt as seções possuem poder, mas dentro de um modelo matricial e, sobretudo, com maior transparência nas redações. O pessoal pode interagir fácil e frequentemente em um mesmo espaço e por meio de um sistema de gerenciamento de conteúdo aberto. Em relação aos fluxos de trabalho e conteúdos, as notícias factuais têm uma menor apuração e são menos contextualizadas. Por outro lado, há um foco em reportagens mais longas, exclusivas, como uma característica da redação e da marca (em todas as plataformas), o que nos reporta à construção da GRM. Sobre a mudança na gestão, habilidades e treinamentos, o grupo Die Welt promove seminários obrigatórios sobre mudança de gestão, enquanto o Der Stand e El Mundo oferecem cursos sobre blogs e mídia social.

### 3.2.1 Jornalista multitarefa ou trabalho em equipe?

Os estudos de convergência apresentados sugerem a figura de um jornalista multitarefa, com múltiplas habilidades, produzindo conteúdos a serem distribuídos por diferentes canais. No entanto, uma pesquisa de Hofstetter e Schoenhagen (2016) apontou alguns problemas enfrentados por profissionais desse tipo. Os pesquisadores realizaram um

estudo em redações da Suíça que produzissem, no mínimo, um jornal impresso diário e combinassem, pelo menos, duas plataformas (impresso e online). Foram selecionadas duas redações de língua francesa, três de alemã e uma bilíngue, nas quais foram conduzidas trinta entrevistas semiestruturadas com os editores chefes, jornalistas e o CEO da empresa de mídia principal. Também foram entrevistados jornalistas que deixaram as redações durante ou após a reestruturação para a convergência, fornecendo uma visão mais crítica sobre o processo.

Os entrevistados consideraram que a união da equipe em um mesmo espaço ajudou a superar os fluxos de comunicação separados e melhorou a cooperação. Entretanto, embora os jornalistas de quatro redações usem câmeras e *smartphones*, a qualidade dos vídeos geralmente não é suficiente para a publicação e, por isso, a ideia de um jornalista multitarefa foi adaptada ou reformulada. Os jornalistas acrescentaram, ainda, que há uma expectativa irreal em torno deles, como se eles tivessem uma competência apurada para várias habilidades. Os repórteres especiais, usualmente do impresso, reclamam, também, que sua rede de fontes, essencial para seu serviço, está diminuindo, pois não têm mais tempo para manter um relacionamento.

Por outro lado, os entrevistados disseram haver espaço para maior qualidade com apurações mais profundas, já que gastam menos tempo com notícias de rotina. Além disso, um leque maior de tópicos está sendo coberto nas diferentes plataformas por causa da maior colaboração e comunicação. Tais vantagens, no entanto, dependem de mais recursos humanos, mas eles têm diminuído em muitos casos, conforme a bibliografia apontou no último capítulo. A maioria dos entrevistados acredita que as múltiplas habilidades é um diferencial no mercado de trabalho e relatam que produzir para mais de uma mídia deixa o trabalho mais interessante. Entretanto, ao mesmo tempo, temem se tornarem jornalistas generalistas, que fazem várias coisas, mas nada bem, um problema principalmente nas redações pequenas. Assim, poderiam desaparecer, com o tempo, as habilidades para produzir reportagens exclusivas e profundas.

Já autores como Souza (2017) e Kischinhevsky (2009) condenam de forma veemente o que consideram a exploração do profissional, obrigado a assumir múltiplas tarefas. Souza (2017) discorre sobre o capitalismo em sua fase atual, com empresas de múltiplas mídias, plataformas e tarefas que exigem um profissional heterodoxo e multitarefa. Para ele, a globalização das novas tecnologias aliada à mercantilização generalizada dos produtos jornalísticos promove uma fragmentação da profissão de jornalista, além da precarização da contratação e remuneração. Nesse cenário, os jornalistas precisam dominar todo o processo produtivo, a jornada de trabalho é ampliada com as redes sociais e os

*notebooks*, assim como a possibilidade de trabalho em casa, e o trabalho *freelancer* passa a ser valorizado, enfraquecendo os laços trabalhistas oficiais. Além disso, os sindicatos perdem força.

Para Kischinhevsky (2009), a pouca oferta de emprego faz com que os jornalistas aceitem situações abusivas de trabalho, acreditando que elas sejam normais. Para ele, no Brasil, as múltiplas habilidades são, na verdade, múltiplas funções, tendo em vista que as empresas não querem oferecer treinamento para seus profissionais, mas apenas contratar aqueles que já possuem conhecimentos de edição de áudio e vídeo e, assim, não haveria, de fato, desenvolvimento de habilidades.

O autor reitera que, para fazer uma cobertura em texto, áudio e vídeo, o jornalista está como em uma “gincana”, precisando apurar em tempo hábil para meios com horários de fechamento diferentes. Além disso, descumpre-se a legislação no que diz respeito à necessidade de formação específica de repórter fotográfico ou cinematográfico. Por fim, para não extrapolar em demasia sua carga horária, o jornalista acaba abrindo mão de uma apuração mais acurada e, portanto, da profundidade. Muitas vezes, repórteres de redações convergentes não conseguem se adaptar e resistem às modificações; o compartilhamento do mesmo local de trabalho leva a choques de cultura, e a demissão está sempre pairando no ambiente.

Assim, para Kischinhevsky (2009), a convergência pode dar certo desde que realmente ocorra um trabalho em equipe, de forma colaborativa, não imposta pelo departamento financeiro. Também devem ser levadas em consideração melhores condições de serviço, com salários condizentes ao trabalho de repórter multicódigos e punições para empresas que cometerem abusos. Será necessária ainda uma modificação dos cursos de jornalismo, focadas no exercício de jornalismo em uma única mídia e voltadas, muitas vezes, apenas para a técnica.

Além do trabalho em conjunto de jornalistas com habilidades em diferentes plataformas, Renó e Renó (2015) ressaltam também a interdisciplinaridade do jornalismo. “(...) o jornalismo sempre foi interdisciplinar na sua realização, na sua construção e na sua reprodução. É uma atividade de equipe, com diversidade tecnológica e múltiplas linguagens. Por esta razão, não aceitar a diversidade profissional é uma incoerência difícil de explicar” (RENÓ e RENÓ, 2015, p. 134, tradução livre).

Para os autores, as novas narrativas, entre um conteúdo de hipermídia avançada (e aqui incluímos a GRM) e uma narrativa transmídia<sup>57</sup>, solicitam uma aproximação conceitual

---

<sup>57</sup> Uma das características da narrativa transmídia é que o conteúdo flui entre plataformas de forma complementar e não repetitiva. O conceito será apresentado em detalhes em capítulos posteriores.

entre o jornalista e o profissional da tecnologia, o que pode acontecer em uma redação interdisciplinar. Renó e Renó (2016) sugerem, assim, um trabalho em equipe no qual cada um usa suas habilidades, de acordo com sua formação profissional, uma forma de colaboração que acontece também na medicina, por exemplo. Os pesquisadores sugerem ainda que, além do trabalho em conjunto, outra solução seria a reformulação do ensino, de forma que o jornalista aprenda conteúdos tanto do jornalismo quanto relacionados à tecnologia.

Longhi e Silveira (2010), em um estudo sobre especiais multimídia do jornal argentino Clarín, constataram que, já naquela época, havia uma equipe ou um jornalista que dirigia o especial, uma outra equipe de oito pessoas para a produção multicódigos, *designers* que trabalhavam com Flash<sup>58</sup> e animação, e um técnico para o som. A maior dificuldade exposta pelos autores era que a publicação possuía uma equipe fixa para os especiais, mas eles permaneciam em uma redação *online* que não estava no mesmo espaço do impresso, o que complicava a integração.

Assim, se nas antigas redações o comando era de editores e jornalistas, agora é necessária também uma negociação com os profissionais da tecnologia, que trabalham a partir de lógicas distintas, para a construção dos conteúdos (CANAVILHAS *et al*, 2016). Canavilhas *et al* (2014) discorrem sobre os tecnoatores, programadores e *designers*, profissionais que se preocupam principalmente com a tecnologia, tendo em vista a rápida evolução tecnológica.

Para compreender o papel de cada um dos atores no trabalho em equipe para a construção de reportagens, Canavilhas *et al* (2014) estudou o jornal online português Observador, a partir da realização de um grupo focal com um jornalista, um designer e um programador da publicação. Os pesquisadores concluíram que, dentro da redação, existem três culturas diferentes (jornalistas, designers e programadores), mas o único objetivo de melhorar a experiência dos usuários.

O programador preocupa-se com a rapidez no acesso à informação; o *designer*, em melhorar a usabilidade e fazer do conteúdo mais apelativo, enquanto, o jornalista oferece informação contextualizada e com credibilidade. O repórter ainda é central na redação, contudo, depende cada vez mais dos tecnoatores. “Num setor onde os formatos e os novos suportes influenciam a escolha dos consumidores, os jornalistas são obrigados a procurar maior aproximação com os profissionais que dominam a parte tecnológica” (CANAVILHAS *et al*, 2014, p. 93).

---

<sup>58</sup> Como dissemos na introdução, em 2010, ainda prevaleciam os especiais multimídia, construídos a partir de Flash (LONGHI, 2014).

Mais recentemente, Canavilhas *et al* (2016) realizou entrevistas com jornalistas, *designers* e programadores em três redações portuguesas e três brasileiras para uma melhor compreensão de como se dão as relações entre esses profissionais na construção de produtos jornalísticos. Diante das respostas, os pesquisadores chegaram a conclusões que foram divididas em quatro vertentes.

A primeira está relacionada aos processos de negociação, ou seja, à forma como esses diferentes profissionais se reconhecem mutuamente e partilham conhecimentos. Nesse caso, a maioria dos entrevistados disse que ainda existe uma hierarquia em que permanecem no comando jornalistas e editores, os quais fornecem as diretrizes do trabalho. Por outro lado, percebem que essa lógica vertical está sendo modificada para uma mais horizontal, em que os tecnoatores participam de todo o processo de produção e ainda impedem certos procedimentos. Um dos entrevistados diferencia essa nova realidade da produção do impresso, em que as tarefas são bem divididas, o repórter apurando e escrevendo a reportagem, enquanto o *designer* apenas diagrama o conteúdo. Os tecnoatores requerem o reconhecimento das suas atividades como os profissionais que possibilitam os meios para a divulgação de conteúdo e acrescentam que o nível de conhecimento tecnológico dos jornalistas influencia no diálogo.

Em relação ao conceito de notícia, ele vai sendo aprendido informalmente pelos tecnoatores, “raramente explicitado pelos agentes envolvidos na troca, mas fundamental para a criação de interfaces laborais”, ressalta Canavilhas *et al* (2016, p. 10). Contudo, nem todos os entrevistados concordam que essa seria a melhor maneira de aprendizado, recomendando que *designers* e programadores façam *workshops* em jornalismo, de forma a não se focarem apenas na tecnologia, assim como os jornalistas não devem ficar presos só às notícias. Por fim, reconhecem que a noção de notícia está sendo construída pelos diferentes profissionais, o que fica bem evidente na fala de um dos entrevistados: “Lanço a ideia para eles, eles rebatem dizendo se isso é possível ou não, ou eles dizem que seria melhor desmembrar a história para poder empacotar dessa forma e entregar o produto final desse jeito” (F.M. apud CANAVILHAS *et al* 2016, p. 11)

Em distância física versus distância epistêmica, os autores apontam a existência de dois tipos de distância entre jornalistas e tecnoatores. A primeira seria uma epistêmica, que leva em consideração a maneira de pensar e o repertório dos diferentes profissionais, conforme descrito pelos entrevistados: jornalistas são mais do texto, *designers*, da imagem e programadores, dos números. Este recurso é utilizado pelos entrevistados como forma de identificação entre seus pares e também para ressaltar a diferença entre os diversos

profissionais. Já a distância física, em redações nas quais jornalistas e tecnoatores estão em prédios, andares ou seções diferentes, pode atrapalhar as rotinas produtivas, impondo barreiras que dificultam as negociações, como Longhi e Silveira (2010) haviam ressaltado. “As respostas indicam que existe uma vinculação entre as distâncias epistêmica e física”, conclui (CANAVILHAS *et al* 2016, p. 13).

Por fim, em hibridismo profissional, os pesquisadores perceberam que estão sendo requisitados jornalistas que tenham noções de interface gráfica e programação, assim como *designers* e programadores devem saber manipular peças jornalísticas. Tanto jornalistas quanto tecnoatores ressaltam que um repórter com tais conhecimentos também vai pensar na forma da informação, comunicar-se melhor com *designers* e programadores e saber a potencialidade de cada ferramenta para construir certos cenários. O profissional híbrido passa a ser, assim, um mediador dos processos jornalísticos, tendo um papel importante para diminuir as distâncias epistêmicas. Canavilhas *et al* (2016, p. 14) conclui:

Aos poucos, vem perdendo espaço a utopia de que a notícia um dia poderia ser produzida por um único profissional com capacidades espetaculares para executar as tarefas mais complexas de todos os domínios laborais. Ao invés disso, nota-se que a valorização do conhecimento que perpassa as três disciplinas – jornalismo, *design* e programação – é percebida como um componente central para a melhoria do trabalho nas redações online.

O resultado da pesquisa realizada por Ito e Ventura (2016) nas redações dos jornais brasileiros Estado de São Paulo e UOL aponta para o mesmo caminho, pois conclui que, aliado ao trabalho em equipe, é importante que os jornalistas tenham, pelo menos, uma noção sobre tecnologia. O estudo sugeriu que profissionais multiespecializados (jornalistas ou não), os quais se destacam por ter conhecimentos em áreas variadas, como jornalismo, estatística e programação, são valorizados. Segundo os autores, no Estadão, há uma equipe destinada a jornalismo de dados, por exemplo, e alguns infográficos são até apurados e construídos por outros profissionais, mas revisados por jornalistas. O Editor Daniel Tozzi, da UOL Tab (apud Ito e Ventura, 2016), acrescenta que é recomendável que o jornalista tenha pelo menos uma noção de algumas técnicas como linguagem de programação para fazer sugestões ao programador.

[...]. O jornalista atualizado, que está a fim de entrar na brincadeira, ele está antenado com a tecnologia. Ele não precisa ser um às, ter um domínio técnico sobre como funciona tudo, fazer vídeos... Mas [é bom] entender o conceito. Ele deve entender qual é o melhor jeito de contar a história usando os recursos que existem hoje” (Tozzi apud Ito e Ventura, 2016, p. 154).

### 3.2.2 Como ocorre na prática

O repórter Marcelo Leite diz que, na seção Tudo Sobre, a ideia é tentar uma integração plena entre texto, foto, vídeo e infografia, o que promoverá um hibridismo de códigos, originando uma comunicação sinestésica, conforme defendemos na introdução.

Então, isso envolve uma série de decisões sobre o que colocar no texto, o que apresentar no vídeo, o que reservar para a fotografia, para as legendas. E isso não pode ser só o repórter de texto a decidir. Ele tem que discutir com o editor, com o responsável pelas imagens, quais infografias.

Assim, para o repórter especial, o trabalho em equipe é essencial. Por isso, conforme dissemos, Marcelo relata que há encontros para reunir profissionais da arte, do vídeo, da fotografia, de forma que todos discutam em conjunto como construir a matéria. Editores de vídeos, por exemplo, podem sugerir as imagens necessárias para se produzir o audiovisual, como imagens de cobertura, aquelas que aparecem enquanto o entrevistado fala, referindo-se ao assunto tratado por ele. Segundo Marcelo, são imagens que muitas vezes um repórter de texto nem imagina necessárias. “Se você não tiver um planejamento e se o repórter de texto não se dedicar também a pensar sobre isso junto com os outros elementos da equipe, na hora de editar começa a faltar muitas coisas. Então, a edição fica mais pobre”, conclui.

Além disso, como coordenador do projeto, Marcelo participa ativamente da hibridização dos códigos, tendo acesso a todos os elementos que estão sendo produzidos e, assim, conseguindo uma visão geral da reportagem. É o coordenador que, junto com o fotógrafo e o editor de imagem decide quais fotos serão utilizadas em formato grande, que ocupa toda a tela, ou aquelas que vão entrar dentro de uma galeria. Marcelo também assiste aos vídeos após a edição, junto com o editor e, eventualmente, também com o fotógrafo ou cinegrafista que fez as imagens e o editor de arte, para verificar se os personagens relevantes realmente ganharam destaque, se as informações colocadas em forma de texto no vídeo são suficientes e se não está havendo redundância. Junto com o repórter e editor de arte, Marcelo também opina sobre a construção das infografias e da programação da reportagem. O coordenador edita ainda todo o conteúdo de texto.

O repórter Marcelo Soares tem uma visão similar à de Marcelo Leite. “Nestes especiais em que a imagem, o vídeo, todos estes elementos são muito fortes, não tem como não trabalhar junto para não ter redundância”, opina. Segundo ele, o manual da Folha já orienta: o que pode ser dito em imagem, não deve vir em texto. Assim, ele ressalta que deve haver muita coordenação entre os elementos e, portanto, também de toda a equipe.

O editor de vídeo Douglas Lambert diz que, para realizar seu serviço em A batalha de Belo Monte, contou, principalmente, com a parceria do coordenador Marcelo Leite. Primeiramente, Douglas assistiu todas as gravações, decupou o material bruto, descreveu todas as cenas filmadas, colocando em uma tabela que foi entregue a Marcelo. Após ler todo o material, o coordenador apresentava as ideias de vídeo, que Douglas montava e passava para o pessoal de *Design* e Desenvolvimento posicionar na página.

Já os profissionais de *Design* e Desenvolvimento relatam que, durante a produção da GRM, entre as reuniões regulares, os envolvidos na construção da reportagem procuram a equipe para conversar sobre as possibilidades de artes, infográficos, *layouts* e animações. “Então, nós temos conversas paralelas para começar a montar um esboço da estrutura desse projeto. Não são só essas reuniões fixas”, explica Rubens Alencar. Para Ângelo Dias, a interação entre todos os profissionais é necessária para que o projeto transcorra bem, pois os programadores precisam estudar as ideias apresentadas e confirmar se podem ser colocadas em prática, conforme apontado também na pesquisa de Canavilhas *et al* (2016), algo que não tem como ser feito somente durante o tempo das reuniões regulares, pois demanda um raciocínio mais demorado.

O ex-editor adjunto de arte Mário Kanno considera tão importante o trabalho em equipe que, para ele, as matérias da seção Tudo Sobre não funcionam na estrutura hierarquizada tradicional de uma redação, assim como já propõem os autores anteriormente apresentados que falam sobre as redações convergentes. Kanno explica que, em um trabalho em equipe, existe a figura do chefe, mas a convivência entre todos é melhor, com responsabilidades compartilhadas e compromisso entre as pessoas. Cada um dos profissionais envolvidos (de imagem, vídeo, texto, ilustração, infografia, *designer* e programação) possui um talento específico que apresentará soluções diferentes durante o projeto. “É o mais próximo do que vamos ver, hoje em dia, nas empresas que estão dando certo”, conclui.

Em O Tempo, a função de organizar os diferentes profissionais que participam da produção, assim como os códigos que serão produzidos, é da coordenadora de *cross media*, Karol Borges, conforme já citamos anteriormente. Para executar essa tarefa, Karol diz que utiliza o Google Drive, onde ela faz um esqueleto da estrutura da reportagem, cria um documento para que os repórteres adicionem seus textos e ela possa editar, monta uma pasta de fotos e adiciona as informações sobre os locais onde cada imagem vai entrar. Também no Google Drive, os repórteres vão acrescentando dados para as artes e os infografistas e ilustradores criam ilustrações para montar videográficos, as quais a coordenadora já repassa para Bruno Grossi, responsável por esse serviço.

O secretário de redação Murilo Rocha considera o trabalho em conjunto importante principalmente na hora de definir os diferentes códigos da reportagem já que, para ele, essas decisões não podem vir apenas dos editores ou da própria coordenadora de *cross media*, mas precisam contar com os repórteres, a partir do que apuraram e também de outras reportagens que acessaram e tomam como exemplo. Nesse sentido, ele ressalta a importância do pessoal da arte:

Porque, às vezes, realmente ele [repórter] tem uma ideia que o pessoal da infografia diz: “impossível fazer essa infografia nesse tempo, nesse tamanho. Se fizer, vai ficar uma coisa muito pesada”. Às vezes, nós temos ideias que parecem mirabolantes, achamos fantástico, mas não tem como executar. Tem que estar sempre conversando. Esse é um trabalho em conjunto.

A repórter multicódigos<sup>59</sup> Natália Oliveira também exerce suas funções em conjunto com os diferentes profissionais. Ela diz que conversa com o fotógrafo para que pensem juntos, desde a produção até edição, o que eles criarão como vídeo. O mesmo vale para a produção de videográficos realizada por Bruno Grossi, que monta um esquema do que será a animação e mostra a Natália para que ela aprove ou sugira alterações. A repórter ressalta também a importância do Google Drive, que pode ser acessado pelos envolvidos na construção da GRM, de modo que todos tenham a chance de sugerir um código interessante para retratar cada assunto, a cada momento. Durante a apuração, Natália destaca o trabalho em conjunto com o fotógrafo. “O vídeo do dia das mães<sup>60</sup>, por exemplo, (...) minha ideia era gravar filhos e mães separados. E aí, quando fomos gravar, o fotógrafo falou comigo: ‘eu acho que ficaria melhor gravar junto, porque depois, nas imagens, a pessoa pode não entender quem é quem’”, lembra Natália, alegando que o comentário foi muito relevante.

No entanto, para a repórter Joana Suarez, que é do impresso, mas também faz produções com múltiplos códigos, o trabalho em equipe se limita mais ao planejamento da reportagem, quando há a reunião para se pensar como será a GRM. Fora isso, ela diz que não sobra tempo para acompanhar a edição dos vídeos realizada pelos fotógrafos, por exemplo, e que ela somente consegue acabar de escrever o texto e passar para uma próxima matéria. “O Lincon [Zarbiatti] é uma pessoa legal, porque, como ele é jornalista, consegue pensar na

<sup>59</sup> A denominação “repórter multicódigos” é nossa e foi escolhida, porque a repórter se dedica, principalmente, à construção da GRM em O Tempo. As demais denominações, como coordenadora de *cross media*, repórter especial, secretário de redação, editora de digital, entre outros, são jargões das próprias redações.

<sup>60</sup> Disponível em: <<http://www.otempo.com.br/cidades/cora%C3%A7%C3%A3o-de-m%C3%A3e-sem-lugar-para-discrimina%C3%A7%C3%A3o-nem-preconceito-1.1294465>> e <<http://www.otempo.com.br/cidades/depois-da-aceita%C3%A7%C3%A3o-da-fam%C3%ADlia-o-medo-do-mundo-1.1295133>>. Acesso em 05 jul. 2017.

narrativa. Tem outros fotógrafos que não conseguem, (...) ficam pensando na parte técnica e não criam uma narrativa. Você não consegue entender o que aconteceu”, explica Joana. Ela acrescenta que os fotógrafos também não dispõem de muito tempo para pensar e fazer a edição.

Joana até confessa que gostaria de participar mais dos trabalhos com vídeos para conseguir passar seus sentimentos também por meio desse código, o que ela garante fazer pelo texto. Para a repórter, as ideias que serão retratadas são as do fotógrafo que editará o vídeo e nem sempre refletem o que ela havia imaginado: “(...) quando eu vejo o vídeo, não é nada do que eu pensei. ‘Nossa, eu teria usado um outro momento que a personagem falou, eu teria feito uma imagem da personagem dessa maneira’”, comenta a repórter, explicando seus pensamentos quando o vídeo fica pronto. Ela relata que dá sugestões enquanto o fotógrafo grava, mas que isso não adianta, “porque é ele que está pensando em como vai fechar o vídeo”.

No momento de apuração, o fotógrafo Lincon Zarbetti também ressalta a importância do trabalho conjunto, dizendo que o repórter pode dar sugestões para as gravações e o fotógrafo para apuração e perguntas que estão sendo feitas aos entrevistados. No entanto, Lincon reconhece que o repórter faz um trabalho mais solitário após apuração, dizendo que este chegará na redação e produzirá os textos. Em relação ao trabalho de fotografia, após a produção das fotos, ele diz que, em conjunto com a equipe do portal, verifica como será o *layout* da reportagem e qual foto e vídeo poderá ser encaixado em cada local.

O fotógrafo também conversa com o repórter para uma troca de ideias sobre o que poderá entrar no vídeo e no texto e que, após essas discussões, ambos podem mudar de ideia sobre o que retratar por meio dos códigos que cada um vai utilizar. Lincon relata que não há uma interferência direta do outro profissional, apenas essa troca de ideias. “Quando está se encaminhando para o final, o repórter vê o vídeo todo. E fala assim: ‘legal, mas gostei disso, não gostei disso’, e aí eu faço as mudanças, mas, geralmente, tem uma base que vai ficar”, acrescenta. Ele também se lembra da importância do saber jornalístico, defendendo que esse conhecimento pode ser aprendido dentro da redação, para se contar uma história utilizando o vídeo.

Já as *webdesigners* Aline Medeiros e Larissa Ferreira relatam que, a partir dos temas dos especiais, orientam repórteres e fotógrafos na produção das reportagens, um trabalho em conjunto necessário, porque, segundo elas, os jornalistas ainda estão bem imaturos em projetos da *web*. “Por exemplo, no futebol, precisamos de muitas imagens.

Então, eles levantam as imagens. Ou, então, falamos: ‘esse tipo de modelo de navegação, por exemplo, vocês devem usar menos texto, mais imagens’”, explica Larissa Ferreira.

### 3.3 Características de um jornalista multiplataforma

Conforme a bibliografia e as entrevistas apontaram, mais do que um jornalista multitarefa, há a necessidade de repórteres que saibam trabalhar em equipe e, muitas vezes, tenham uma noção de tecnologia. Nesse cenário, Salaverría (2015, p. 82) sugere que os jornalistas precisam ter destreza tecnológica. “Da mesma forma que é inconcebível que um cirurgião ou um arquiteto trabalhem durante anos com as mesmas ferramentas, não se deveria aceitar que nenhum jornalista fizesse o mesmo. E, no entanto, com muita frequência é isso o que acontece”, diz o autor. Trata-se de encontrar usos criativos para novas tecnologias. Além disso, os jornalistas devem se diferenciar dos demais cidadãos ao colocar essas ferramentas a serviço do jornalismo, da apuração e da busca pelo contraditório. “Nisto consiste a verdadeira destreza tecnológica de um jornalista: em dominar as tecnologias para obter resultados informativos de qualidade” (SALAVERRÍA, 2015, p. 82), acrescenta.

Para o pesquisador, o jornalista precisa prestar atenção ainda ao tratamento da informação, uma necessidade a partir do excesso de informação. Assim, além de divulgar assuntos desconhecidos, há a necessidade de selecionar, hierarquizar e interpretar a informação de valor, mas, sobretudo, torná-la relevante, inteligível e amena para adquirir significado e ser interpretada pelo público. Recomenda ainda a exploração de todas as formas de expressão potenciais no meio digital, muitas ainda desconhecidas.

Em 2001, quando Pavlik (2001) lançou seu livro *Jornalismo e a nova mídia* (tradução nossa), também já previu uma mudança no papel dos jornalistas. Em consonância com Salaverría (2015), o pesquisador fala sobre a abundância de informação, situação em que os jornalistas precisam, não somente contar uma história, mas também guiar os usuários, e melhorar suas habilidades para narrar os fatos, de forma a não somente descrevê-los, mas conectá-los e contextualizá-los de acordo com as circunstâncias. Assim, para o autor, ainda que sejam importantes as notícias que informam os principais fatos, também será necessário desenvolver os acontecimentos de forma contextualizada.

Além disso, Pavlik diz que o papel do jornalista de interpretar os eventos será ampliado e até mesmo modificado, pois a audiência requisitará saber por que alguns acontecimentos são importantes e qual será o impacto deles; caberá ao jornalista, então, transformar-se no que o autor chama de “construtor de sentidos” (*sense makers*). Acrescenta,

ainda, que esse profissional precisará pensar em formas mais fluídas de contar histórias, além de ser treinado para usar a imaginação em favor das narrativas.

Por fim, Pavlik (2001) destaca que o jornalista também passará a reconectar comunidades. Para o pesquisador, isso significa que, tanto ele quanto as empresas jornalísticas terão de se aproximar mais da audiência, respondendo e-mails (atualmente, comentários nas redes sociais) de usuários que, por vezes, compreenderão mais sobre o assunto do que o próprio jornalista. “O mundo em rede exige que os jornalistas sejam ainda mais precisos e atentos aos detalhes, porque o *feedback* pode ser rápido, difícil e autocorretivo” (PAVLIK, 2001, p. 219, tradução nossa).

Passando da teoria para a prática, a editora de Digital da Folha, Camila Marques, diz que, na hora de contratar um repórter, atualmente, continuam valendo a preferência por profissionais que se interessam por assuntos diversos, que leem, que se informam e que ouçam. “Mas, no mundo atual, entender a dinâmica das produções, do tempo real e de tecnologia são diferenciais importantes”, ressalta, concordando com a proposta de Salaverría (2015).

Mas, de acordo com o repórter especial Marcelo Leite, para participar da produção da GRM, o repórter precisa ainda ter características específicas difíceis de serem encontradas. “Em primeiríssimo lugar, eu diria que a pessoa tem que ter disposição para a narrativa, que é uma coisa pouco comum, hoje em dia, em jornais diários”, aponta. Segundo Marcelo, isso significa que o profissional precisa ter habilidade para contar uma história e não apenas levantar dados e declarações, reunindo as informações colhidas com os casos dos personagens de forma a levar o usuário a se identificar e se interessar pelas histórias de vida ou dos lugares narrados na reportagem, característica que se aproxima dos apontamentos de Pavlik (2001) em relação a um jornalismo mais contextualizado. “O jornalista de jornal diário, pelos menos na Folha, está muito acostumado a fazer aquela matéria pequena. Vai até o local, observa certas coisas, ouve certas declarações, grava ou anota, volta, senta e escreve. É muito mais que isso”, opina.

Em segundo lugar, Marcelo aponta que o repórter precisa apurar em profundidade, já que, como o nome da seção Tudo Sobre sugere, a proposta é tentar tornar os temas totalmente compreensíveis, tanto por meio da quantidade, quanto da qualidade das informações repassadas. “A terceira coisa que precisa ter e é muitíssimo importante, talvez fosse o caso de colocar em primeiro lugar junto com a narrativa, é a disponibilidade para trabalhar junto”, acrescenta, conforme tratado em seções anteriores. O repórter especial diz

que é difícil encontrar jornalistas com essas características e admite que ele mesmo teve que se adaptar, pois não tinha experiência em trabalhar dessa forma.

Marcelo Soares considera que participou da produção de um Tudo Sobre por causa de sua experiência com jornalismo em diferentes áreas, visto que ele trabalhou na Folha no início da carreira, prestou serviços para a mídia internacional e esteve também na MTV. “Quando eu voltei para a Folha, em 2012, eu trazia essa bagagem muito grande de experiência com outras linguagens. Então, sempre que tinha um planejamento de um projeto como esses, eu era chamado para participar das discussões”, explica. O melhor aproveitamento das linguagens é um assunto tratado também por Salaverría (2015). Segundo Soares, em *A Batalha de Belo Monte*, ele opinou na navegação, nos vídeos e na distribuição de códigos.

Outro fator que Marcelo considera também ter influenciado para que fosse convidado a participar da construção da GRM foi uma experiência que ele desenvolveu com a turma de *trainees* do jornal em 2012, um projeto chamado *O Custo do Voto*<sup>61</sup>, na primeira eleição municipal em que o financiamento das campanhas foi divulgado quase em tempo real. A ideia era apresentar uma pesquisa histórica do financiamento de campanha no Brasil, todos os escândalos ocorridos e quais mudanças na lei eles geraram ao longo do tempo, em uma produção voltada especialmente para o digital. “Fizemos um pacote bem interessante de análise dos dados, entrevistas, perfis de financiamento de campanha, um panorama dos financiamentos de campanha pelo mundo, um infográfico interativo com a realidade da cidade, ver como foi o voto e a receita”, relata.

Segundo Marcelo, foi a primeira vez, na Folha, que houve o pensamento para o digital primeiro, e não para o impresso, com grande sucesso na redação, pois mostrava o potencial de conteúdo que funcionava melhor na *web* do que no papel. Assim, Marcelo diz que, na produção de *A Batalha de Belo Monte*, houve a lembrança de *O Custo do Voto*, e ele foi chamado para construir a linha do tempo do último capítulo.

Já em *o Golpe e a Ditadura*, Marcelo Soares relata que já tinha uma planilha com os dados dos mortos e desaparecidos na Ditadura, criada a partir do livro *Direito à Memória e à Verdade*<sup>62</sup>. O repórter apresentou a planilha e, a partir dela, surgiu a ideia de se produzir um infográfico interativo no último capítulo de conteúdo da GRM. “Acho que ele poderia ter ficado melhor, mas as fotos [dos mortos e desaparecidos], considero que ficou legal”, conclui.

---

<sup>61</sup> Disponível em <<http://ocustodovoto.blogfolha.uol.com.br/>>. Acesso em 05 jul. 2017.

<sup>62</sup> Disponível em <<http://www.sdh.gov.br/assuntos/mortos-e-desaparecidos-politicos/pdfs/livro-direito-a-memoria-e-a-verdade>>. Acesso em 30 nov. 2011.

Em O Tempo, para as produções de GRM, são priorizados os repórteres com os melhores textos, agilidade e organização, pois, segundo o secretário de redação Murilo Rocha, essas são características para se produzir rápido. “É a realidade, porque é investimento: investimento financeiro, de tempo e demanda mobilização. Então, a tendência é que a gente coloque as melhores pessoas para ter melhores resultados”, esclarece. Entretanto, Murilo diz que não há exclusividade para que os repórteres com essas características produzam uma GRM e que, se qualquer jornalista propuser uma pauta multicódigos, ele poderá desenvolvê-la.

O secretário diz que há, ainda, preferência por profissionais que tenham mais intimidade com diferentes códigos ou, pelo menos, vontade de pensá-los, também em conformidade com o que o Salaverría (2015) recomenda sobre o uso de linguagens. “De fazer um material gravado, em áudio, em vídeo, de pensar um infográfico interativo, não ficar só aquela coisa estática. Sem dúvida, priorizamos essas pessoas”, comenta Murilo.

O fotógrafo Lincon Zarbiatti acredita que é escalado para várias GRMs exatamente porque demonstrou interesse em produzir além de foto, também vídeo. Ele conta que sempre gostou de audiovisual e chegou até a fazer um curso rápido com um editor da TV Folha. Como o fotógrafo tem uma câmera que também grava, começou a fazer filmagens. “Como eu filmei uma vez, aí você vai filmando outra vez, aí depois eu me pautei para fazer um outro vídeo, você vai se pautando, vai criando gosto pela coisa. Digamos que, por uma iniciativa minha, o jornal viu que tinha alguém ali para fazer isso”, esclarece.

Da mesma forma, Natália Oliveira relata que, primeiramente, foi selecionada como repórter responsável pela produção de vídeos, porque sempre gostou do audiovisual, apesar de ser originalmente do impresso. Em seguida, quando o jornal começou a construir GRMs, Natália também se interessou. “Eu demonstrei meu interesse em ir para essa área, porque eu gosto muito de multimídia”, explica.

### **3.4 A escolha dos códigos que representam os temas**

Nos dois jornais, a escolha dos códigos que serão utilizados a cada momento da reportagem acontece durante todo o processo de produção, mas a definição final, geralmente, se dá após a apuração. Segundo o repórter especial da Folha Marcelo Leite, há algumas orientações, como buscar bons personagens, tanto para o texto quanto para o vídeo. “Não é uma coisa folclórica, escolher gente curiosa. É encontrar pessoas que sejam realmente decisivas para contar aquela história”, explica. Para exemplificar, ele cita personagens em A Batalha de Belo Monte, como o primeiro engenheiro canadense que propôs a construção de

uma usina no rio Xingu, e o engenheiro da Eletronorte que teve um facão colocado no rosto por uma índia, em uma reunião pública sobre a construção da usina. Marcelo também ressalta que o vídeo deve “tentar, um pouco, espelhar a mesma história, contar a mesma história ou, pelo menos, mostrar isso de outra maneira”.

Além disso, durante as reuniões e em conversas informais, Leite pede atenção aos infográficos, perguntando aos repórteres sobre as ideias que já tiveram e os chamando para pensarem juntos sobre esse código. Segundo o repórter, desde o início do planejamento da reportagem A Batalha de Belo Monte, já havia ficado decidido que o funcionamento da usina seria mostrado em um infográfico. Em Desmatamento Zero, Marcelo diz que foi feito um vídeo curto apresentando, em detalhes, o processo de corte de uma árvore, já que, para ele, era uma cena que a maior parte das pessoas nunca veria na vida.

Não é bem uma receita, mas tem uma série de demandas, as vezes demandas bem abertas. Eu não falo: “Eu quero isso”. “Eu quero tal tipo de coisa”. Algumas [ideias] dão certo, outras, não, porque a informação não existe ou porque é impossível realizar a filmagem do jeito que gostaríamos, porque o orçamento para voo de helicóptero não foi aprovado, coisas desse tipo. Vamos nos adaptando.

O repórter especial reflete, então, que as decisões sobre o código que será utilizado a cada momento acontece antes, durante e depois da execução da pauta. Para a reportagem A Batalha de Belo Monte, por exemplo, Marcelo Leite e o fotógrafo Lalo de Almeida retornaram à obra para atualizar algumas informações e colher mais material para fotografia e vídeo, cuja necessidade só foi percebida após se iniciar a edição. “Mesmo depois do processo de edição, se percebemos a possibilidade de melhorar um pouco, corremos atrás para fazer um infográfico novo, uma estatística, uma imagem nova, às vezes, até durante o próprio processo de edição vamos incrementando”, conclui.

O repórter colaborador da Folha, Marcelo Soares, também diz que as decisões sobre os códigos a serem utilizados vão sendo conversadas durante o processo e são definidas a partir do tema tratado. Em Belo Monte, por exemplo, para ele, o texto permite explicar melhor as transações burocráticas da construção; já para mostrar o tamanho da obra, funciona mais uma animação Folhacóptero do que um infográfico estático; o dia a dia de um trabalhador da obra é mais facilmente representado no vídeo do que no texto. De acordo com o repórter, a experiência profissional conta muito nesse momento, contudo, segundo ele, um jornalista tradicionalmente de impresso precisa tomar cuidado para não pensar mais no texto, por já estar acostumado com este código. “Além do que pode ser tirado do texto para virar

infográfico, também tem o que funciona melhor em vídeo do que como texto, como sobrevoo, como interatividade. Mas, o primeiro instinto do repórter de jornal é pensar no texto, sempre foi, e está mudando aos poucos”, conclui.

Em relação aos roteiros dos vídeos, eles são trabalhados no que o editor de vídeo Douglas Lambert chama de pós-produção. “Isso quer dizer que o repórter, quando vai para a pauta, tem pouquíssima informação sobre o que de fato precisará ser filmado”, explica. Esse modelo pode ser positivo, segundo Douglas, pois permite uma apuração mais aberta, a partir do que é visto no local, mas também é negativo, porque pode gerar muitas horas de filmagem e sobrecarregar o editor, tornando a edição mais demorada, além de não haver muito controle sobre o material que será produzido. Adicionalmente, ele diz que os repórteres, originalmente do impresso, faziam entrevistas longas, permitindo até que os entrevistados divagassem, dificultando a edição dos vídeos que, nestes tipos de matéria, geralmente são mais curtos.

De acordo com o editor, não havia um parâmetro ou normas para se definir o que seria representado em vídeo, em texto ou infografia, e repete que as decisões relativas ao vídeo eram tomadas a partir do material gravado. Em A Batalha de Belo Monte, por exemplo, a partir das gravações, optou-se por posicionar entrevistas entre o texto, na visão de Douglas, de forma totalmente arbitrária.

Parece mais alguma coisa para mostrar a capacidade de produzir aquilo, porque essas entrevistas não necessariamente acrescentam algo que o texto não coloca. Em vários casos sim, mas não é obrigatório. Pragmaticamente, o vídeo não faz a menor diferença dentro de Belo Monte. Então, ele serve só como ilustração. E isso vale para todos os Tudo Sobre que a Folha fez, eles nunca são pensados, desde o começo, integrados com o texto, isso vem do acaso, depois da produção.

Na visão de Douglas, texto e vídeo eram colocados apenas na mesma página, no que Salaverría (2014) denomina multimidialidade por justaposição, conforme vimos na introdução. Na opinião do editor de vídeos, para que esses dois códigos se complementassem de fato, criando uma multimidialidade mais por integração (SALAVERRÍA, 2014), seria necessário um roteiro de pré-produção que pensasse no vídeo verdadeiramente como parte integrante da reportagem o que, segundo ele, ocorreu na GRM *Snow Fall*, do The New York Times. Diferente dele, Marcelo Soares considera que o vídeo não é só um acessório.

Para o ex-editor adjunto de arte, Mário Kanno, os códigos eram escolhidos com base na história que estava sendo contada. Em A Batalha de Belo Monte, por exemplo, Kanno relembra que solicitava o texto ao coordenador do projeto, Marcelo Leite, pois era a partir desse código que ele pensaria nos demais: quais seriam os infográficos, onde entrariam fotos,

onde poderia ser construída uma galeria, onde ficariam os vídeos e assim por diante. Nesse caso, segundo ex-editor, o texto serviu como espinha dorsal, em uma expressão usada também por Salaverría (2014), porque Marcelo Leite é um repórter de texto. No entanto, ele afirma:

o texto é uma das maneiras de contar a história. Você não conta tudo com o texto. Você mesmo, na sua vida pessoal, você não conta, você aponta, você mostra, você gesticula. (...) Você mostra as fotos, as melhores fotos, você conta um detalhezinho. Então, é do mesmo jeito que vamos tratar o leitor. Se tem foto, vamos mostrar foto, se é melhor ser contada com vídeo, vamos dar vídeo, se é melhor você fazer um diagrama, um esquema para contar a história, vamos fazer um infográfico. E se é melhor escrever um texto, vamos fazer um texto, mas não vamos partir do texto.

Neste processo de escolha dos códigos que representarão os temas, a equipe de *Design* e Desenvolvimento se define como “ponta do funil”, de forma a expressar que, ao final da produção, são esses profissionais que realmente verificam se os códigos não estão brigando entre si. Eles conferem ainda se texto, foto, vídeo e infografia estão se encaixando na página, promovendo o que Thiago Almeida denomina por curadoria gráfica. “Você tem que acabar editando conteúdo, editando um pouco de foto, coordenando um pouco de vídeo, fazendo o *design*, porque somos *designer* também”, explica Rogério Pilker. Rubens Alencar diz que em Crime sem Castigo até o título da reportagem foi escolhido pela própria equipe de *Design* e Desenvolvimento.

Já em O Tempo, quando se fala em multicódigos, a grande preocupação parece ser, principalmente, o vídeo. A definição dos códigos que serão usados começa ainda na reunião de pauta, em que surgem as primeiras ideias, segundo a coordenadora de *cross media*, Karol Borges, sempre na intenção de encontrar a melhor forma de retratar o tema da reportagem. No entanto, Karol destaca que é o repórter quem mais atua neste processo. “Nos programamos, planejamos, mas, muitas vezes, as coisas acontecem quando se está na rua. Aí o repórter fala: ‘teve uma personagem incrível. Fiz um multimídia<sup>63</sup> dele. Acho que rende um multimídia’. Não é só uma coisa unilateral”, explica. O fotógrafo Lincon Zarbietti compartilha as ideias de Karol: são os repórteres e fotógrafos que acabam definindo a forma como os conteúdos serão apresentados, aquilo que funcionará melhor a cada momento.

Karol acrescenta que há uma tentativa de evitar a redundância, conforme recomenda Salaverría (2014), de forma que vídeo e texto não se repitam, por exemplo. “Porque uma coisa tem que completar a outra, não adianta ficar falando a mesma coisa em cada lugar. (...) E que eles [códigos] funcionem sozinhos também”, conclui. No entanto,

---

<sup>63</sup> Multimídia, neste caso, foi usado pela coordenadora como sinônimo de vídeo.

conforme observaremos mais à frente, nem todos os jornalistas de O Tempo pensam dessa forma, o que acaba refletindo em um conteúdo muitas vezes repetitivo. Para Karol, a dificuldade não é trabalhar os códigos e sim a falta de tempo para editar uma gravação que poderia se tornar um vídeo interessante, por exemplo, devido à equipe reduzida, conforme tratado no capítulo anterior.

O secretário de redação Murilo Rocha confirma que há um planejamento para a produção dos diferentes códigos, mas o repórter é quem vai de fato sentir, durante a sua apuração, o que pode se tornar um vídeo expressivo. “Às vezes conversamos com a pessoa e percebemos na hora: esse cara é o personagem, tem expressão corporal, falou uma coisa contundente. Aí pensamos: tem que ter um vídeo dele”. Ele diz que o trabalho desenvolvido por Karol Borges também é de extrema importância neste sentido, pois é ela que coordena a utilização dos códigos, informa a viabilidade de utilização de cada um e o posicionamento deles na reportagem, de forma a tentar deixar a matéria harmônica e sem recursos que a tornem lenta na hora de o usuário acessar. “(...) estamos aprendendo. Isso é uma coisa meio erra e acerta, bem empírica mesmo, não tem um modelo”, conclui.

A repórter Natália Oliveira, que atualmente se dedica praticamente só aos especiais multicódigos, relata que, no início, sentia mais dificuldade para definir o que contar por meio de cada diferente código e que, hoje em dia, essas escolhas já se tornaram mais naturais. Para decidir o que será apresentado em vídeo, Natália observa quais são os elementos mais visuais da história e que, portanto, não ficam tão adequados em texto. “Eu penso muito nisso, do que vai ser esse visual, o que eu não consigo mostrar no texto, vai se tornar vídeo. Isso é o mais forte. (...) Eu posso apresentar aquilo no vídeo e mostrar um texto de uma outra maneira”, esclarece. Ela ressalta, contudo, que tais escolhas nascem de acordo com o material apurado. Natália apresenta alguns exemplos de temas que rendem vídeos, os quais foram produzidos para especiais de O Tempo: a reforma de um hospital, a moça que promove o dia de noiva na favela e as meninas dançarinas dessa mesma favela, em um especial sobre o aniversário de Belo Horizonte<sup>64</sup>, além da vivência dos adolescentes em Menino de Abrigo.

Assim como Karol Borges, Natália diz que se preocupa em não repetir o texto no vídeo ou vice e versa para que o conteúdo não fique desinteressante para o usuário e “para que o vídeo seja realmente um complemento”, explica. As repetições não devem ser evitadas apenas entre esses dois códigos. A repórter conta, por exemplo, sobre uma matéria em que o

---

<sup>64</sup> Disponível em <[http://www.otempo.com.br/polopoly\\_fs/1.1418375.1483397854!/index.html](http://www.otempo.com.br/polopoly_fs/1.1418375.1483397854!/index.html)>. Acesso em 28 jun. 2017

texto com as entrevistas de especialistas ficou muito grande e, por isso, ela decidiu apresentá-las na forma de arte. “Vamos pensando nessas estratégias para dividir, para que não fique aquele monte de texto e seja desinteressante”, conclui.

Para ela, atualmente, as dificuldades são mais relacionadas a conseguir personagens que aceitem ser gravados, o que não era necessário no impresso, além da montagem de um vídeo para a internet e não para a TV. Segundo a repórter, um vídeo para a *web* tem que ser mais dinâmico, não necessita de momentos com *off*<sup>65</sup>, exemplifica. O fotógrafo Lincon Zarbetti reforça a ideia de Natália, dizendo que, para ele, a principal diferença é a maior dinamicidade de um vídeo para a GRM. Ele acrescenta ainda que os planos de filmagem e o tempo das falas são diferentes nestes dois meios; na internet, não há a presença do repórter fazendo pergunta, é a narrativa do entrevistado que comanda o enredo.

A repórter Joana Suarez concorda que encontrar personagens para o conteúdo multicódigos é uma das dificuldades. “O personagem que não vai aparecer na TV, que vai falar comigo em *off*, é muito mais fácil de conseguir do que um personagem que queira falar em *on*, porque eu preciso do vídeo”, esclarece. No entanto, para Joana, que é uma repórter do impresso, também produzindo com múltiplos códigos, há muitas outras dificuldades. Quando ela escreve uma matéria para o impresso, já pensa no desenho das páginas, nas fotos e nas artes, além do texto. No entanto, no caso da reportagem multicódigos, a repórter confessa que não conhece todos os elementos que podem ser utilizados já que, segundo ela, nenhum repórter passou por um treinamento para isso e que, na redação, apenas a jornalista Natália raciocina com vários códigos.

“Multimídia, na minha cabeça, além do impresso, é o vídeo que eu vou fazer. Como se fossem duas reportagens, uma escrita e uma, não televisionada, uma *online*, porque os vídeos possuem um formato completamente diferente da televisão”, explica Joana. Ela diz que isso traz outra dificuldade, a de produzir uma reportagem para o impresso acumulada com a produção audiovisual. Contudo, a repórter esclarece que tem até facilidade em decidir o que vai ser apresentado por meio desse último código, por já ter trabalhado anteriormente em TV, e acrescenta que já pensa nas situações e lugares que podem ser filmados, visualizando um vídeo pronto e tudo o que ele precisa ter. Já em relação ao texto, para Joana, a dificuldade é escrever para um meio em que não há limites de tamanho, fazendo com que queira produzir textos muito grandes.

---

<sup>65</sup> “Diz-se de voz, pessoa ou objetos que não estão visíveis na cena apresentada” (OFF, 2002, p. 41).

Para o fotógrafo Lincon Zarbiatti, que também grava e edita vídeos, o melhor é produzir todos os códigos possíveis, para que estejam disponíveis, o que facilita a decisão sobre qual deles utilizar:

Se você saiu com a cabeça pensando em um multimídia para um portal, você tem que fazer tudo o que está no seu alcance. Se você vai entrevistar, (...) você vai filmar as entrevistas, vai colocar uma câmera fixa e rodar com outra para ter uns cortes legais. Acabou a entrevista, vamos fazer uma foto, porque vai precisar de foto, vídeo e texto.

O fotógrafo defende que não há problemas na repetição de conteúdo em texto e vídeo, porque, para ele, nem todas as pessoas assistirão o vídeo e percorrerão também o texto. “Então, é bom que um seja irmão do outro, falem a mesma coisa, com linguagens diferentes”, explica.

Para Lincon, a maior dificuldade na hora de produzir esses códigos acaba sendo a de acumular as funções de fotógrafo, cinegrafista e editor, pois, segundo ele, é necessário pensar nos diferentes ângulos da filmagem e prestar atenção no que o entrevistado está dizendo para facilitar a posterior edição. Além disso, é preciso “pensar em uma foto que seja plasticamente bonita e que passe a mensagem do texto do repórter”. É o mito do jornalista multitarefa que, mais uma vez, vai apresentando problemas, conforme apontou Canavilhas *et al* (2016).

Enquanto repórteres e fotógrafos se preocupam mais com texto, foto e vídeo, as *webdesigners* Aline Medeiros e Larissa Ferreira parecem se atentar mais para a utilização de outros códigos como ilustrações e infografias, além do posicionamento de cada linguagem de forma a deixar o *layout* mais agradável. Os *softwares* e linguagens de programação, segundo elas, permitem uma ampla gama de possibilidades. Diante dessa facilidade, os códigos são escolhidos com base nas temáticas a serem trabalhadas, pois, segundo Aline e Larissa, alguns assuntos rendem mais vídeos, enquanto outros, mais texto, por exemplo. Elas dizem que a dificuldade enfrentada por Joana Suarez, do texto sem limite na internet, é um problema constante, muitos repórteres querem fazer textos enormes, esquecendo-se de que os usuários podem não estar interessados em ler um conteúdo tão grande. Em assuntos ligados a esporte, elas dizem que há mais liberdade de movimento, com a utilização de uma interface com muitos efeitos, enquanto em temas mais pesados, como em Um Adeus ao Rio Doce, já não cabem as mesmas ideias.

### 3.5 Os diferentes signos e suas significações para Peirce

Como podemos perceber, os jornalistas e *designers* não sabem definir ou explicar, com clareza, porque utilizam cada tipo de código para representar diferentes contextos dentro de uma GRM, e a decisão passa mais pelo conhecido *feeling*<sup>66</sup> do repórter. Assim, vamos retomar a classificação dos signos proposta por Peirce, a qual permite conhecer o potencial de significação de cada código nestas matérias, o que auxiliará na compreensão acerca das linguagens escolhidas. Isso servirá como uma introdução para o próximo capítulo, em que utilizaremos a teoria das Matrizes da Linguagem e do Pensamento (SANTAELLA, 2005), a qual nos explica as características das linguagens sonora, visual e verbal, assim como suas misturas.

Antes de reapresentarmos a classificação dos signos, é necessário lembrar as categorias fenomenológicas de Peirce que ocorrem em qualquer fenômeno. A Primeiridade está no âmbito da mera possibilidade, sendo uma potencialidade e imediaticidade, enquanto que, na Secundidade, entram as noções de relação, de ocorrência, fato. Já a Terceiridade está ligada à generalidade, mediação, lei, regularidade e ao hábito (CP 1.25, CP 1.35, CP 5.66, CP 1.536-537). Tendo isso em mente, perceberemos que os signos de Primeiridade são meras possibilidades, o de Secundidade, existentes e os de Terceiridade da abstração e generalidade.

É importante lembrar, também, que a noção de signo de Peirce é triádica, por isso, quando falamos em signo, estamos falando também de objeto e interpretante. O primeiro correlato, o fundamento do signo, representa parcialmente o objeto, pois temos acesso apenas ao objeto imediato, aquilo que o signo nos mostra do objeto dinâmico, este compreendido como “realidade” que circunda o signo<sup>67</sup>. O objeto, por sua vez, também determina o signo, já que o signo quer representá-lo e, assim, acaba afetado pelo objeto. Se o signo representa o objeto, isso significa que ele irá produzir algum efeito em uma mente, efeito chamado de interpretante. Podemos dizer que o primeiro correlato (signo), faz a mediação entre o segundo (objeto, aquilo que ele representa) e o terceiro (interpretante, o efeito que ele produz) (CP 1.339). Vejamos como Santaella (2005, p. 39-40) resume de forma a facilitar a compreensão:

---

<sup>66</sup> O *feeling* está na esfera da estética e do raciocínio abduutivo. Para Peirce (CP 2.199) a estética é uma noção instintiva de adequação, ou seja, a mente coletiva adota uma ideia como a mais adequada para certa circunstância sem motivo especial para isso. O raciocínio abduutivo, conforme vimos na introdução, refere-se ao lançamento de hipóteses.

<sup>67</sup> Dizendo de outra forma, o objeto pode ser imediato, aquele que o signo nos mostra, o objeto em si mesmo a que temos acesso por meio da representação. Já o objeto dinâmico vive uma relação de exterioridade com o signo e seria equivalente à realidade que está sendo representada no imediato (CP 4.536, CP 8.343)

(1) o signo é uma estrutura complexa de três elementos íntima e inseparavelmente interconectados: (1.1) fundamento, (1.2) objeto e (1.3) interpretante. (1.1) O fundamento é uma propriedade ou caráter ou aspecto do signo que o habilita a funcionar como tal. (1.2) O objeto é algo diferente do signo, algo que está fora do signo, um ausente que se torna mediatamente presente a um possível intérprete graças à mediação do signo. (1.3) O interpretante é um signo adicional, resultado do efeito que o signo produz em uma mente interpretativa, não necessariamente humana, uma máquina, por exemplo, ou uma célula interpretam sinais. O interpretante não é qualquer signo, mas um signo que interpreta o fundamento. Através dessa interpretação o fundamento revela algo sobre o objeto ausente, objeto que está fora e existe independente do signo.

Importante também relembrar o conceito de experiência colateral para Peirce (CP 8.183). Para que a semiose ocorra de forma completa, chegando ao interpretante, é necessário que a mente interpretadora esteja, de alguma forma, familiarizada com objeto; depende, portanto, de seu repertório, e essa familiaridade influenciará os tipos de interpretantes que serão gerados, conforme veremos mais a frente. Por exemplo, o título da matéria Um Adeus ao Rio Doce sobre o vídeo da ponta de um barco percorrendo um rio de cor marrom (Figura 2). Se a mente interpretadora conhece o Rio Doce e a tragédia de Mariana em 2015, se ele teve essa experiência colateral, alcançará uma interpretação diferente daquele que nunca ouviu falar sobre o Rio Doce, ou que não sabe sobre a tragédia de Mariana ou ainda não tem repertório para relacionar a tragédia ambiental ao Rio Doce.

**Figura 2:** Imagem de abertura da reportagem Um Adeus ao Rio Doce



Fonte: <https://goo.gl/3xGk1t>, acesso em 18 mar. 2018

Diante disso, podemos passar para a classificação dos signos, a gramática especulativa de Peirce, que é baseada nos três correlatos. Peirce dedicou maior atenção aos

signos formados na relação com si mesmo, com seu objeto imediato e com o interpretante, conforme a tabela abaixo:

**Tabela 4 - Classificação dos signos segundo a Semiótica de Peirce**

	Primeiridade	Secundidade	Terceiridade
	Signo em si mesmo	Signo e objeto dinâmico	Signo e interpretante
Primeiridade	Qualissigno	Ícone	Rema
Secundidade	Sinssigno	Índice	Discente
Terceiridade	Legissigno	Símbolo	Argumento

Fonte: CP 2.243-252. Idealizado por Francisco José Paoliello Pimenta e construído pela autora

O qualissigno, na relação do signo em si mesmo, sendo Primeiridade pura, significa qualidades possíveis de serem percebidas, como as cores, as linhas e volumes, ou seja, estão disponíveis, mas, como possibilidade, se não forem percebidas, são somente uma potencialidade. Se percebidas passam, portanto, a existir e transformam-se em um sinssigno, ou seja, qualquer existente, como as cores, as linhas e volumes percebidos em uma GRM, por exemplo. O legissigno é uma lei que guia ocorrências particulares, nas palavras de Peirce (CP 2.246): “(...) todo signo convencional é um legissigno [mas não inversamente]. Ele não é um único objeto, mas um tipo geral que, por meio de um acordo, será significativo”. Portanto, podemos dizer que são os padrões formais dos signos, por exemplo, os formatos padrões que nos indicarão corpos humanos, construções e aspectos da natureza em fotografias ou vídeos, as formas que permitem conhecer mapas ou gráficos em um infográfico e as letras, entre outros.

A classificação dos signos, conforme a segunda coluna da tabela 4, permite a conexão das características qualitativas, existenciais e os padrões formais do signo com as do objeto, por isso, estamos nas relações do signo com o objeto imediato. Isso, porque, “só as qualidades podem sugerir, só os existentes podem indicar e só as leis podem representar” (SANTAELLA, 2005, p. 46), conforme veremos. Assim, no ícone, há a possibilidade de uma conexão das qualidades do signo com as qualidades do objeto dinâmico. Essa relação só é possível a partir do repertório da mente que está interpretando o signo. Dessa forma, a mente interpretadora poderá relacionar as linhas presentes nas fotos e vídeos aos corpos de personagens, às paisagens como construções e recursos naturais, cores como azul podem ser

ligadas ao céu durante o dia ou à água, por exemplo, tudo dependendo do repertório pré-existente.

O índice nos permite que as características percebidas do signo sejam relacionadas com as características existentes do objeto imediato, também conforme o repertório da mente interpretadora, desta forma, há uma conexão existencial entre signo e objeto (CP 2.248). Na foto de abertura de A Batalha de Belo Monte (Figura 3), por exemplo, as formas existentes percebidas nos levam à realação com o objeto humano, com uma paisagem de pedras ao fundo e a presença de construções. As cores nos fazem compreender que se trata de um momento escuro, que necessita de luzes artificiais para a iluminação.

**Figura 3:** Imagem de abertura da reportagem A Batalha de Belo Monte



Fonte: <https://goo.gl/bbXPKN>. Acesso em 18 mar. 2018.

Nos símbolos, os padrões dos signos são ligados aos padrões do objeto que está sendo representado, permitindo que um signo represente seu objeto por força de um hábito ou convenção (CP 2.249). Na imagem inicial de A Batalha de Belo Monte, por exemplo, os índices e legissignos indicam que há homens usando chapéu, mas não qualquer chapéu, e sim um chapéu convencionalizado como sendo de construção, o qual podemos perceber se, em nosso repertório, existe tal padrão. Sendo assim, o padrão do formato de chapéu é relacionado ao padrão do objeto chapéu de construção que um indivíduo possui. Em uma escala maior, o padrão de homens reunidos pode ser relacionado ao padrão do objeto exército, o que é reforçado pelo próprio título da reportagem posicionado em cima da imagem, “A Batalha...”, e o bigode onde consta o vocábulo “exército”. O padrão das pedras e das construções, de

tijolos ao fundo, junto aos homens usando capacete tem a chance de ser ligado a um cenário de obras e construções, o que é reforçado pelas palavras utilizadas no bigode como “ergue” e “obras”.

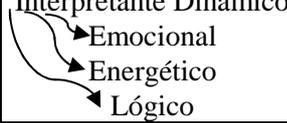
Na terceira coluna da Tabela 4, na relação do signo com seu interpretante, primeira linha, temos uma Primeiridade pura e, portanto, somente possibilidades e potencialidades. Assim, o Rema seria apenas uma hipótese ou conjectura (CP 2.250). Na linha da Primeiridade, também está o Interpretante Imediato (CP 4.536), ou seja, as infinitas possibilidades interpretativas que um signo pode gerar: o azul como céu ou mar, as linhas formando paisagens ou humanos, o barco em um rio enlameado como um transporte qualquer em um rio sujo ou contaminado pelos dejetos da Samarco, os homens reunidos como em uma confraternização, uma batalha ou uma construção.

Já o dicente, na Secundidade pura, é “para o seu interpretante, um sinal de existência real” (CP 2.251). Ele é um signo capaz de gerar um interpretante dinâmico (CP 4.536), aquele interpretante que realmente ocorreu e que, portanto, é existente, o qual engloba os interpretantes emocional, energético e lógico, sobre os quais falaremos mais detalhadamente no item 5 dessa dissertação.

Por fim, em plena Terceiridade, o signo mais genuíno e sempre inalcançável, o argumento, sendo uma conclusão (CP 2.252). Ele está articulado, logicamente, ao interpretante final, continuamente em devir, o qual buscamos por meio da pesquisa científica, conforme exploramos na introdução.

Se expusermos o esquema proposto acima em uma tabela, teremos o seguinte:

**Tabela 5** - Substituição dos tipos de signos pelos seus equivalentes

	<b>Primeiridade</b>	<b>Secundidade</b>		<b>Terceiridade</b>
	<b>Signo em si mesmo</b>	<b>Signo (S) e Objeto (O)</b>		<b>Signo e Interpretante</b>
<b>Primeiridade</b>	Qualidade do signo (QS)	QS	QO	Interpretante Imediato
<b>Secundidade</b>	Característica Existencial do Signo (CES)	CES	CEO	Interpretante Dinâmico 
<b>Terceiridade</b>	Padrões do Signo (PS)	PS	PO	Interpretante Final

Fonte: idealizado por Francisco José Paoliello Pimenta e construído pela autora

Como se pode perceber, é impossível pensar um signo somente na Secundidade ou na Terceiridade, pois a ideia triádica de signo, para Peirce, necessariamente envolve os três níveis. Apenas a Primeiridade, como uma mera possibilidade, sustenta-se sozinha, como algo

que pode vir a ocorrer (CP 1.356). Na mente interpretadora, esse processo segue contínuo, sem as divisões teóricas que aqui colocamos para fins de pesquisa. Portanto, quando um signo é percebido, tornando-se existente, logo ocorre a interpretação, chegando-se à Terceiridade.

Tal processo, que é a Semiose (CP 5.484), torna-se infinito, à medida em que o interpretante de um processo comunicacional se tornará o signo de outra Semiose que começa a ocorrer no momento em que tal interpretante é gerado (CP 1.339). Por exemplo, ao interagir com uma GRM, o usuário pode, em seguida, compartilhá-la com um comentário no Facebook. Desta forma, o processo comunicacional (a GRM) gerou um segundo (o compartilhamento no Facebook). Mesmo se não houver compartilhamento ou comentários, aquela GRM pode causar mudança ou reafirmação de opinião, por exemplo, o que já é uma elaboração após a interação com a reportagem, ou seja, o início de um novo processo de semiose.

A classificação dos signos é fundamental para a estruturação das Matrizes da Linguagem e do Pensamento de Santaella (2005), pois, segundo esta teoria, a matriz sonora é o espaço para o desenvolvimento do qualissigno icônico remático; a visual, do sinsigno indicial dicente e a verbal, do legissigno simbólico argumentativo. No próximo capítulo, veremos como as matrizes da linguagem e do pensamento podem nos auxiliar na reflexão sobre a utilização de cada código na GRM.



#### 4 AS MATRIZES DA LINGUAGEM E DO PENSAMENTO APLICADAS NA GRM

Conforme exposto no capítulo anterior, neste momento, faz-se necessário refletir sobre a utilização dos diversos códigos na GRM. Utilizaremos a proposta das Matrizes da Linguagem e do Pensamento de Santaella (2005), já que, segundo a autora e, em consonância com o que defendemos na introdução, os meios são apenas suportes que ganham sentido a partir das linguagens que se desenvolvem dentro deles:

“Conseqüentemente, o estudo de processos comunicativos deve pressupor tanto as diferentes linguagens e sistemas sígnicos que se configuram dentro dos veículos em consonância com o potencial e limites de cada veículo, quanto deve pressupor também as misturas entre linguagens que se realizam nos veículos híbridos de que a televisão e, muito mais, a hipermídia são exemplares” (Santaella, 2005, p. 376)

As matrizes e suas submodalidades permitem analisar os processos lógico-semióticos das linguagens quando concretizadas e os cruzamentos entre tais linguagens, o que fornece uma visão intersemiótica. Diante disso, poderemos exemplificar as matrizes e suas submodalidades, assim como seus hibridismos, nas oito GRM selecionadas para esta dissertação, além de propor maneiras mais eficazes na sua utilização. Abaixo, colocaremos um roteiro das linguagens, modalidades e submodalidades que está nos guiando:

**Tabela 6** - Diagrama das três matrizes e suas modalidades

<b>1. Matriz sonora</b>		
<b>1.1 Sintaxes do acaso</b>		
<b>1.1.1 Puro jogo do acaso</b>		
<b>1.1.2 Acaso como busca</b>		
<b>1.1.3 Modelizações do acaso</b>		
<b>1.2 Sintaxe dos corpos sonoros</b>	<b>2. Matriz visual</b>	
1.2.1 Heurística dos corpos	<b>2.1 Formas não-representativas</b>	
1.2.2 Dinâmica das gestualidades	2.1.1. Talidade	
1.2.3 Som e abstrações	2.1.2 Marca do gesto	
	2.1.3 Invariância	
<b>1.3 Sintaxes convencionais</b>	<b>2.2 Formas figurativas</b>	<b>3. Matriz verbal</b>
1.3.1 Ritmo	2.2.1 Sui generis	<b>3.1 Descrição</b>
1.3.2 Melodia	2.2.2 Conexão dinâmica	3.1.1 Qualitativa
1.3.3 Harmonia	2.2.3 Codificação	3.1.2 Indicial
	<b>2.3 Formas representativas</b>	3.1.3 Conceitual
	2.3.1 Semelhança	<b>3.2 Narração</b>
	2.3.2 Cifra	3.2.1 Espacial
	2.3.3 Sistema	3.2.2 Sucessiva
		3.2.3 Causal
		<b>3.3 Disseração</b>
		3.3.1 Conjectural
		3.3.2 Relacional
		3.3.3 Argumentativa

Estabelece as Matrizes da Linguagem e do Pensamento e suas modalidades. Tenta se aproximar dos cruzamentos entre as matrizes. As submodalidades serão apresentadas ao longo do texto

Fonte: SANTAELLA, 2005, p. 368

#### 4.1 A Matriz Sonora

Como Primeiridade, é a mais primordial; sua lógica sustenta as demais matrizes e está sob o predomínio do qualissigno icônico remático. O ícone tem como características possibilidade, acaso, indeterminação, vagueza, espontaneidade, presentidade, imediaticidade, qualidade, conjectura, hipótese, porque pertence à Primeiridade (CP 1.357-58). Conforme explicamos, a relação entre signo e seu objeto, no ícone, se dá por uma mera qualidade. Para Santaella (2005), a música pode se apresentar como pura qualidade imediata, que permite sua comparação com qualquer coisa que lhe pareça semelhante, característica típica do ícone.

O qualissigno icônico remático deve ser tomado como um ponto de referência, pois está no nível da possibilidade e, na sua ocorrência, torna-se um sinssigno ou existente. Neste caso, o som já possui leis, como as da física, com a onipresença das três categorias, mas, mesmo assim, a possibilidade qualitativa pode se destacar. Desta forma, exemplos puros de um qualissigno icônico remático parecem impossíveis, pois não são existentes (CP 2.276).

“Portanto, um ícone puro é algo mental em estado emergencial, ainda não inteiramente fatural. Só pode ser uma ideia antes que ela se concretize como tal. Aquém do *insight*, são estados de efervescência mental que precedem e que levam à descoberta” (SANTAELLA, 2005, p. 102). O melhor exemplo disso seria a ideia musical, vaga e indefinida, que ainda está na mente do compositor<sup>68</sup>.

Neste momento, vale a pena discorrer sobre a definição de hipóicone de Peirce (EP 2.273), a qual aparecerá também nas demais matrizes. Os hipóicones já são signos, ou seja, deixam a mera possibilidade e apresentam semelhança com algo, e podem ser de três tipos: imagem, diagrama e metáfora. As imagens têm semelhança na aparência, e, na música, estariam presentes nos sons da natureza, como em um apito que imita o canto do pássaro ou o toque do chifre que simula o mugido do gado. Já o diagrama mantém semelhanças entre as relações internas de um fenômeno ou situação e, na música, apareceria nas semelhanças de movimento e semelhanças formais. Por fim, as metáforas estão relacionadas à característica representativa do signo por meio da representação de um paralelismo com algo e, na música, estaria na paráfrase, citação e referência alegórica.

#### 4.1.1 A Primeiridade da Matriz Sonora

Em sua primeira modalidade, a matriz se apresenta como 1.1 As sintaxes do acaso. Santaella (2005, p. 108) compreende a sintaxe como “o modo pelo qual elementos se combinam para formar unidades mais complexas”. A música possui uma sintaxe parecida com a da língua (notas como unidades mínimas, motivos ou frases, secções e formas musicais, as escalas musicais, ritmo, melodia, cadências como sistema de pontuação) e das artes plásticas e visuais (sintaxes harmônicas, texturais, espessas). Desta forma, as modalidades apresentam as possibilidades de organização ou sintaxes do som<sup>69</sup>.

Destacamos a modalidade 1.1.1 O puro jogo do acaso, marcada por possibilidades qualitativas puras, em que o acaso é tido como real. Para Peirce (CP 1.357-58), a variedade e a novidade só existem como uma consequência do acaso, que está presente na

<sup>68</sup> A tríade perceptiva, apresentada por Santaella neste capítulo, pode auxiliar na compreensão da sonoridade como qualissigno icônico remático. Ver em SANTAELLA, 2005, p. 103-107 ou em SANTAELLA, 2008, p. 50-55.

<sup>69</sup> É curioso que Santaella tome a língua como referência para a música, enxergando nela uma sintaxe, uma vez que é um tipo de processo sígnico que serve como matriz para a semiótica linguística e não para a peirceana, a qual defende. A matriz semiótica de Peirce é a lógica da natureza e suas músicas não obedeceriam nenhuma sintaxe linguística. Poderíamos pensar que ocorre o contrário: a língua é que possuiria uma sintaxe semelhante à da música.

espontaneidade, indeterminação, possibilidade em aberto. Nas GRMs, destacamos 1.1.1.2 As eventualidades do acaso, quando o acaso já se torna um evento assim que ocorre. Trata-se de um som livre, sem controle, como os da natureza: chuva, pássaros e insetos. Em A Batalha de Belo Monte, está no barulho da chuva caindo, na terceira sequência de imagens do terceiro capítulo. Também aparece no barulho de um rio agitado pela enchente, no primeiro vídeo do capítulo três em “A crise da água” e nos sons emitidos pelos carneiros no vídeo que compõe a quarta sequência de imagens no capítulo quatro da mesma matéria.

Em 1.1.2 O acaso como busca, o acaso é criado deliberadamente para resultar em eventos sonoros casuais, tendo como submodalidade o 1.1.2.1 A busca em aberto. São casos em que as ocorrências são radicalmente casuais, como objetos quebrando, carros andando, trens nos trilhos, gritos de pessoas em perigo e acidentes de automóveis. Nas GRMs, aparecem nos sons de fundo das reportagens, que captam as ocorrências sonoras do dia a dia.

Especificamente, na Batalha de Belo Monte, está na terceira sequência de imagens do primeiro capítulo, no barulho de uma turbina trabalhando ou no som ambiente com carros em movimento; no primeiro vídeo do capítulo dois, está no som do motor do barco, da fabricação de tijolo durante o terceiro vídeo do terceiro capítulo e ainda na briga entre moradores de Altamira, na primeira sequência de imagens do mesmo capítulo, ou na movimentação de carros e carroças na rua na terceira sequência de imagens deste capítulo. Nessa matéria e em Crise da Água, também se faz presente toda vez que a animação Folhacóptero aparece, por meio do barulho de suas hélices. A submodalidade aparece ainda nos sons das máquinas trabalhando em uma obra antes do entrevistado começar a falar no terceiro vídeo no último capítulo de Crise da Água ou nos sons de carro e trânsito no segundo vídeo do primeiro capítulo de Morte Invisível.

#### 4.1.2 A Secundidade da Matriz Sonora

Na Secundidade, o som se apresenta como 1.2 As sintaxes dos corpos sonoros, que Santaella (2005, p. 133) explica como a “singularidade do som em si, a materialidade do fenômeno sonoro, materialidade concreta do som (...), som encarnado”, ou seja, a própria escuta do som. A música torna-se livre da composição pela gravação que permite a reprodução sonora, tornando o som concreto e repetível, comparável a uma pintura que se pode olhar várias vezes. Por isso, há aí mais um elemento de secundidade, que aproxima essa modalidade da visualidade. A fixação do som transforma a sua principal característica, a evanescência, mas permite sua estabilidade para a manipulação das organizações da música.

O destaque fica com as submodalidades 1.2.2.2 O gesto manipulatório dos materiais e 1.2.2.3 A gestualidade sonora no espaço externo, pertencentes à modalidade 1.2.2 A dinâmica das gestualidades sonoras. A primeira diz respeito à tradição radiofônica que originou a música concreta, ou seja, a gravação que serve como matéria bruta para tratamento do som, da escuta à manipulação, para organização e reorganização. Já o segundo está relacionado ao espaço de escuta, quando a música é propagada por autofalantes. Refere-se ao espaço de execução da música, que pode causar efeitos de profundidade, ubiquidade e mobilidade, mostrando sua dimensão espacial.

Ambas as modalidades possuem ligação com sons gravados, os quais podem sofrer modificações e ainda serem executados, como em uma GRM. As músicas de fundo presentes nos vídeos e, mesmo os sons da natureza ou do cotidiano das reportagens, foram gravados e precisaram ser editados, ou seja, manipulados, para estarem presentes e serem ouvidos pelos usuários. Assim, nota-se uma forte presença da Secundidade sonora das GRMs.

#### 4.1.3 A Terceiridade da Matriz Sonora

A Terceiridade, 1.3 As sintaxes das convenções musicais, diz respeito aos três elementos comuns a todos os sistemas convencionais musicais: ritmo, melodia e harmonia<sup>70</sup>, que são “interdependentes e quase sempre inseparáveis” (SANTAELLA, 2005, p. 164). O ritmo é o mais primordial, pode existir música só com ele como na percussão de tambores ou no coaxar dos sapos. É imediaticidade sensível, correspondente aos ritmos vitais, em uma indefinição de sentidos própria da Primeiridade, originando assim a primeira modalidade 1.3.1 O ritmo e a Primeiridade. Nele, chamamos a atenção para a submodalidade 1.3.1.3 As leis e a convencionalidade do ritmo, relacionada aos ritmos da natureza: solares, lunares, respiração, pulsação, digestão. A lei governa casos particulares, ou seja, as ocorrências conformam-se a padrões e, dessa forma, os ritmos da natureza são equivalentes ao funcionamento da lei.

Em suma, sentimos o ritmo (batidas do coração: sístole/diástole), vivemos o ritmo (respiração: inspiração/expiração) e vivemos no ritmo (ciclos da natureza: dia/noite, estações do ano). Entretanto, só somos capazes de compreender o ritmo e compreender o tempo em que o ritmo se tece, porque somos seres simbólicos, seres pensantes” (SANTAELLA, 2005, p. 168 - 169).

---

<sup>70</sup> Defendemos que são convencionais, mas não apenas no sentido da convenção humana, pois o canto do sabiá e os sons produzidos pelas baleias também possuem ritmo, melodia e harmonia.

As matérias estudadas são construídas a partir de fatos e personagens inseridos nos ritmos das naturezas, os quais observamos a partir de fotos e vídeos que nos mostram os ciclos da natureza, como dia e noite, ou na própria respiração dos entrevistados.

Já na Melodia é colocada como secundidade por causa da sucessividade temporal, formando assim a modalidade 1.3.2 A melodia e a secundidade. Santaella (2005) lembra, no entanto, que a melodia não pode existir sem o ritmo, que o preenche com conteúdo musical. Nas GRMs analisadas, sobressaem as submodalidades 1.3.2.1 a sucessão aleatória de eventos sonoros e 1.3.2.2 a melodia como atualização. A primeira está relacionada à melodia sem intencionalidade, nem mesmo improvisada, pois a improvisação já pressupõe alguma convencionalidade, com padrões arraigados. São sons em sucessividade não regidos por uma lei, como uma criança sem consciência do que é som, batendo sucessivamente as notas do piano. Ocorre em A Crise da Água, na cena das gotas de água caindo na moringa, no vídeo inicial do capítulo quatro que, mesmo não possuindo som, opera a temporalidade sonora, o que leva a formar um som mental.

Já a segunda submodalidade diz respeito à sequência temporal de notas, sons, massas sonoras ou ruídos, com predomínio da Secundidade, em que sobressai a unicidade de cada melodia em particular, diferente de qualquer outra. Seria também a execução da melodia aqui e agora. Encaixam-se nessa submodalidade as músicas ao fundo de animações e vídeos das GRMs, como melodias particulares que são.

Já a harmonia depende de leis, sendo, portanto, da Terceiridade, originando a modalidade 1.3.3 A harmonia e a terceridade. A harmonia pode ser explicada como uma “combinação simultânea das notas” (SANTAELLA, 2005, p. 174), vertical, que fornece profundidade como a perspectiva na pintura. Destacamos a submodalidade 1.3.3.2 A harmonia e as leis da acústica. “As leis físicas que determinam diretamente o fenômeno acústico são manifestações da harmonia em nível de secundidade. Outros exemplos são os das leis da ondulatória, o movimento dos fluidos, dinâmica, cinemática etc” (SANTAELLA, 2005, p. 178). As leis da física permitem a execução da escuta dos sons e músicas nas GRMs.

O predomínio do qualissigno icônico remático nos leva a concluir que a matriz sonora tem potencial para fazer com que o usuário esteja imerso na história, promovendo mais imediação, conforme propôs Bolter e Grusin (2000). Todos os sons, obviamente, são gravados, pois só assim podem estar nas GRMs e, então, se apresentam como um elemento de

Secundidade. Contudo, essa Secundidade permite aos usuários a proximidade com a espontaneidade, o frescor, o sentimento de presença da Primeiridade.

Conforme vimos por meio dos exemplos, os produtores já utilizam os sons da natureza e outros do cotidiano, o que deve ser ainda mais explorado para promover a imersão do usuário. A Terceiridade sonora pode auxiliar nessa imersão, pois promove a contemplação dos sons sucessivos, como na cena das gotas de água caindo na moringa, ajuda o usuário a se situar por meio dos ritmos das naturezas (dia ou noite, sol ou chuva, por exemplo) e o coloca mais próximo dos personagens por meio da exploração de seu estado de espírito demonstrado na respiração, por exemplo.

## 4.2 A Matriz Visual

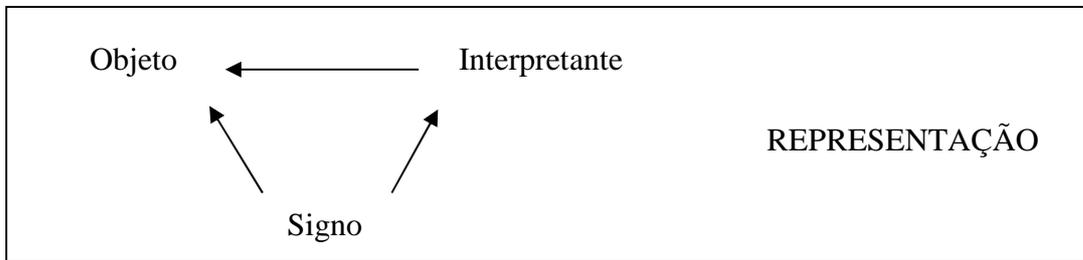
A Matriz Visual, como Secundidade, engloba a Primeiridade, portanto, sua indeterminação, e mantém-se no eixo da forma. Santaella (2005) lembra que as imagens podem representar o mundo visível que é sem limites, panorâmico, com 360 graus, ou terem sentido em si mesmas em formas puras, abstratas. Além disso, há uma diferença entre ícone e signo icônico, este último, sinônimo de hipoícone, que, conforme já dissemos, representa o objeto por meio de semelhança.

Lembramos que, para Peirce (CP 1.339), o signo é um mediador entre objeto e interpretante e, dessa forma, o objeto determina o interpretante por meio da mediação do signo, ou seja, o signo se refere ao objeto independente de uma interpretação pessoal. Assim, podemos concluir que o signo tem como propriedade objetiva o potencial para produzir o interpretante. Se o signo produz um interpretante é porque ele representa o objeto, mas isso só é possível porque o objeto determina o signo, e o objeto só é acessível pela mediação do signo. Como o objeto é diferente do signo, este não pode substituí-lo, mas apenas estar no seu lugar, representá-lo. Assim, a ação do signo só se completa quando o signo determina um interpretante, este determinado pelo mesmo objeto que determina o signo. Resumindo nas palavras esclarecedoras de Santaella (2005, p.188) e de dois diagramas:

Na relação triádica, há, portanto, dois vetores: (1) o vetor de representação que aponta do signo e interpretante para o objeto, pois o interpretante, mediado pelo signo, também representa o objeto através do signo. (2) O vetor de determinação que vai do objeto para o signo e do signo para o interpretante. Em ambos os vetores, o signo ocupa a posição de mediador, sendo um elemento de síntese. Em suma, o signo é determinado pelo objeto, mas ele, simultaneamente, representa o objeto. O signo determina o

interpretante e, ao determiná-lo, o signo transfere ao interpretante a tarefa de representar o objeto pela mediação do signo.

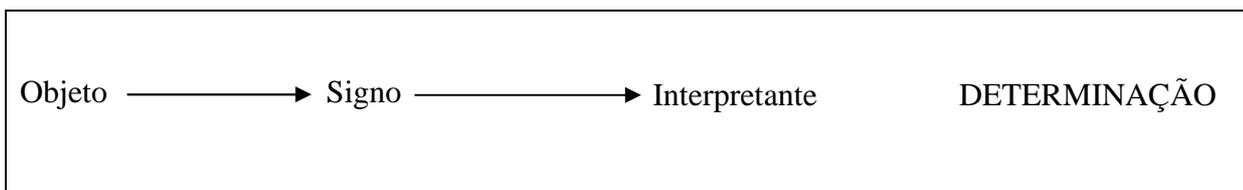
### Diagrama 1 – Representação



Vetor da representação vai do signo e do interpretante para o objeto, já que o interpretante, representa o objeto por meio do signo, este que é um mediador, ocupando posição central.

Fonte: CP 1.339 e SANTAELLA, 2005, p.188.

### Diagrama 2 - Determinação



Vetor da determinação do objeto para o signo e do signo para o interpretante, sendo que o signo é um mediador, ocupando posição central.

Fonte: CP 1.339 e SANTAELLA, 2005, p.188.

Segundo Peirce, o índice possui poder de referência (CP 2.248), enquanto o ícone, poder de imaginação (CP 2.247). Apesar de a matriz visual estar ancorada predominantemente no sinsigno indicial, dicente, pode alcançar a pura iconicidade ou a convenção simbólica, nos dois extremos. Na percepção de um ícone puro ou atual, teríamos uma pura qualidade de sentimento, possível somente em momento de consciência cãndida, contemplativa, quando a característica existencial é diluída e se torna difícil saber as fronteiras entre signo e objeto. Seria um estágio em que o real e a cópia se confundem, seria, ainda, uma possibilidade, de fato, não ocorrida.

Com exceção das imagens despojadas do poder de referencialidade, isto é, imagens que não representam nada, que não representam qualquer forma visível que esteja fora delas, todas as imagens figurativas ou referenciais estão regidas pela dominância do índice. Embora seu poder de representação, como imagens que são, esteja ancorado numa relação de similaridade formal e, portanto, icônica, essa relação de similaridade está embutida na referencialidade, característica primordial do índice (SANTAELLA, 2005, p. 192)

O visual é o campo do *signo*, do existente, pois o campo da visão possui bordas. Para a visão, as coisas estão aqui e agora e é isso que permite a distinção da alucinação e do sonho, que pertencem à *Primeiridade*. As representações visuais são delimitadas por papel, tela ou película, por exemplo, sempre estão dentro de uma moldura, sendo *Secundidade* pelo seu caráter de singularidade e unicidade.

O índice pressupõe uma conexão física entre *signo* e objeto, chama a atenção da mente interpretadora para o objeto, força sua introdução na mente, ainda que não interpretado, daí o seu poder de *signo*. Em um índice genuíno existe relação existencial, como na fotografia e outras imagens como a radiografia, ultrassom, com uma aproximação maior daquilo de seu caráter de *Secundidade*, portanto, da existencialidade. Já o índice degenerado pressupõe apenas uma referência, como nas imagens figurativas (desenho e pintura), possibilitando uma aproximação dos ícones. De qualquer forma, são *Secundidade* por se apresentarem ancoradas em suportes e insistirem em sua individualidade, ocupando um espaço físico. Já o caráter dicente aparece porque a matriz visual propõe ou veicula informação sobre um existente, sendo referencial; portanto, faz ligação com algo que está fora dela e seu interpretante tem uma relação existencial com o objeto, que é o caso do discente.

Por fim, Santaella (2005) explica que, nessa matriz, a ênfase está na forma como atributo ou propriedade da imagem, que pode aparecer na música ou no verbal, com a lógica de uma matriz emprestada para outras. E, entre as formas, a classificação se preocupa com as representativas, que são os *signos* visuais. Nessa matriz pura estão apenas as formas fixas bi ou tridimensionais, as quais pressupõem um dispositivo para seu registro em um suporte fixo, organizando-se mais pela organização espacial do que temporal. Já a forma em movimento requer o fator tempo, com a lógica da sequência da música e do verbal. Também não estão incluídos os utilitários, considerados linguagem híbrida, pois requerem o tátil e são feitos para se manipular. Atenta, ainda, que as matrizes são da linguagem e do pensamento e, por isso, o mundo visual percebido ou imagens mentais estão incluídos. Por fim, ressalta que a matriz tem duas faces: a forma, o *signo* visual em si mesmo, e a representação, o que a forma é capaz de representar.

#### 4.2.1 A *Primeiridade* da Matriz Visual

A primeira modalidade, 2.1 Formas não-representativas, são os elementos puros: “tons, cores, manchas, brilhos, contornos, formas, movimentos, ritmos, concentrações de

energia, texturas, massas, proporções, dimensão, volume etc” (SANTAELLA, 2005, p. 206). Não fazem referência ao exterior, não indicam nem representam nada, necessariamente. Como exemplo, a autora cita obras em que a projeção do objeto é inacurada, os traçados são acidentais, não há como saber o que se quis representar, e ainda quando não há a intenção de representar nada reconhecível, como a arte abstrata. São formas ambíguas por natureza e, assim como a música, nela mesma, não fazem referência a nada de modo necessário, conseqüentemente tendo um alto poder de sugestão que possibilita a imaginação na busca por similaridades. Desta forma, percebe-se um predomínio do ícone, em que o objeto é uma possibilidade e o poder de representação é baixo.

Nenhuma das GRMs estudadas apresenta formas não figurativas. Apesar disso, a Primeiridade aparece por meio de algumas modalidades, como em 2.1.2 A qualidade como acontecimento singular: a marca do gesto, em que as qualidades estão presentes em objetos singulares, índices degenerados, que se referem ao gesto de onde vieram. As qualidades ganham a marca de como foram produzidas, sendo possível verificar a origem das diferenças de qualidade. Destaque para 2.1.2.1 A marca qualitativa do gesto, a qual proporciona a indicação dos meios, instrumentos e suportes da produção de figuras. Nas reportagens, por exemplo, percebemos que as imagens fotográficas foram feitas a partir de câmeras, assim como ilustrações puras ou infográficos nascem a partir de programas de computador, as quais são diferentes de uma pintura, por exemplo. Notamos ainda que a imagem de abertura de Era uma Vez Um pequeno Guerreiro é um desenho produzido com lápis de cor (Figura 4).

**Figura 4:** Imagem de abertura de Era Uma Vez Um Pequeno Guerreiro



Imagem é um desenho infantil a partir de lápis de cor.  
Fonte: <https://goo.gl/7abrHN>. Acesso em 18 mar. 2018.

As matérias também contêm imagens produzidas a partir de computador. Assim, ressaltamos, ainda, a presença de 2.1.3.3 A abstração das leis, que diz respeito à imagem infográfica, nada mais do que um programa numérico, processada no computador. Os valores numéricos são imagens sensíveis por causa dos pixels, e são tais números que fornecem uma posição precisa na tela, no interior de um sistema de coordenadas. “O pixel é localizável, controlável e modificável por estar ligado à matriz de valores numéricos”, explica Santaella (2005, p. 222). Assim, a matriz pode ser remixada e, por isso, a imagem numérica está sempre mudando. A imagem infográfica é um bom exemplo, porém é uma linguagem híbrida para a autora. De qualquer forma, as GRMs estão cheias delas, pois todas as artes, e até mesmo as fotos, são construídas ou editadas e modificadas a partir de programas de computador.

#### 4.2.2 A Secundidade da Matriz Visual

Para explicar a modalidade 2.2 Formas figurativas, Santaella (2005) diferencia figura e fundo. A primeira está relacionada à forma, contorno, organização, é mais estável que o fundo, além de ser uma estrutura mais organizada; o fundo é uma continuidade amorfa, indefinida, inorgânica, e a percepção da figura depende dessas diferenças. As formas figurativas não causam ambiguidade entre figura e fundo e sua identificação é feita, sobretudo, a partir da semelhança da percepção daquele tipo de objeto no mundo visível. Assim, as formas figurativas são referenciais, mais ou menos ambíguas, e apontam para algo reconhecível fora delas com uma vocação mimética, a ilusão de que a imagem é igual ao objeto real. Contudo, algumas modalidades contemplam também a convencionalidade.

A submodalidade 2.2.1 A figura *sui generis* analisa a qualidade da figura na sua forma figurativa e indicial, procurando saber de que maneira indica e com que tipo de qualidade. De acordo com Santaella, uma figura qualitativamente própria e diferenciada pode acabar se tornando a marca de um artista, a marca como consequência da qualidade. Destacamos 2.2.1.2 As figuras do gesto, que trata “de figuras que registram a qualidade do movimento e da energia que foi imprimida ao traço no instante de sua feitura” (SANTAELLA, 2005, p. 226), indicando o gesto que as criou. Segundo a autora, podem influenciar a qualidade da figura do gesto “o tipo de personalidade, o humor ou a experiência naquele momento particular de quem traça as linhas ou manuseia o pincel. A firmeza ou fraqueza do gesto, a confiança ou timidez ficam expressas no movimento” (SANTAELLA, 2005, p. 226), todos eles ligados às leis físicas.

Apesar de Santaella (2005) exemplificar a partir da pintura, as formas figurativas também são produzidas a partir de câmeras fotográficas e, atualmente, por computadores. Assim, essa submodalidade pode dizer respeito às fotos de um determinado fotógrafo. No caso das GRMs, cujas fotos são feitas por fotojornalistas, podemos imaginar que as fotografias foram influenciadas por uma pauta que previa a cobertura de certos temas, por trocas de informações com repórteres e *designers* que faziam textos e artes e pelos sentimentos pessoais do fotógrafo enquanto realizava a cobertura, como compaixão, empatia, raiva, desânimo, alegria, entre outros. Percebemos, ainda, que a imagem de abertura de Era Uma vez um Pequeno Guerreiro é um desenho infantil (Figura 4), produzido por uma criança.

Em 2.2.1.3 A figura como tipo e estereótipo, tem-se uma ideia ou conceito visualmente representável. Por exemplo, o desenho que uma pessoa faz de castelo é, na verdade, a ideia que ela possui desse castelo. Essa submodalidade está presente na imagem de abertura de Era Uma vez um Pequeno Guerreiro (Figura 4), em que está retratado o estereótipo de uma criança por meio do desenho infantil, ou ainda pode influenciar na maneira como os fotógrafos e *designers* optam por representar certas realidades.

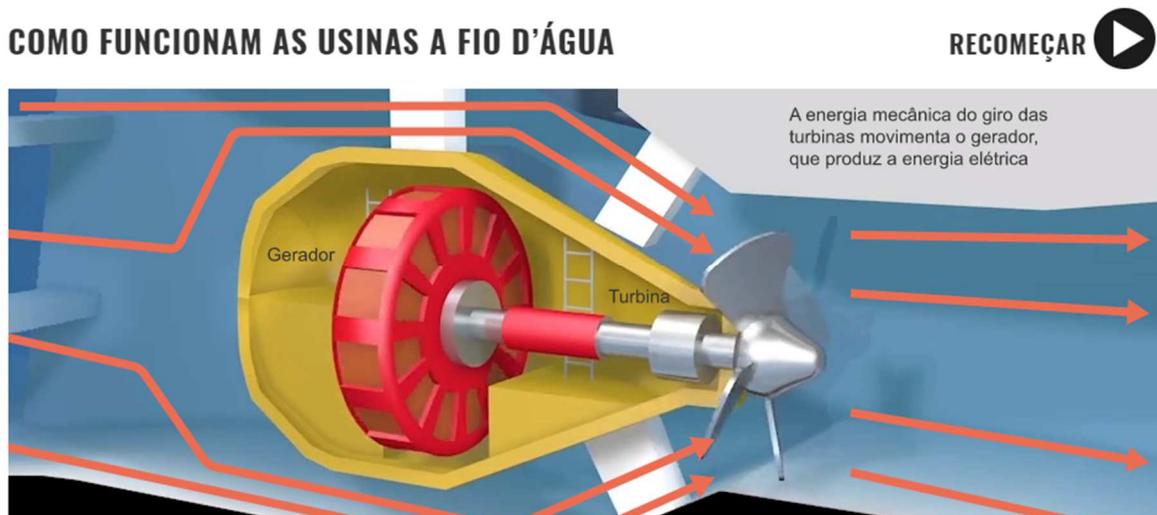
Mas o destaque das formas figurativas das reportagens está na submodalidade 2.2.2 A figura como registro: conexão dinâmica, a qual possui forte proximidade do índice, pois registro e objeto são um singular, existente. A imagem é determinada pelo objeto, está existencialmente conectada com o seu referente, levando a atenção do receptor para o objeto. Como consequência, não depende de uma interpretação, pois a mente interpretadora simplesmente capta essa relação existencial. Santaella (2005) cita como exemplos a fotografia e holografia em que a imagem é possível a partir de uma relação causal permitida pelas leis da física que provocam uma conexão espacial, temporal e existencial entre imagem e objeto.

Em seu nível de Primeiridade, temos o 2.2.2.1 Registro imitativo, em que o traçado imita a forma do objeto e, por causa da semelhança, é uma figura altamente icônica, mas a semelhança é utilizada para indicar, sendo seu poder indicial. Apesar disso, não se trata de um índice genuíno, porque o objeto não afeta o signo diretamente, mas a partir da mediação do artista. Está presente, por exemplo, em uma placa de trânsito com traçado de curva correspondendo perfeitamente à curva na estrada, exatamente no lugar existencial em que a curva começa: placa e estrada estão conectados de forma existencial, espacial.

Em algumas GRMs há imagens que se aproximam dessa definição. Em Crise da Água, no capítulo três, há um infográfico que simula o funcionamento das usinas a fio d'água (Figura 5). Em seguida, ilustrações imitam uma usina com turbina a fio d'água e com turbina de grande reservatório para diferenciá-las. Já no segundo capítulo de Crime sem Castigo, o

primeiro infográfico reproduz o funcionamento do contrabando, de sua origem até seu destino (Figura 6). Em Morte Invisível, a última ilustração da matéria apresenta a figura de um motorista, em que partes do seu corpo vão sendo ressaltadas e os problemas de saúde relacionados a estas partes vão sendo informados (Figura 7). Em todas elas, no entanto, falta a conexão espacial. Além disso, são linguagens híbridas pois envolvem o verbal e o movimento.

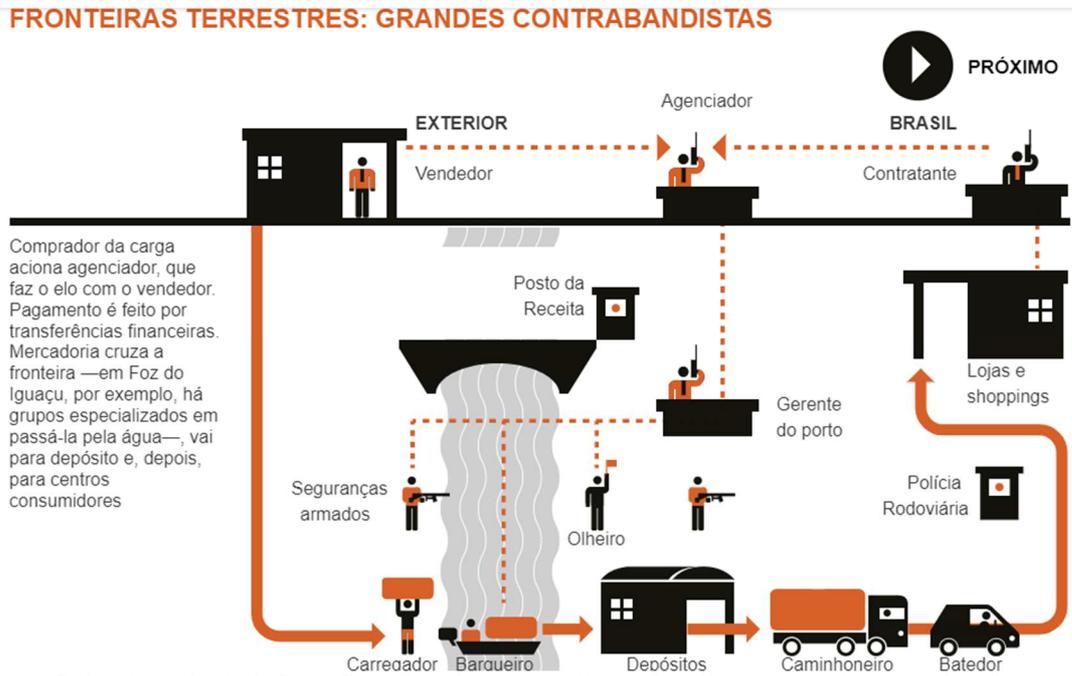
**Figura 5:** Funcionamento de uma usina a fio d'água



Segunda tela da infografia animada que explica o funcionamento de uma usina a fio d'água.

Fonte: <https://goo.gl/ZXHQDn>. Acesso em 18 mar. 2018.

**Figura 6: Funcionamento do contrabando**



Primeira tela da infografia animada que explica o funcionamento do contrabando.

Fonte: <https://goo.gl/ZBWdSp>. Acesso em 18 mar. 2018.

**Figura 7:** Doenças que acometem os motoristas profissionais



### **CABEÇA**

Motoristas profissionais urbanos enfrentam congestionamentos, se desentendem com outros condutores e também com os passageiros, além de trabalharem sob pressão para cumprir horários. O quadro é agravado com jornadas de até 12 horas.

Primeira tela da infografia animada que explica as doenças que acometem os motoristas profissionais.  
 Fonte: <https://goo.gl/JXzmBQ>. Acesso em 18 mar. 2018.

No nível de Secundidade, temos 2.2.2.2 Registro físico, em que a iconicidade das fotografias ocorre pois signo e objeto são fisicamente forçados a corresponder, ponto a ponto, à natureza. Nesse caso, a impressão pode ocorrer por contato direto (gravura, traços de um ser vivo na terra e a reprodução por impressão) ou à distância, como na fotografia, em que há um intermediário físico entre o material impregnante e a impressão. O referente fotográfico é algo necessariamente real colocado à frente da câmera fotográfica, fazendo da imagem inegavelmente indicial, ainda que o receptor saiba ou não o que ela indica.

Para Santaella (2005), mesmo as fotografias artísticas que tentam se desvincular daquilo que referem continuam sendo indiciais, mas remáticas, ou seja, sem informações aparente sobre algo fora delas. Já as fotos científicas e de propaganda, que tendem para a generalidade, aproximam-se do simbólico, mas permanecendo como índices, pois o particular do indicial só passa à generalização com textos verbais. As manipulações das fotos no computador também não tiram seu aspecto indicial, exceto se a aparência do referente é completamente modificada, quando passam a pertencer a outra submodalidade.

Atualmente, com a utilização de câmeras digitais, o processo físico da foto acabou um pouco modificado. Na forma analógica, a foto é armazenada no filme, para isso, há um produto químico que é sensibilizado pela luz e registra a imagem<sup>71</sup>. Já na digital, não há filme, mas um aparelho semicondutor que registra a luz de forma elétrica com uma gradação de volts. “O sensor converte a luz em elétrons de cada célula na imagem. A partir daí, o processo divide-se de acordo com o tipo de sensor que o aparelho possui, CCD ou CMOS”<sup>72</sup>. Assim, mesmo a fotografia digital, continua pertencendo a essa submodalidade, pois ambas permitem que um referente real seja registrado por meio de processos físicos e químicos. A GRM está cheia de exemplos, conforme apontamos na introdução. A Batalha de Belo Monte possui 78 fotos, Crime sem Castigo, 51; Crise da Água, 56; O Golpe e a Ditadura Militar, 439; Menino de Abrigo, 41; Morte Invisível, três; Pequeno Guerreiro, quatro; e Um Adeus ao Rio Doce, 56.

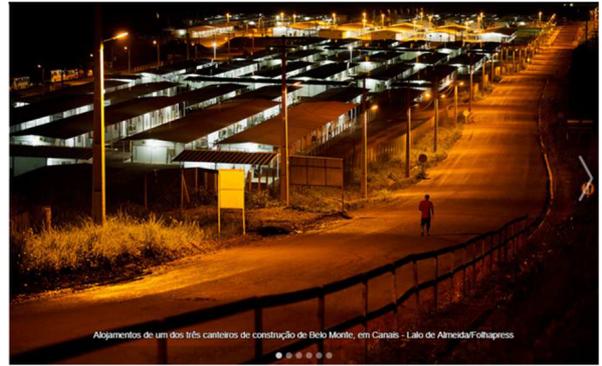
Em A Batalha de Belo Monte, as fotos registram a obra de usina, os operários trabalhando e o lugar onde vivem, a natureza da região, o desmatamento para a construção, a vida em Altamira e no entorno próximo à usina e os índios da região (Figura 8). Em Crime sem Castigo, aparecem imagens da entrada de produtos contrabandeados no país, contrabando entre Bolívia e Brasil, movimentação no Porto de Santos (SP) e sua fiscalização para apreensão de produtos contrabandeados; movimentação de locais onde há venda de produtos contrabandeados, mercadoria apreendida pela Polícia Federal e operações para coibir o contrabando (Figura 9).

---

<sup>71</sup> Definição disponível em <<https://fotocompixel.wordpress.com/2009/04/12/diferencas-basicas-entre-a-fotografia-tradicional-e-a-digital/>>, acesso em 02 nov. 2017.

<sup>72</sup> Definição disponível em <<https://www.oficinadanet.com.br/post/12125-como-funciona-uma-camera-digital/>>, acesso em 02 nov. 2017.

**Figura 8:** Exemplos de fotografias em Belo Monte



Algumas das fotografias presentes em A Batalha de Belo Monte  
 Fonte: <https://goo.gl/bbXPKN>. Acesso em 20 mar. 2018

**Figura 9:** Exemplos de fotografias em Crime sem Castigo

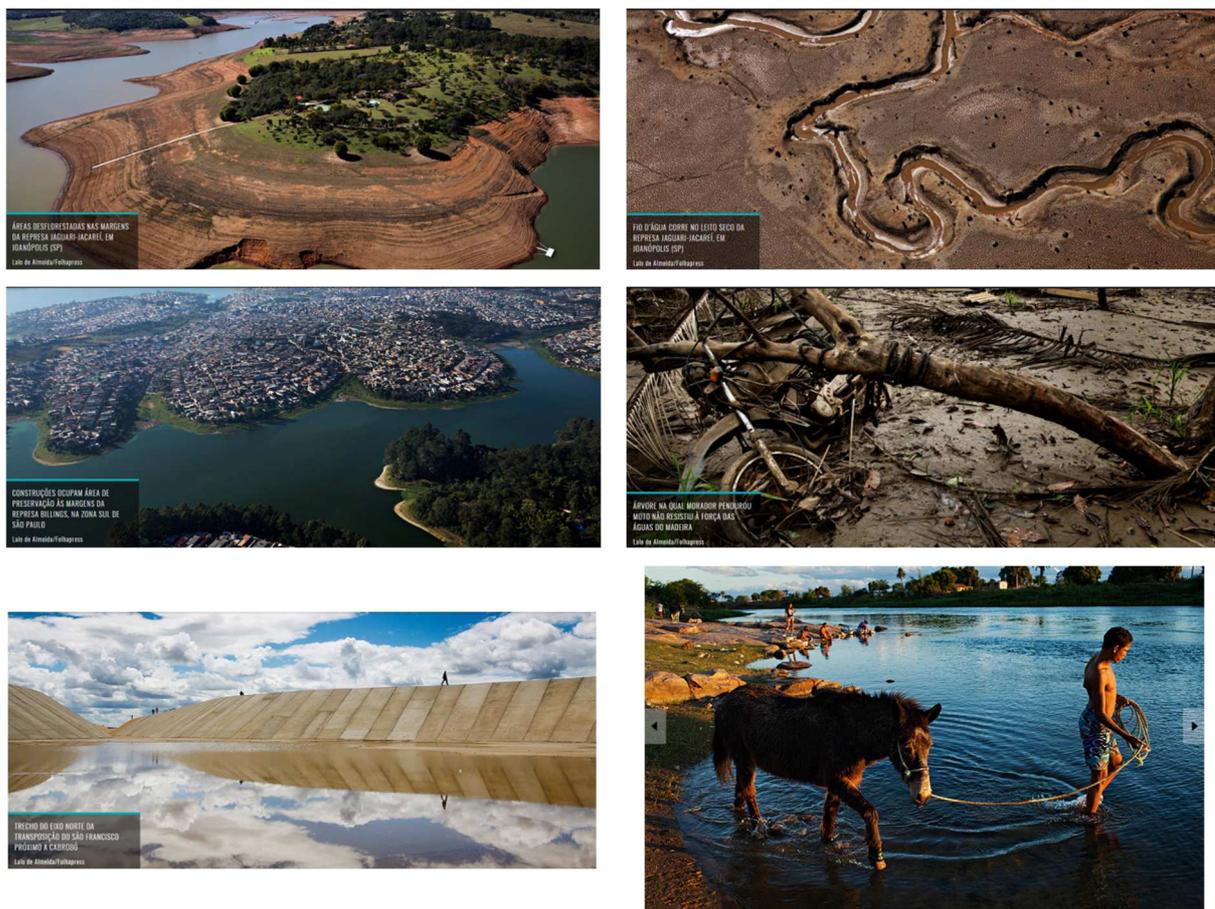


Algumas das fotografias presentes em Crime Sem Castigo  
Fonte: <https://goo.gl/ZBWDSp>. Acesso em 21 mar. 2018

Em Crise da Água, há fotos da invasão de nascentes, desmatamento e construção no entorno de represas, leitos secos e poluição de mananciais; lama após a enchente do Rio Madeira, estragos causados pelas cheias, obras relacionadas à Usina Santo Antônio, estragos como consequência da construção da hidrelétrica, a seca no sertão do Nordeste, a vida de um agricultor em Cabrobó (PE), obra de transposição do São Francisco, o movimento de caminhões-pipa pegando água desse rio, além de moradores da mesma região utilizando o rio para diversas atividades (Figura 10). Já em O Golpe e a Ditadura as fotos resgatam a história para retratar a época antes do golpe, a repressão dos que eram contra o regime, a resposta dos grupos reprimidos, as atividades econômicas da época, as manifestações que solicitaram o

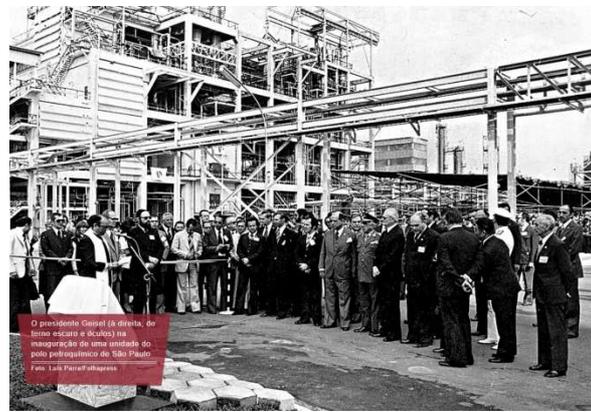
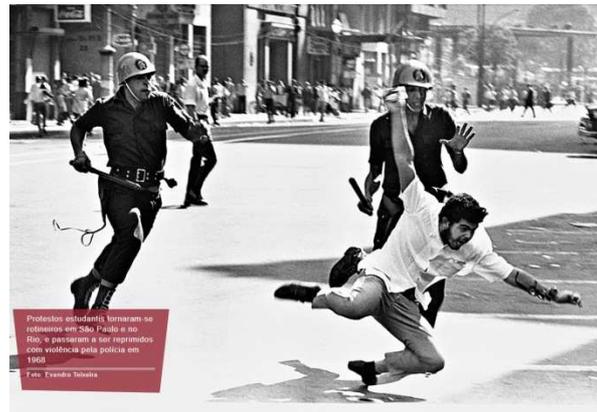
retorno da democracia, a anistia, além dos desaparecidos e mortos durante a ditadura (Figura 11).

**Figura 10:** Exemplos de fotografias em Crise da Água



Algumas das fotografias presentes em Crise da Água  
 Fonte: <https://goo.gl/ZXHQDn>. Acesso em 21 mar. 2018

**Figura 11:** Exemplos de fotografias em O Golpe e a Ditadura



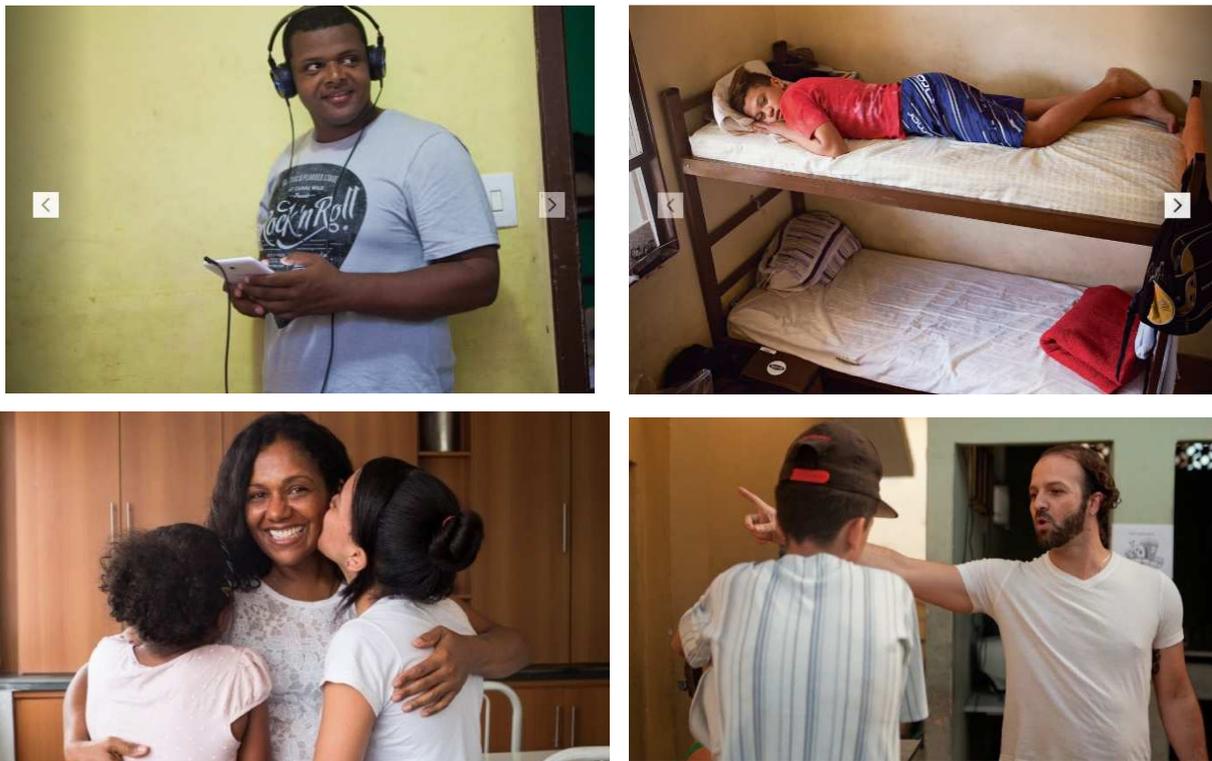
Algumas das fotografias presentes em O Golpe e a Ditadura

Fonte: <https://goo.gl/NQvChY>. Acesso em 21 mar. 2018

Em Menino de Abrigo, as fotos apresentam os dois personagens principais da matéria, os demais personagens, o cotidiano dos protagonistas e das casas de abrigo (Figura 12). Morte Invisível conta com imagens de veículos pelas ruas e também de personagens (Figura 13). O mesmo se repete em Era Uma Vez um Pequeno Guerreiro (Figura 14) e Um Adeus ao Rio Doce (Figura 15), sendo que esta última apresenta ainda imagens do contraste entre o Rio Doce antes e depois da tragédia ambiental de Mariana, peixes mortos e plantas em

um rio enlameado, cavalo, carro e restos de vegetação atolados, construções afundadas na lama, além de vários móveis enlameados uns sobre os outros. Há, por fim, foto de satélite e imagens das cidades banhadas pelo Rio Doce que foram afetadas pela tragédia, além de índios e outras pessoas percorrendo, de barco, o rio enlameado.

**Figura 12:** Exemplos de fotografias em Menino de Abrigo



Algumas das fotografias presentes em Menino de Abrigo  
Fonte: <https://goo.gl/Z4zJK4>. Acesso em 21 mar. 2018

**Figura 13:** Exemplos de fotografias em Morte Invisível



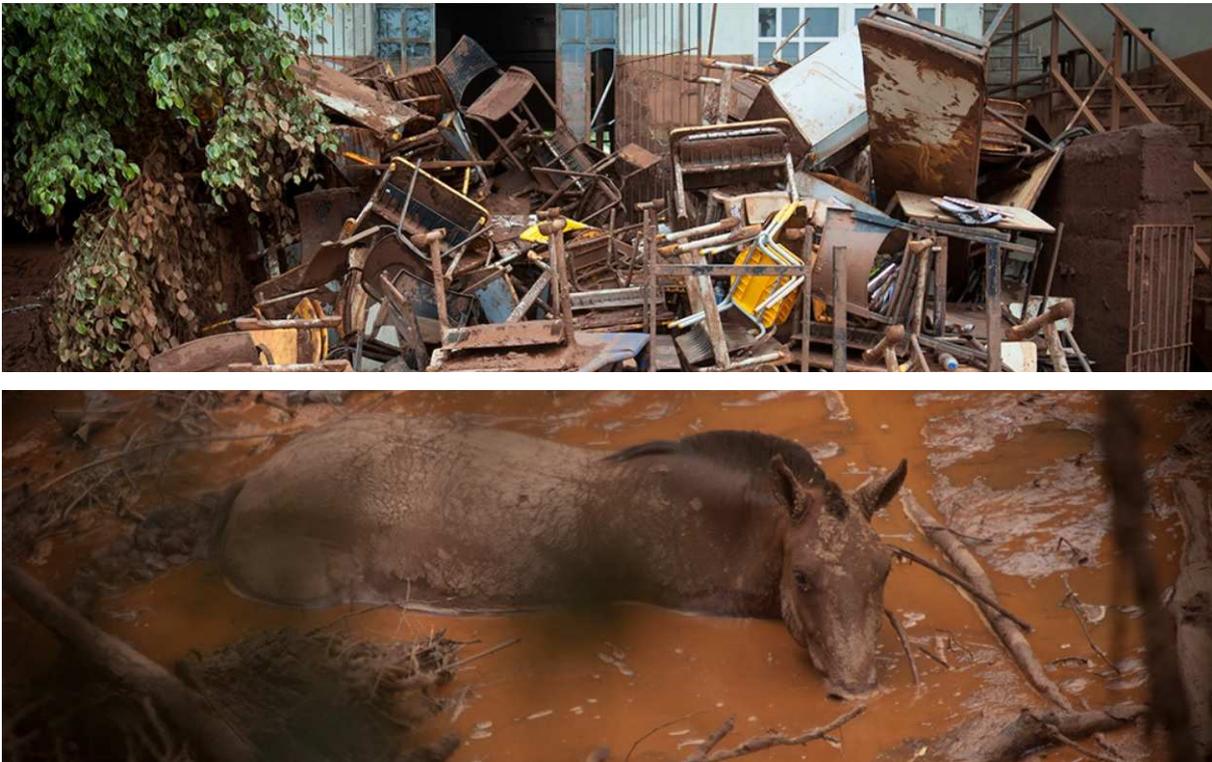
Algumas das fotografias presentes em Morte Invisível  
Fonte: <https://goo.gl/JXzmBQ>. Acesso em 21 mar. 2018

**Figura 14:** Exemplos de Fotografias em Era Uma Vez Um Pequeno Guerreiro



Algumas das fotografias presentes em Era uma Vez um Pequeno Guerreiro  
Fonte: <https://goo.gl/7abrHN>. Acesso em 21 mar. 2018

**Figura 15:** Exemplos de fotografias em Um Adeus ao Rio Doce



Algumas das fotografias presentes em Um Adeus ao Rio Doce  
Fonte: <https://goo.gl/AyVh7A>. Acesso em 21 mar. 2018

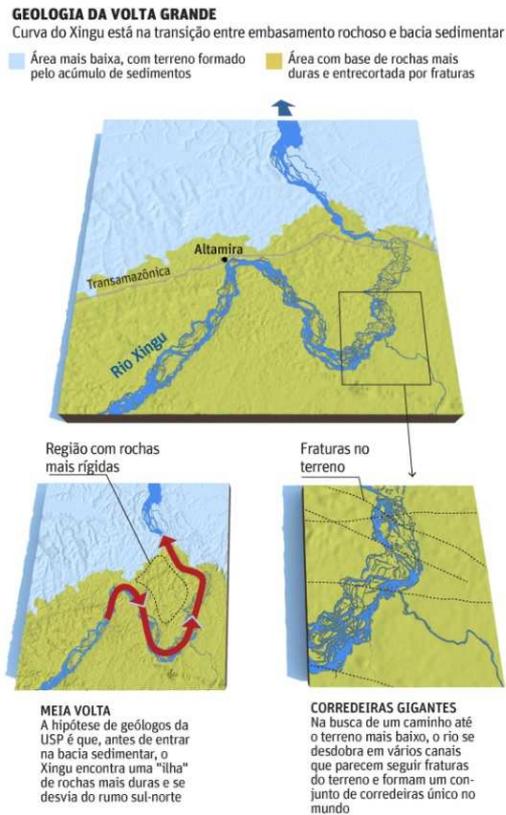
No nível de Terceiridade, está 2.2.2.3 Registro por convenção. Nesta, a figura é determinada pelo objeto que indica, mas produzida por convenções e normas de representação figurativa. Além disso, os processos e as relações intrínsecas do objeto são representados, e, por isso, não é apenas uma imitação da aparência. Nos sinais de trânsito, por exemplo, a “figuratividade é acentuadamente convencional” (SANTAELLA, p. 233). Está fortemente presente ainda nos mapas e diagramas.

Particularmente os mapas, segundo a autora, são uma síntese das três submodalidades dentro da secundidade, “com alguns traços do ‘Registro físico’, pois muitos mapas são construídos a partir de fotos” (SANTAELLA, 2005, p. 233). A presença do simbólico, convencional, está nos signos verbais e cores, cuja escolha é arbitrária, assim como nos seus traçados, em que a direção para cima é tomada como o norte, por exemplo. O indicial indica um território, mas só o faz porque suas formas se assemelham aos territórios a que se referem, aparecendo aí seu caráter icônico. Entretanto, o mapa é como um duplo, pois, por mais perfeito, não é o próprio território.

Enquanto, no mapa, a similaridade das imagens está nos contornos e formas, a do diagrama está em “(...) relações abstratas, em processos internos não imediatamente visíveis” (SANTAELLA, 2005, p. 235). E a autora acrescenta: “O mapa de um território não pode ser caracterizado como imagem, pois já há nele elementos diagramáticos na sua representação de relações internas do território.” (SANTAELLA, 2005, p. 235). Apesar de a linguagem verbal e símbolos matemáticos possuírem papel importante nos mapas e diagramas, Santaella (2005) não os considera como linguagens híbridas, porque o verbal e os símbolos, neste caso, são icônicos e indiciais, pois servem como forma de semelhança e conexão existencial.

As GRMS da Folha estão cheias de artes formadas a partir de mapas. Em *A Batalha de Belo Monte*, no capítulo dois, um mapa explica a geologia da Volta Grande (Figura 16); ainda neste capítulo, outro mapa mostra a localização de possível mineradora a ser construída na região. Já no capítulo quatro, outro mapa mostra o Xingu, o caminho percorrido pelo Rio, os povos indígenas que vivem no seu entorno e as áreas de desmatamento no local. Em *O Golpe e a Ditadura*, no capítulo cinco, um mapa do Brasil apresenta os partidos dos governadores eleitos diretamente em 1982 (Figura 17). Um mapa também está presente em *Crime sem Castigo*, no capítulo dois, para mostrar os postos de Alfândega no Brasil (Figura 18).

**Figura 16: Geologia da Volta Grande do Xingu**



Mapa explica a geologia da Volta Grande do Rio Xingu.  
Fonte: <https://goo.gl/bbXPKN>. Acesso em 21 mar. 2018.

**Figura 17: Partidos dos governadores eleitos diretamente em 1982**



Mapa apresenta os partidos dos governadores eleitos diretamente em 1982  
Fonte: <https://goo.gl/NQvChY>. Acesso em 21 mar. 2018.

**Figura 18:** Postos de Alfândega no Brasil



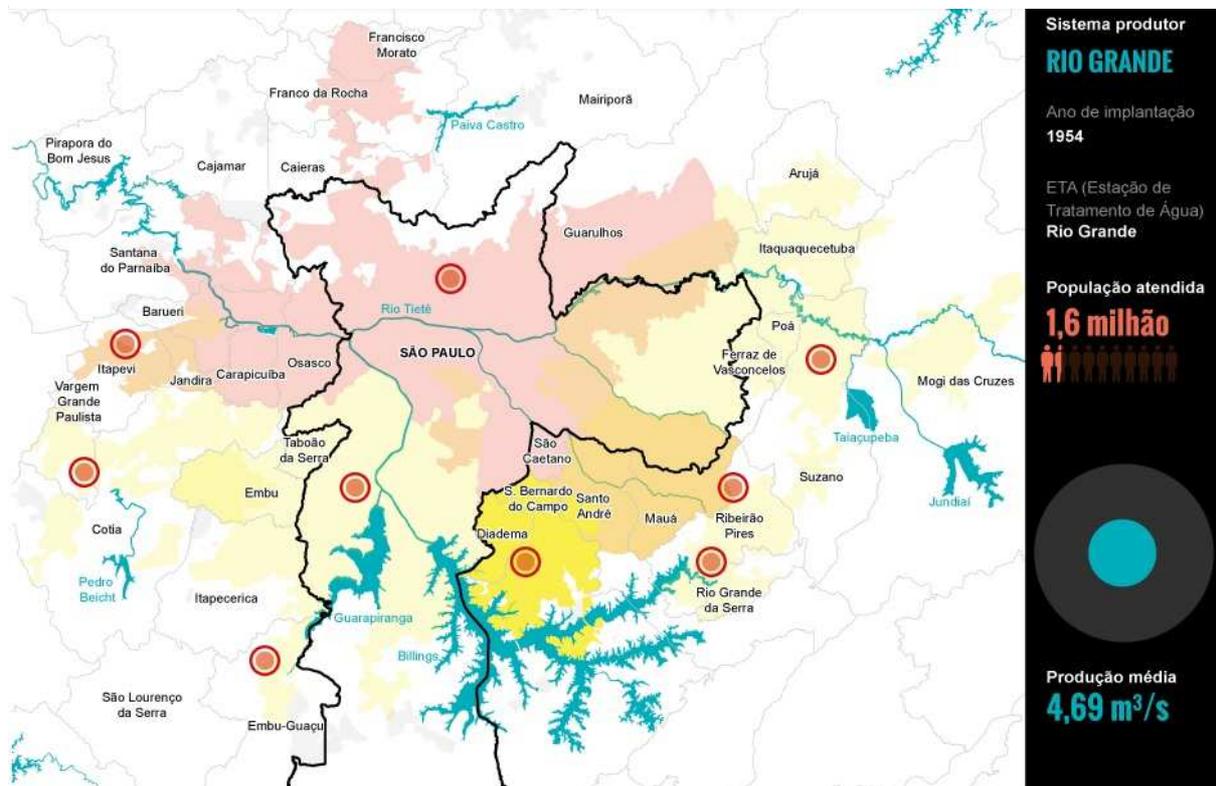
Mapa aponta os postos de Alfândega no Brasil.

Fonte: <https://goo.gl/ZBWdSp>. Acesso em 22 mar.2018.

Em Crise da Água há oito mapas. No primeiro capítulo, um mapa do Brasil mostra os impactos previstos para as diferentes regiões por causa do aquecimento global. No capítulo seguinte, um mapa da região da Grande São Paulo apresenta dados do sistema produtor de água relativo àquela área, como ano de criação, população atendida e produção média. Depois, um mapa mostra e explica o local ocupado pelo aquífero Guarani. O capítulo três apresenta a ilustração de um corte em um mapa, como em 3D, da localização das hidrelétricas no Rio Madeira (Jirau e Santo Antônio). Logo em seguida, o alagamento causado pelas barragens de Jirau, Santo Antônio e São Carlos é ilustrado a partir de um mapa abarcando essas três barragens. Já no capítulo quatro, um mapa do Brasil, com realce para o Nordeste, convida leitor a clicar e conhecer o sistema de transposição do Rio São Francisco. Ao clicar, usuário é transportado para um mapa da região do Nordeste, o qual explica como

será feita a transposição e as localidades atendidas pelo sistema (Figura 19). O último mapa do capítulo mostra o sistema de transposição.

**Figura 19:** Transposição do Rio São Francisco



Mapa explica como será feita transposição e as localidades atendidas pelo sistema.

Fonte: <https://goo.gl/ZXHQDn>. Acesso em 22 mar.2018

A Terceiridade das formas figurativas, 2.2.3 A figura como convenção: a codificação, diz respeito aos sistemas de convenção gráfica utilizados para reproduzir o visível. Para Santaella (2005), não há como imitar formas sem aprender a construí-las, ou seja, sem ter um vocabulário das convenções de projeção gráfica ou plástica das imagens. Por convenção, a autora entende os sistemas de codificação humanos apreendidos durante a história, os quais estão sempre em mutação.

Neste, o destaque fica com a submodalidade 2.2.3.2 a singularização das convenções: o estilo, em que a marca do artista aparece nas convenções que recebe. As convenções, em geral, são criadas e repetidas, configurando um estilo, o qual também é individual, do artista, como uma assinatura própria às convenções que lhe foram repassadas. Também pode estar presente nas fotografias. Isso fica bem evidente no Manual de Redação da Folha (Folha de S.Paulo, 2007) o qual diz que o fotojornalismo tem uma história separada da

imprensa escrita de forma a comprovar a relevância do estilo. Somado a isso, argumenta que a fotografia não serve para deixar a notícia mais leve ou preencher espaços em branco, pois veicula informação. Assim, o manual recomenda que, dentro do estilo de fotojornalismo, o repórter fotográfico crie imagens que acrescentarão valor à reportagem final, sendo que, nesse caso, acreditamos que o estilo pessoal do fotógrafo pode valorizar tais criações. Nas palavras do manual: “cabe ao repórter fotográfico, em sintonia com o editor de fotografia e os seus prepostos, buscar uma identidade própria ao produto que vai oferecer para a elaboração da página que chegará ao leitor” (Folha de S.Paulo, 2007, p. 32).

Em entrevista para o site da Revista Crescer (TINTI, [2010?]), Lalo de Almeida, fotógrafo nas reportagens da Folha estudadas, disse que tenta viver na simplicidade, o que inclusive remete a sua infância, passada no mato. Percebemos que esse estilo de vida pode influenciar as fotografias de Lalo, o qual tenta retratar a simplicidade do cotidiano, como no dia a dia dos trabalhadores na Batalha de Belo Monte (Figura 20), ou nas regiões secas do Nordeste em Crise da Água ou, ainda, na venda de produtos contrabandeados em Crime sem Castigo.

**Figura 20:** Fotografia de Lalo de Almeida



O fotógrafo Lalo de Almeida retrata o dia a dia dos trabalhadores de Belo Monte  
 Fonte: <https://goo.gl/bbXPKN>. Acesso em 22 mar. 2018

Já o site de Lincon Zarbietti<sup>73</sup>, de O Tempo, revela que o fotógrafo “busca estar cara-a-cara com os acontecimentos, aproximando-se do assunto a fim de, com a ajuda de sua formação em jornalismo, captar momentos que retratem a verossimilhança dos mesmos”. Essa

<sup>73</sup> Disponível em <<http://www.linconzarbietti.com/sobre/>>. Acesso em 06 dez. 2017.

busca por uma aproximação da realidade está presente, por exemplo, em *Um Adeus ao Rio Doce*, nas fotos que mostram o rio marrom (Figura 21), os peixes mortos e cidades devastadas pela lama, ou ainda, as que retratam Paulinho tímido sempre com o *tablet*, já que a reportagem *Menino de Abrigo* o descreve como apegado ao aparelho.

**Figura 21:** Fotografia de Lincon Zarbietti



O fotógrafo Lincon Zarbietti retrata a morte do Rio Doce mostrando um rio marrom por causa da lama.

Fonte: <https://goo.gl/AyVh7A>. Acesso em 22 mar. 2018

#### 4.2.3 A Terceiridade da Matriz Visual

Por fim, há a terceira modalidade, 2.3 Formas representativas. Baseia-se no símbolo, signo que representa sem precisar ser similar ao objeto (ícone) ou ter alguma relação existencial (índice), apenas necessitando ser interpretado como símbolo. Sua capacidade de representar depende de uma lei, uma associação de ideias, a qual permite que o símbolo se relacione a um determinado objeto (CP 2.249). Assim, quando as formas visuais estão relacionadas ao símbolo, seus elementos são reconhecidos por códigos de convenção sociais. Mesmo se mantiverem níveis icônicos e indicais, possuem uma camada de significação que só consegue ser interpretada por quem compreende as convenções culturais que ordenam a figura.

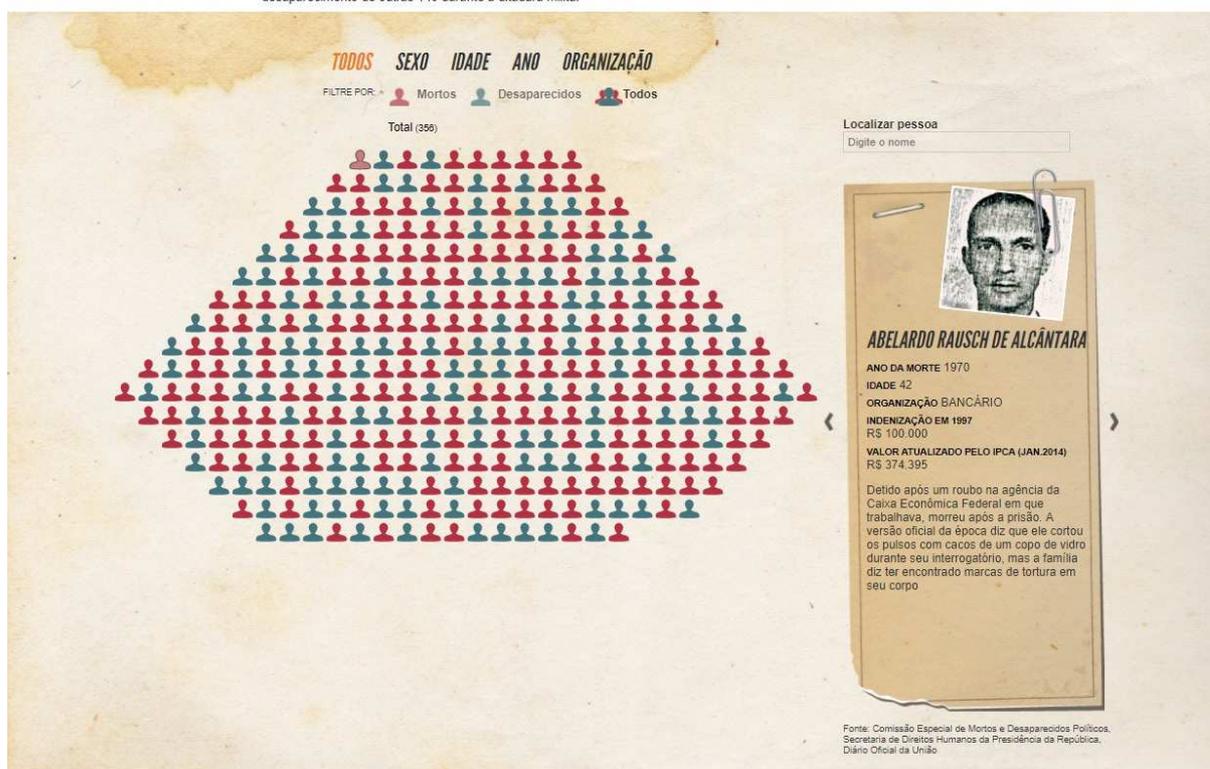
Na submodalidade 2.3.1 Representação por analogia: a semelhança, as convenções culturais são necessárias, mas estão associadas à semelhança entre signo e objeto. Nas GRMs, destacamos 2.3.1.2 representação figurada, que ocorre nas escrituras em que a figura indica exatamente o que representa. “O que lhes dá o caráter de escrituras é justamente a generalização da referência que só é possível devido a um sistema de convenções culturalmente estabelecido que converte o que seria uma mera figura em um símbolo” (SANTAELLA, 2005, p. 247), como as figuras de homem e mulher na porta do banheiro.

Em O Golpe e a Ditadura, uma arte permite conhecer mais detalhadamente os 356 mortos e desaparecidos durante a ditadura sobre os quais o governo admitiu responsabilidade. Para saber mais sobre cada um deles, basta clicar em pequenos símbolos de bustos que, convencionalmente, sabemos representar pessoas (Figura 22). Durante as reportagens das Folha, e em algumas de O Tempo, há também setas que, a partir de convenções, compreendemos indicar as formas de navegação ou interação (Figura 23). Também há símbolos de dedo indicador estabelecidos como o local no qual usuários devem clicar (Figura 24), já os símbolos de setas girando ficaram estabelecidos como se tratando de fotos 360 graus (Figura 25).

### Figura 22: Mortos e desaparecidos na Ditadura Militar

#### Mortos na contramão

Entre 1995 e 2013, o governo federal reconheceu a responsabilidade do Estado brasileiro pela morte de 216 pessoas e pelo desaparecimento de outras 140 durante a ditadura militar



Símbolos de bustos, convencionalmente, representam pessoas nesta infografia de O Golpe e a Ditadura.

Fonte: <https://goo.gl/NQvChY>. Acesso em 21 mar. 2018.

**Figura 23:** Seta

Seta indica forma de interação: é necessário clicar para recomençar um infográfico interativo.

Fonte: <https://goo.gl/J5GFzN>. Acesso em 21 mar. 2018

**Figura 24:**

Dedo Indicador



Símbolo de dedo indicador informa que o usuário deve clicar para interagir com alguma linguagem.

Fonte: <https://goo.gl/J5GFzN>. Acesso em 21 mar. 2018.

**Figura 25:** Setas girando

Símbolos de setas girando indicam a disponibilidade de fotos 360 graus..

Fonte: <https://goo.gl/J5GFzN>. Acesso em 21 mar. 2018

Em 2.3.3 Representação por convenção: o sistema, as formas representam sem necessidade de similaridade com o objeto.

“(...) tem seu protótipo na escrita alfabética, prolongando-se nos sistemas culturalmente convencionais de notação musical, nos símbolos químicos, lógicos e matemáticos. Todos estes apresentam analogias com os sistemas convencionais de escrita, pois são precisamente codificados e neles cada elemento cumpre sua função significativa pela posição que ocupa em relação ao sistema inteiro” (SANTAELLA, 2005, p 252).

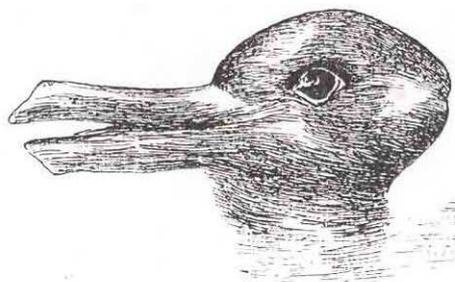
Nessa submodalidade, destacamos 2.3.3.3 sistemas convencionais arbitrários, em que estão inseridos a escrita fonética, os sons da fala colocados em grafemas, uma tradução visual, além dos símbolos matemáticos, ambos presentes nas GRMs. Eles serão mais profundamente explicados no próximo tópico, pertencente à matriz verbal.

Assim, a indeterminação da primeiridade visual pode servir para levar à imaginação por causa do seu alto poder de sugestão, despertando a curiosidade sobre o que será trabalhado na matéria de forma a ir além da simples referência aos instrumentos que criaram as imagens, como acontece atualmente nas GRMs estudadas. Esses instrumentos não deixam de ser importantes, contudo, pois auxiliam na função de despertar a atenção. Por exemplo, em Era uma Vez um Pequeno Guerreiro, o desenho feito com o lápis de cor ajuda a aproximar os usuários de uma matéria que pode tratar sobre algum tema infantil ou pode estar voltada para tal público; para descobrir, deve-se continuar percorrendo a reportagem.

Imagens em nível de Primeiridade também podem ajudar os usuários a refletir mais sobre os temas por meio da indeterminação, algo como a figura do pato e da lebre (figura 26). Um exemplo clichê dessa utilização, mas que auxilia na compreensão, seria o de uma imagem de um humano, em extrema pobreza, que pode ser confundido com um animal. O uso de figuras que causam curiosidade ou levam à reflexão pode ser melhorado, pois atualmente, conforme percebemos, as imagens servem mais como índices genuínos, ou seja,

como forma de aproximar o usuário do objeto dinâmico representado por meio das matérias, o que é apenas uma das maneiras de se utilizar fotografias nas GRMs, mas não a única.

**Figura 26:** Figura dúbia pato-lebre



Fonte: Jastrow (1899)

No primeiro nível de Secundidade, observamos ainda que as imagens não são isentas da personalidade ou sentimentos daqueles que a produzem, o que pode influenciar nas características finais deste código. Contudo, a visão do fotógrafo ou *designer* pode ser um diferencial que valoriza a reportagem<sup>74</sup>.

Conforme já presente nas GRMs, os desenhos como registros imitativos podem auxiliar no entendimento de procedimentos que não ficam claros ou não tem como ser feitos a partir de fotografias ou gravações de vídeos, somente a partir de infografias ou animações. É o caso, por exemplo, do funcionamento das usinas a fio d'água (não há como gravar um vídeo disso), o funcionamento do contrabando, de sua origem até seu destino (é praticamente impossível acompanhar o contrabando dessa maneira) e os problemas de saúde relacionados aos profissionais de trânsito (podem ser todos apresentados minusciosamente de uma só vez).

Os mapas, desde que suas convenções sejam explicadas em legendas, auxiliam no entendimento de temas que envolvem regiões, conforme já realizado nas GRMs estudadas. As formas convencionais devem ser usadas somente se verdadeiramente estabelecidas por convenções para que sejam reconhecidas por todos os usuários, como nas de O Golpe e a Ditadura. Podem ser aplicadas também como símbolos que auxiliam a navegação, conforme a Folha já faz, mas não ocorre frequentemente em O Tempo.

<sup>74</sup> Charron e Bonville (2016) diferenciam quatro etapas do jornalismo: de transmissão (meados do século XVIII), de opinião (século XIX), de informação (início do século XX) e de comunicação (a partir de 1970 e 1980). Este último diz respeito a fase atual, em que os múltiplos suportes midiáticos, a busca por novos mercados e uma superoferta fazem com que o jornalista se aproxime do leitor como estratégia de diferenciação. Os jornalistas deixam aparecer mais a subjetividade, tentando estabelecer laços de convivência e intersubjetividade. Medina (2014), discorrendo sobre as narrativas da contemporaneidade, concorda que a fase atual promove a revisão de dogmas como objetividade e a imparcialidade, em uma transição do jornalismo de explicação para um de compreensão dos sujeitos, no qual valem a sensibilidade e até mesmo as fontes não-convencionais e não-oficiais.

### 4.3 A Matriz Verbal

Para a compreensão dessa matriz, é necessário relembrar que nela sobressai o legissigno simbólico argumentativo. O legissigno é um signo que é uma lei, esta que Peirce definiu como “regularidade no futuro indefinido” (CP 2.293), ou seja, os fatos se acomodam em uma regularidade previsível. A lei só tem existência concreta por meio dos casos que governa, mas esses casos não podem nunca preencher toda a força viva da lei. Assim, a lei que governa os fatos é geral, enquanto os fatos são particulares, mas ganham generalidade das leis expressa pela regularidade. “É a lei que fará o signo ser interpretado como sendo um signo, pois o legi-signo funciona como uma regra que irá determinar seu interpretante, uma regra que determinará que ele seja interpretado como se referindo a um dado objeto”, explica detalhadamente Santaella (2005, p. 258). Como exemplo, a autora cita a linguagem verbal.

As palavras da linguagem verbal, no entanto, como legissignos, só ganham concretude nas suas manifestações, que Peirce (CP 2.249) chama de réplicas, um tipo especial de sinssigno, o qual ocorre em um tempo e espaço determinados, dando corpo ao legissigno. Assim, fica claro que a materialidade do legissigno vem dos sinssignos, porque o legissigno é formal e não material, é generalidade. Por isso, as palavras permanecem ainda que apagadas depois de escritas.

Conforme já falamos rapidamente, o símbolo se relaciona com seu objeto por um caráter imputado, arbitrário e não motivado. Como dissemos, o símbolo só é símbolo por meio do interpretante, ou seja, só se liga ao objeto pela ideia que gera em uma mente. Isso significa que ele é social e depende do seu uso dentro da comunidade e seu interpretante é o lógico: “uma regra interpretativa que guia a associação de ideias ligando o símbolo ao seu objeto” (SANTAELLA, 2005, p. 260). Nas palavras de Peirce (CP 4.500): “(...) o valor significativo de um símbolo consiste em uma regularidade de associação, de modo que a identidade do símbolo reside nesta regularidade (...)”.

Um interpretante lógico é um hábito ou regra de interpretação (CP 5.476) e nem sempre é convencional, pois pode ser inato, uma disposição natural, como acontece com o lançamento de uma hipótese, por isso, nem todo símbolo é convencional. O hábito pode ser um conceito psicológico, pois se corporifica na mente humana, mas também pode estar ligado a organismos em geral, regras as quais eles se submetem. Assim, podem se manifestar em ações repetitivas dentro de padrões uniformes, em certas condições, como uma lei adquirida ou natural. Se adquirida por pacto coletivo, é convencional, e significa a lei como

“regularidade no futuro indefinido”. Isso nos faz chegar ao seguinte ponto, conforme explica em detalhes Santaella (2005, p. 262):

O hábito que o símbolo aciona na mente do intérprete implica uma disposição para agir de um determinado modo sob certas circunstâncias. (...) Entretanto, nenhuma ocorrência interpretativa em um intérprete particular de um legisigno simbólico pode esgotar a generalidade que lhe é própria. Vem daí a plasticidade do símbolo. Sua aptidão para a mudança. Tais mudanças são produzidas quando ocorrem transformações no hábito interpretativo de um símbolo, pois as regras de interpretação, isto é, os interpretantes lógicos podem ser modificados. Por isso mesmo, o símbolo é um signo em crescimento nos interpretantes que ele gerará, no longo caminho do tempo.

Em relação ao Argumento, conforme já dissemos, ele pode ser abduutivo, indutivo e dedutivo, de acordo com Primeiridade, Secundidade e Terceiridade. Para Santaella (2005), dessa mesma forma podem ser os discursos, podendo, assim, tender mais para características indiciais ou icônicas. É essa hipótese que sustenta as modalidades da linguagem verbal propostas pela autora em descrição, narração e dissertação, as quais correspondem, respectivamente, ao ícone, o índice e o símbolo.

A pesquisadora prefere falar em discurso e não em texto, pois, segundo ela, não se tratam de modalidades de uma tipologia textual, mas de apresentar os princípios da organização sequencial (descrição, narração, dissertação). Lembra, ainda, que as modalidades dirigem-se apenas para discurso verbal escrito, pois o oral é uma linguagem híbrida, que envolve outras como “o ritmo, pausas, modulações e entonação da voz características da música; a gestualidade do corpo e do rosto como contrapontos e complementos não verbais ao verbal etc.” (SANTAELLA, 2005, p. 284).

#### 4.3.1 A Primeiridade da Matriz Verbal

Na Primeiridade do discurso, temos 3.1 Descrição, uma forma de se aproximar daquilo que se dá, como se dá; única maneira de penetrar na essência das coisas. A descrição pode ser do existente, mas também da percepção, de forma a transpor para o verbal a percepção dos objetos, pessoas, ambientes, situações percebidas por meio dos nossos sentidos e da imaginação. Para isso, há a necessidade da atenção e observação tanto do mundo exterior, quanto interior. Resumidamente, a descrição tenta traduzir por meio do verbal (terceiro) a qualidade aparente das coisas (primeiro).

Importa-nos mais a modalidade 3.1.2 Descrição indicial, quando o objeto é desmembrado em partes para ser descrito pela própria característica da língua com palavras

consecutivas, o que permite, aos poucos, ir retomando a apreensão sensória. Nela, está presente 3.1.2.3 O índice denotativo, que tem relação com a função referencial da linguagem, em que a expressão linguística designa o objeto, seu referente. Assim, ela tenta ser fiel ao objeto, de forma a fazer desaparecer a linguagem e mostrar apenas o referente. Como exemplo, Santaella (2005) cita a literatura realista, mas também está presente nos primeiros parágrafos do segundo capítulo de *A Batalha de Belo Monte*, por exemplo:

(...) Gelson Juruna pega o bote de alumínio, o tubo para respirar e as 'vaquetas' (hastes de madeira para desentocar peixes das pedras) e sai pelo braço do rio Xingu que banha a aldeia Muratu da Terra Indígena Paquçamba, no miolo da Volta Grande. Com sorte, voltará com até 40 bois-de-bota (*Panaque nigrolineatus*), um dos mais cobiçados peixes ornamentais. O boi-de-bota vive nas ramas, a vegetação das corredeiras, e pode ser vendido por R\$ 12 cada um aos aquários de Altamira –ou R\$ 480 de renda extra num sábado.

Também pode ser encontrada no primeiro capítulo *Menino de Abrigo*, aberto com a descrição de Paulinho, um dos protagonistas da reportagem:

“Quando completou 18 anos, Paulinho não comemorou. Para o garoto que, na infância, apanhava da mãe alcoólatra e viveu por uma década em abrigo, o aniversário chegou como um ultimato e o colocou, mais uma vez, na ciranda do abandono. Com a maioridade, ele deixou de estar sob a tutela do Estado e foi obrigado a enfrentar sozinho a transição para a vida adulta”.

Em alguns momentos, também está presente a 3.1.3 Descrição conceitual, em que a descrição envolve a conceituação: “São os conceitos das qualidades, das funções, finalidades e implicações da classe de um objeto que são trazidos à baila” (SANTAELLA, 2005, p. 308-309). Nas GRMs, pode aparecer como 3.1.3.1 forma e aparência, uma imagem geral e típica do objeto no seu contexto, a partir de palavras que dão nome a classes de existentes, como em dicionários e enciclopédias. Já 3.1.3.2 função e finalidade, é uma continuação da submodalidade anterior, também presente nas enciclopédias e dicionários, assim como em manuais de uso, que descrevem funções e finalidades.

Nos trechos destacados acima de *A Batalha de Belo Monte*, por exemplo, estão presentes quando são conceituados o acari-bodó e vaquetas. Já em *Crime sem Castigo*, ao final do primeiro capítulo, se pensarmos apenas no discurso, são definidos e diferenciados contrabando, descaminho, além de importação e exportação de remédios. As submodalidades estão presentes ainda nas definições de câncer infantil em *Era uma Vez um Pequeno Guerreiro*:

Câncer infantil é o nome dado a um conjunto de doenças que têm em comum a proliferação descontrolada de células anormais e que pode ocorrer em qualquer local do organismo. Ele afeta crianças e adolescentes entre zero e 19 anos e os casos representam entre 1% e 3% do total de tumores malignos diagnosticados no país (...).

#### 4.3.2 A Secundidade da Matriz Verbal

Mas é em 3.2 Narração que podemos situar a maior parte do discurso das GRMs. Santaella (2005) diz que as modalidades não se preocupam com os temas, mas querem verificar as forças que comandam a sequencialidade da narrativa. Esclarece que a narrativa não é só a contiguidade linear dos fatos, mas não poderia existir sem eles e, por isso, foi posicionada como Secundidade. Para detalhar melhor a narrativa como Secundidade, a autora esclarece que ela significa registro linguístico de eventos ou ações. A ação existe no conflito, na ação e reação, de onde surge o acontecimento; o personagem, por exemplo, só existe porque desempenha uma ação, faz alguma coisa. Justifica, ainda, que a descrição é diferente, pois não pressupõe ação nem temporalidade definida, ou seja, não há definição sobre por que parte começar uma descrição, uma pessoa pode ser descrita a partir do pé ou da cabeça. Como Primeiridade, pode haver descrição sem narração, contudo, como Secundidade, a narração não pode existir sem a descrição. Aquela começa nos verbos de ação que darão início ao conflito.

A modalidade 3.2.1 Narração espacial, diz respeito à narrativa que não segue uma linearidade com começo-meio-fim, ao contrário, possui organizações paralelísticas — simetrias, gradações, antíteses — as quais permitem inúmeras visões simultâneas de um acontecimento e as sequências da narrativa formam diagramas por serem paralelas. São narradas, não o encadeamento de ações de uma situação, mas as várias visões e dimensões da ação, ou seja, uma história possível e não definitiva. Nela, destacamos a submodalidade 3.2.1.1 Espacialização icônica, em que há uma semelhança entre o espaço interno (diagramas relacionais) da narração com o espaço daquilo que é narrado. É o que ocorre nas narrativas em hipertexto e, portanto, em todas as GRMs. “O caráter reticular, alinear e multidimensional da estrutura do hipertexto dá à narrativa uma constituição espacializada que facilita a iconização das seqüências narrativas em relação à história contada” (SANTAELLA, 2005, p. 235).

Mas é a partir da 3.2.2 Narração consecutiva que a maioria das reportagens são construídas. A narração consecutiva pressupõe que a seqüência da história segue a ordem cronológica, como nas notícias. Encaixa-se na Secundidade por que é um acontecimento dividido em partes que vão se reunindo no tempo; o central na narrativa são os fatos sobre

fatos, sem interpretação. Santaella (2005) propõe que esse tipo possui duas temporalidades: a primeira, o tempo do acontecimento, que aparece de alguma forma do discurso; e a segunda, o tempo em que foi escrito, tempo da enunciação, que muitas vezes aparece no discurso, de forma ostensiva até, quando se narra a história da própria escrita.

Principalmente a submodalidade 3.2.2.3 Sucessividade cronológica diz respeito às notícias, em que os eventos são contados a partir da temporalidade. Já que uma sincronização perfeita entre os fatos e sua narração é impossível, “a notícia é assim o gênero de discurso que melhor representa o acomodamento da narrativa verbal a um nível otimizado de pura sucessividade” (SANTAELLA, 2005, p. 331). Segundo Santaella (2005), as notícias são construídas em cima de três etapas: apresentação geral do fato, momento central que mostra o confronto e, por fim, o pós-confronto. Para Lage (2005), a reportagem seria como uma notícia mais aprofundada. Por isso, podemos considerar que as reportagens estudadas, nascidas a partir das notícias, fazem uso da sucessividade para narrar. É assim, por exemplo, no terceiro capítulo de Crise da Água que narra a vida de um agricultor, fazendo uma cronologia dos acontecimentos em de 2008 a 2014<sup>75</sup>:

Em 2008, quando soube que o reservatório da hidrelétrica Santo Antônio inundaria o seu sítio na vila de Teotônio, na margem direita do rio Madeira, 30 km acima de Porto Velho, o agricultor Francisco Barbosa de Oliveira começou a procurar terras em outro lugar.

A Santo Antônio Energia, empresa responsável pelo empreendimento, ofereceu-lhe ajuda de custo e uma casa na nova vila num morro ao lado do lago que se formaria, mas Oliveira recusou. Em 2010, após obter uma compensação de ‘um pouco mais de R\$ 100 mil’, o agricultor comprou um lote de terra em Cujubinzinho, ainda na faixa fértil das margens do Madeira, mas abaixo do barramento da usina, em Porto Velho, onde acreditava que o rio não se alteraria.

Em março de 2014, após replantar boa parte das várias lavouras que havia deixado, seu novo sítio foi atingido pela cheia. (...).

Já em Um Adeus ao Rio Doce, o segundo capítulo, Rastro da morte, narra cronologicamente o percurso da lama:

“A morte do rio Doce começa em 5 de novembro, quando a barragem de Fundão se rompe. A estrutura integra o complexo da Mina Germano, da Samarco, que tem como controladoras a Vale e a anglo-australiana BHP Billiton. Foram 55 milhões de m<sup>3</sup> de água e lama que devastaram um raio de 30 km ao redor da estrutura, destruindo completamente o subdistrito de Bento Rodrigues e afetando outras áreas da zona rural de Mariana, na região Central do Estado. Foram ao menos 11 mortes”.

<sup>75</sup> O trecho também pode se encaixar na modalidade 3.2.3 Narração causal, submodalidade 3.2.3.2 Causalidade imediata, conforme veremos mais à frente, pois o agricultor só se mudou como consequência da inundação que seria causada em seu terreno. Mesmo assim, acreditamos que a narração sucessiva se sobressai à causal.

Em seguida, a reportagem narra o percurso da morte do rio com a chegada da lama, aos poucos, nos municípios de Barra Longa, Santa Cruz do Escalvado, Naque, Periquito/Pedra Corrida (distrito), Governador Valadares, Galileia, Resplendor, Aimorés, Baixo Gandu (ES), Colatina/Itapina (distrito).

Por fim, na Terceiridade Narrativa, a modalidade 3.2.3 Narração causal pressupõe que uma ação desencadeia outra, mas as ações subsequentes têm uma implicação lógica, abstrata, tendendo para a terceiridade. Nas GRMs, percebemos a submodalidade 3.2.3.2 Causalidade imediata, em que uma ação determina outra que lhe dá continuidade, e 3.2.3.3 Causalidade mediatizada, na qual a ação consequente não vem logo após a precedente, mas há um espaço entre a causa e a consequência.

A submodalidade 2.3.2 Causalidade imediata aparece logo no primeiro parágrafo do segundo capítulo de O Golpe e a Ditadura:

“O governo João Goulart começou a desmoronar na madrugada do dia 31 de março de 1964, quando um general sexagenário que comandava uma divisão de infantaria em Juiz de Fora (MG) acordou irritado com um discurso feito pelo presidente na véspera. Antes mesmo de trocar o pijama pela farda, o general Olympio Mourão Filho telefonou a companheiros em outros Estados para avisar que enviara seus soldados na direção do Rio de Janeiro, com a missão de tirar o presidente do poder”.

O discurso de João Goulart teve como consequência a irritação do general Olympio Mourão Filho o que desencadeou o envio de soldados para tirar o presidente do poder. Já em Morte Invisível, a profissão de motorista fez Eduardo Henrique de Paiva não ter tempo de se alimentar corretamente e, conseqüentemente, ganhasse peso e ficasse com o colesterol alterado. Por isso, ele teve de mudar seus hábitos alimentares, o que resultou em perda de peso. É o que mostra o trecho abaixo, no terceiro capítulo:

“Cliente do consultório de Maísa, o motorista, 33, luta contra a balança e a tensão da profissão. Em seu micro-ônibus, ele é obrigado a dividir suas seis horas e meia de trabalho, entre os bairros Borba Gato (Sabará) e Industrial (Contagem), ambos na região metropolitana de Belo Horizonte, entre dirigir e cobrar a tarifa dos passageiros. Não há cobrador. ‘Essa rotina pesada acabava me levando a descontrolar o corpo todo. Me cansava à toa, o colesterol estava alterado, respirava mal porque eu descontava esse estresse na comida’, conta, sorrindo, depois de constatar a perda de 4,7 kg em um mês com a orientação nutricional. Ao lado do assento no ônibus, onde geralmente ficavam uma lata de refrigerante e pacotes de bolacha recheadas Eduardo agora mantém uma garrafa de água e frutas”.

No decorrer do segundo capítulo de *O Golpe e a Ditadura*, também temos 3.2.3.3 Causalidade mediatizada, pois, após o parágrafo inicial colocado acima, o discurso vem explicando a crise do governo de João Goulart e, depois de apresentar várias causas, somente no final há a consequência: a deposição do presidente. Do mesmo modo, em *Menino de Abrigo*, no segundo e terceiro capítulos, que contam a história de Paulo Mateus e Lucas Moreira, o desfecho da saída compulsória dos meninos do abrigo é apresentado somente ao final do capítulo.

#### 4.3.3 A Terceiridade da Matriz Verbal

Por fim, alcançamos a 3.3 Dissertação. A proposta da Santaella (2005) é restringi-la à escrita, em que suas características aparecem de forma mais ideal, pois as dissertações orais são memorizações das escritas para a autora. A Dissertação posiciona-se na Terceiridade, pois é conceituação, leis gerais e formulações abstratas, em que prevalece o intelecto: as operações mentais são traduzidas em leis, tipos gerais, conceitos, ocorrências repetitivas e, portanto, hábitos.

A autora diz, ainda, que o raciocínio é deliberado e consciente, e, por isso não pode ocorrer sem consciência, de acordo com um método ou hábito geral. As modalidades foram construídas em cima dos três tipos de raciocínio e argumento: abdução, indução e dedução. Já a configuração da dissertação é como uma malha diagramática, em que expressões como “assim também”, “por outro lado” desenham o movimento do pensamento.

Algumas GRMs da Folha trazem textos claramente apresentados como dissertativos, mas elementos de dissertação também aparecem durante a reportagem, já que os três tipos de discurso não são estanques. Nestes, encontramos a presença de 3.3.2 Dissertação relacional, a qual é correspondente à indução, em que os dados teóricos, baseados em suposições, funcionam na prática, fazendo com que a experiência contribua com a teoria para tentar comprovar essa teoria. Lembrando que a indução pressupõe que, se um fato é verdadeiro para uma coleção completa, também será para uma amostra retirada randomicamente.

Na submodalidade 3.3.2.1 comentário dos fatos, os fatos são transformados em ideias, fazendo com que possam ser compreendidos. “(...) Quando bem realizado, o discurso é guiado pelo bom-senso dos julgamentos do enunciador” (SANTAELLA, 2005, 355). O bom senso nasce das generalizações permitidas por uma observação profunda, a partir de um bom repertório de conhecimento. É o que acontece, por exemplo, no sétimo capítulo de *O Golpe e*

a Ditadura, intitulado “E se”, em que são feitas diversas conjecturas sobre o que teria sido diferente se o golpe não tivesse acontecido, se Jango tivesse resistido, entre outros questionamentos. A partir de uma observação profunda dos fatos históricos, são propostas ideias para o ocorreria se os acontecimentos tivessem sido outros.

Já a submodalidade 3.3.2.2 uso dos exemplos, está relacionada ao uso de exemplos da experiência para fortalecer as ideias defendidas. Pode resultar em uma generalização apressada problemática, não observando que a parte exemplificada nem sempre corresponde ao todo, como nas inferências falsas. Também tornam mais concretos e ilustram discursos muito abstratos. Está presente no início do quarto capítulo Em Crime sem Castigo, de forma a fortalecer a tese de que os produtos contrabandeados podem fazer mal à saúde:

“Jackson Vieira de Souza, 21, morreu em 2004 após injetar doses de anabolizante nos braços para inflar os músculos. Os rins do brasileiro pararam após usar o produto vindo, ilegalmente e sem se submeter a nenhum controle de qualidade oficial, da Argentina. O estudante mineiro Carlos (nome fictício), 23, quase teve o mesmo destino após usar produto semelhante durante um mês e ter um infarto em 2013.  
(...) São efeitos do contrabando no dia a dia do consumidor que, sem saber de seus potenciais riscos, alimenta esse mercado ilegal”.

Os exemplos aparecem também no quarto capítulo de Morte Invisível, quando os repórteres narram a história de um taxista que se separou da esposa e se afastou dos filhos, fatos que causaram, além de estresse, um problema de circulação. A partir desse exemplo, os jornalistas mostram como a atividade de um profissional do trânsito pode ser problemática.

Na submodalidade 3.3.2.3 Generalização empírica, a argumentação é embasada em dados, na maioria das vezes, estatísticos. Há forte presença de dados em todas as reportagens estudadas, tanto na matriz verbal pura quanto na híbrida, por meio dos infográficos. No segundo capítulo de Crise da Água, por exemplo, são apresentados dados para defender a insustentabilidade no entorno do sistema Cantareira:

“O Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPÊ), sediado em Nazaré Paulista (SP), estuda há mais de 30 anos o ambiente natural de regiões como a do Cantareira. De acordo com levantamento feito pela ONG, 49% do entorno da represa foram ocupados por pastos. Outros 38% ainda são florestados, e em 8% a mata está em recomposição. Os restantes 5% estão tomados por eucaliptos”.

Já em Era Uma Vez um Pequeno Guerreiro, os dados reforçam a importância do cadastro de doador de medula óssea:

“Há pouco mais de dez anos, a chance de um paciente com leucemia ou com outro tipo de doença com indicação de transplante de medula óssea encontrar

um doador compatível no Brasil era de 15%. Em 2005, o Registro Nacional dos Doadores de Medula Óssea (Redome) tinha apenas 134 mil pessoas cadastradas. Hoje são mais de 4 milhões, o que elevou a chance de encontrar um doador para 64%, conforme o Instituto Nacional do Câncer (Inca). O desafio, agora, é realizar os transplantes na mesma velocidade da identificação da compatibilidade”.

A última modalidade da dissertação, a terceiridade em seu último nível, 3.3.3 Dissertação argumentativa, está ancorada na dedução. “É, portanto, o caso típico do raciocínio matemático que parte de uma hipótese cuja verdade ou falsidade nada tem a ver com o raciocínio, e cujas conclusões são igualmente ideais” (SANTAELLA, 2005, p. 357). Esse tipo de argumentação quer provar como algo deve ser, sendo, assim, um método de predizer.

O discurso argumentativo parte de hipóteses (premissas) e vai até a comprovação das premissas na conclusão e, como um terceiro dentro da terceiridade, não deixa margens para outras interpretações a não ser aquela que está explícita no texto. “O interpretante do texto, que se produz na mente do receptor, já está expresso no texto mesmo: é a sua conclusão” (SANTAELLA, 2005, p. 358). Apesar disso, não se pode dizer que a conclusão é sempre verdadeira, mas a hipótese é de que a verdade depende apenas de que nossas conclusões estejam certas, um raciocínio demonstrativo que só se aplica a estado de coisas ideais.

A submodalidade 3.3.3.1 Argumentação opinativa é construída a partir das opiniões do enunciador e difere do “Comentário dos Fatos”, porque as “consequências são deduzidas a partir da generalização de fatos ou estados de coisas tomados como premissas” (SANTAELLA, 2005, p. 360). A dissertação caminha das inferências para premissas até se chegar às conclusões e depende do repertório do enunciador para não se tornar banal. Segundo Santaella (2005, p. 360), “(...) pode também aparecer em textos teóricos, quando o enunciador arma seu argumento tomando como matéria-prima ideias e conceitos que são discutidos tendo em vista o posicionamento do enunciador em relação a esse material, opinando sobre ele e avaliando-o”.

É o que acontece no capítulo “Opinião” de A Batalha de Belo Monte, no primeiro artigo, em que o engenheiro e economista Mauricio Tolmasquim conclui que a construção de Belo Monte é positiva a partir de premissas como o grande potencial hidrelétrico do Brasil, a usina como vetor de preservação da Amazônia, a necessidade de aumentar o fornecimento de energia por causa da demanda; o investimento nas cidades do entorno como forma de compensação que mesmo assim não faz da energia de Belo Monte menos competitiva financeiramente e, por fim, a hidrelétrica como uma das formas mais limpas de geração de

energia. Da mesma forma, o indigenista André Villas-Bôas apresenta várias premissas para concluir que a obra não deve continuar, como a inadimplência ambiental, o descaso com a população do entorno, a possibilidade de contaminação do Rio Xingu e suas consequências para a população de Altamira, a determinação da justiça para paralisar a obra, o conflito de interesses na execução da construção e a falta de fiscalização independente.

Em 3.3.3.2 Argumentação comparativa, “confrontam-se idéias, conceitos e generalizações simbólicas para identificar seus pontos em comum e suas oposições e, a partir da observação desses aspectos, determinar a validade de suas conclusões” (SANTAELLA, 2005, p. 360-361). São exemplos textos com questões polêmicas que apresentam prós e contras para se chegar a uma conclusão ou que discutem o estado da arte para justificar uma pesquisa. É o caso do primeiro artigo do capítulo “Artigos” de O Golpe e a Ditadura que mais se aproxima dessa submodalidade.

Nele, o colunista da Folha Matias Spektor apresenta as mudanças no país durante a ditadura tanto para o bem quanto para o mal. Por um lado, houve o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), a urbanização do país, a participação na política externa por meio da luta contra o comunismo e o apoio por parte dos EUA. Por outro lado, a relação com esse país foi esfriando, já que os militares, com o tempo, defenderam uma política industrial protecionista e também acreditavam que não estavam sendo bem tratados pelos norte-americanos. Além disso, o congresso dos EUA começou a denunciar a tortura no Brasil e, por fim, já não eram os principais aliados da ditadura, fazendo com que os militares procurassem novos apoiadores pelo mundo. Somado a isso, gastou-se uma fortuna com projetos nucleares que, depois, foram levados para a clandestinidade; como consequência, o governo viu-se internacionalmente isolado, o que debilitou seu poder de barganha. Por fim, o regime quadruplicou a dívida externa e sofreu sanções comerciais.

Diante disso, o colunista conclui: “O Brasil da ditadura ficou mais rico, sem dúvida alguma. Contudo, ao sair do poder, os militares deixaram o país numa posição internacional mais fraca, dependente e injusta do que era possível imaginar em 1964”.

Concluimos que a descrição indicial pode ser utilizada pelo repórter para descrever não só o que vê, pois isso a fotografia poderia fazer com mais fidelidade, mas também suas percepções e imagens mentais sobre os assuntos tratados, de forma a repassá-las ao leitor, enriquecendo e diferenciando a matéria. A descrição conceitual deve ser utilizada para esclarecer e explicar conceitos de forma a facilitar a compreensão, principalmente quando são temas mais inéditos, que não se referem ao cotidiano da maioria das pessoas.

A narrativa espacial proporcionada pela hipermídia também pode ser melhor aproveitada, talvez na forma de pirâmide deitada, conforme a proposta de Canavilhas (2007), que veremos no próximo capítulo. Para além da distribuição do conteúdo das GRMs em capítulos ou seções, talvez fosse interessante uma forma de espacialização mais eficiente, que apresentasse os conteúdos com seus desdobramentos em camadas, de forma a permitir que o usuário seja levado ao que considera mais importante por meio de links, por exemplo<sup>76</sup>. Ou, ainda, pode se desenvolver alguma forma que promova outras relações mais diagramáticas, em que a estrutura do hipertexto corresponda à estrutura do que está sendo tratado.

Se construídas em cima de uma sucessividade cronológica, as GRMs se aproximarão das notícias, com apresentação geral do fato, confronto e pós-confronto. No entanto, podem também aparecer de forma a engajar mais o público por meio da causalidade imediata e da causalidade mediatizada, fazendo com que o usuário se prenda à leitura para conhecer as possíveis consequências de um fato. Isso é potencializado na segunda submodalidade, cuja causa e consequência não são imediatas.

O comentário dos fatos e o uso de exemplos podem ser usados de forma a ampliar as vozes das GRMs, dando espaço para que diferentes pessoas possam comentar e exemplificar os fatos de acordo com seus diversos pontos de vista. O uso de exemplos também pode aproximar os fatos muito abstratos das GRMs às realidades mais cotidianas, facilitando a compreensão e permitindo uma sensibilização, como no caso do uso de anabolizantes em Crime sem Castigo. Conforme vimos, os dados, sustentam a argumentação, não só por meio de texto, mas também na linguagem híbrida da infografia. A dissertação argumentativa, como Terceiridade genuína, promove uma argumentação que leva o usuário a um raciocínio mais lógico. Além disso, em seu último nível, não ocorre a hibridização com a lógica de nenhuma outra matriz e, por isso, é aplicada unicamente como discurso.

#### **4.4 A hibridização das matrizes**

Acima, apresentamos as linguagens de forma separada somente para exemplificação. No entanto, em alguns momentos, encontramos dificuldade em separá-las, pois, na realidade, elas são híbridas, não existem sozinhas:

“Apenas a sonoridade alcançaria um certo grau de pureza se o ouvido não fosse tátil e se não se ouvisse com o corpo todo. A visualidade, mesmo nas

---

<sup>76</sup> No próximo capítulo, veremos que grande parte dos usuários da GRM procura, primeiramente, aquilo que acha mais interessante.

imagens fixas, também é tátil, além de que absorve a lógica da sintaxe, que vem do domínio do sonoro. A verbal é a mais misturada de todas as linguagens, pois absorve a sintaxe do domínio sonoro e a forma do domínio visual (SANTAELLA, 2005, p. 367).

Assim, a lógica das três matrizes se apresenta de forma misturada, conforme se pode ver em cada uma das submodalidades pela numeração que a ela era atribuída, sendo que todo 1 indica Primeiridade; todo 2, Secundidade e todo 3, Terceiridade. Somado a isso, Santaella (2005, p. 375), diz que “cada linguagem existente nasce do cruzamento de algumas submodalidades de uma mesma matriz ou do cruzamento entre submodalidades de duas ou três matrizes. Quanto mais cruzamentos se processarem dentro de uma mesma linguagem, mais híbrida ela será”. Como exemplo, a linguagem verbal oral, a fala, mescla a linguagem sonora com a visual, por causa dos gestos. Para Santaella, as formas visuais em movimento, como o vídeo e a computação, estão entrelaçadas com a lógica temporal da sonoridade.

Da mesma forma, as GRMs só são possíveis a partir da hibridização dessas linguagens. Seguindo o roteiro de hibridização proposto por Santaella (2005), apresentaremos as linguagens que estão presentes nas matérias estudadas:

#### 4.4.1 Linguagens sonoro-verbais (orais)

É o som possível a partir das durações, articulações, entonações e ritmos da fala. Está presente principalmente em *O Golpe* e *a Ditadura*, que apresenta áudios históricos como no capítulo dois, no anúncio de rádio com uma campanha pela volta do presidencialismo no plebiscito de janeiro de 1963, ou no capítulo seguinte, quando há a gravação da fala do ministro do Trabalho, Jarbas Passarinho, em reunião sobre o AI-5. Já no capítulo 5, está no discurso de Geisel sobre a distensão “lenta, gradativa e segura”. Em *Menino de Abrigo*, aparece no *podcast* ao final do terceiro capítulo. São áudios que se aproximam (ou até mesmo eram) de gravações de rádio, o que, segundo Santaella (2005, p. 378), “aciona uma pluralidade de signos: som, ruído, ruído ambiente, música, música de fundo, voz, fala, texto, narrativa, novela etc. Pode, inclusive, trabalhar com planos superpostos desses signos”.

#### 4.4.2 Linguagens visuais-sonoro

Conforme dissemos, o vídeo e a computação gráfica podem ser inseridos em uma linguagem visual-sonora, tendo em vista a presença da lógica temporal do som em meio às

imagens, ainda que não exista, de fato, som algum. Se pensarmos nos vídeos das GRMs, enquanto só apresentam som e imagem, poderíamos enquadrá-los aqui.

Aliás, quanto mais intimamente as imagens do vídeo se tecem na dinâmica que é própria da sonoridade, das durações, intensidades, acelerações e retardamentos, maior é a eficácia de suas imagens, pois é nesse cruzamento com os caracteres que são muito próprios da música que o vídeo atinge graus de poeticidade (SANTAELLA, 2005, p. 379).

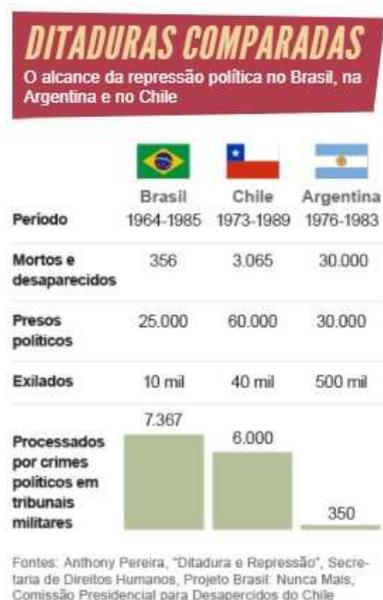
Assim, na animação do capítulo um de Crime sem Castigo, a música, casada com as imagens criadas em computador, fornece uma sensação de suspense. Já no capítulo quatro da mesma matéria, a música de fundo durante todo o primeiro vídeo, aliada às imagens com diferentes ângulos e tomadas, assim como a própria sucessão de imagens, causa uma sensação de tensão, como se o usuário estivesse vendo um filme policial, diante do funcionamento da fiscalização da carga no porto de Santos, no estado de São Paulo.

#### 4.4.3 Linguagens visuais-verbais

A própria escrita, para Santaella, é uma linguagem visual-verbal; também poderiam se encaixar aqui todos os gráficos (Figura 27), iconografia e ilustrações estáticas (Figura 28), que não envolvem movimento. Para Santaella (2005), até a página do jornal se posicionaria aqui, pois não é muito diferente da tela de uma pintura:

“O lugar que a informação ocupa na página, o design ou plano da página, a distribuição por tamanho, a escolha dos tipos gráficos, tudo isso é tão significativo a ponto de se poder afirmar que o caráter diagramático do jornal vai além do conceito do diagrama em nível visual ótico para alcançar seu conceito de diagrama de relações inteligíveis” (SANTAELLA, 2005, p. 380).

**Figura 27:** Comparação entre ditaduras na América do Sul



Gráfico, em *O Golpe e a Ditadura*, compara a ditadura do Brasil as do Chile e Argentina. Fonte: <https://goo.gl/VQx8G1>. Acesso em 21 mar. 2018.

**Figura 28:** Acolhimento institucional em Belo Horizonte



Ilustração, em *Menino de Abrigo*, apresenta informações sobre o acolhimento institucional de menores em Belo Horizonte. Fonte: <https://goo.gl/GYveHb>. Acesso em 21 mar. 2018.

A pesquisadora fala do jornal impresso, mas a linguagem visual-verbal também é extremamente importante nas GRMs. Por isso, defendemos que o trabalho em conjunto entre *designers*, programadores e jornalistas é tão importante. Se, no impresso, a diagramação, organização e posicionamento dos códigos já promovem sentido, também não há GRM sem *layout*, sem *design*. O *layout* da reportagem é parte integrante dela, sem o qual não pode ser entendida e talvez nem seja possível a navegação e interação.

#### 4.4.4 Linguagens verbo-visuais-sonoras

Por meio da dança, Santaella (2005) explica a lógica dessa linguagem. Um corpo em movimento tem temporalidade, característica do som, se o movimento dos dançarinos também contar uma história, a dança é narrativa e, portanto, verbal. Isso é o mesmo que acontece no cinema, na TV e nos vídeos, assim como nos infográficos animados das GRMs, os quais reúnem imagem, linguagem verbal escrita e movimento sequencial típico do som. O

diálogo dos personagens, no entanto, é diferente de narrativa, “pois diálogo é fala, linguagem verbal oral, enquanto a narrativa é uma das matrizes da discursividade verbal escrita. É por isso que roteiros são sempre escritos (...)” (SANTAELLA, 2005, p. 382).

A pesquisadora exemplifica, ainda, com os documentários, que utilizam imagens referenciais aliadas ao discurso verbal, quase sempre em voz *off*, recurso também presente em animações das GRMs, como A Batalha de Belo Monte, Crime sem Castigo, O Golpe e a Ditadura e Era uma Vez um Pequeno Guerreiro. A voz *off* não se caracteriza como linguagem oral por ser um texto escrito lido em voz alta, o que é bem evidente em Era uma Vez um Pequeno Guerreiro, em que a voz *off* acompanha o texto escrito na tela. No caso das animações, os desenhos animados são referenciais, pois mostram “aquilo que a palavra não pode alcançar, ao mesmo tempo que o discurso fornece informações gerais sobre aquilo que a imagem não pode dar, como época, lugar, funções etc” (SANTAELLA, 2005, p. 282).

A pesquisadora acrescenta de forma bem esclarecedora:

“(..) É necessário repetir que cinema, vídeo e TV têm também caráter discursivo, verbal, na medida em que são necessariamente narrativos ou descritivos. Isso quer dizer que, subjacente ao que costuma ser chamado de audiovisual, há uma camada de discursividade que sustenta o argumento daquilo que aparece em forma de som e imagem” (SANTAELLA, 2005, p. 383).

Somado a isso, a imagem em movimento expõe a semiose própria da sonoridade por meio dos ritmos das imagens que se sucedem na tela. Há o ritmo da história que é narrada, o qual envolve o tempo da projeção, em que o vídeo está sendo mostrado, e o tempo da história contada, possível a partir de recursos como elipses, supressões, *flash backs* e avanços. Em um segundo nível, estariam os ritmos ainda mais semelhantes ao da sonoridade, como a duração das tomadas, movimentos de câmeras, planos, cortes, acelerações e desacelerações

As GRMs são formadas por muitos vídeos com depoimentos de personagens, que se enquadram como linguagens verbo-visuais-sonoras, tendo em vista que são visuais por apresentarem as imagens dos entrevistados, suas gestualidades, e imagens referenciais, como as imagens de cobertura que completam a fala dos personagens. Envolvem ainda o verbal oral, pois, diferente da voz *off* baseada em um texto lido, os personagens fornecem depoimentos espontâneos por meio da fala. Está presente, ainda, a discursividade, tendo em vista que as entrevistas narram uma história, descrevem uma situação ou defendem um ponto de vista.

#### 4.4.5 Nas GRMs estudadas

Para Santaella (2005), o cruzamento de linguagens aparece de forma praticamente plena na hipermídia. “O modo como a hipermídia funde o sonoro, visual e verbal na trama de sua textura se constitui em uma propedêutica exemplar para a prática da teoria das três matrizes da linguagem e pensamento” (SANTAELLA, 2005 p. 384). Assim, neste capítulo, percebemos que, unidas, as três matrizes da linguagem podem se enriquecer de forma a chamar a atenção do usuário e orientá-lo na interação para que fique como que em contato direto com uma realidade. O aprofundamento dos temas tratados pode vir por meio do discurso escrito ou oral.

Por exemplo, o signo indicial possui uma relação existencial com seu objeto, este que, no caso da fotografia, é obrigatoriamente existencial. Se unida à lógica do som e do discurso, a representação parece ainda mais completa e, portanto, mais real, tendo em vista que o som promove a imersão, as imagens indicam a realidade e o verbal pode levar a abstrações não permitidas pelas linguagens anteriores. Uma descrição conceitual também pode ficar ainda mais rica se realizada em vídeo, com a presença da lógica indicial das imagens figurativas que apontam para o que se está descrevendo conceitualmente no discurso oral, em uma aproximação maior do objeto dinâmico. De fato, durante entrevista com a editora executiva de O Tempo, ela repetia que os vídeos aproximam os usuários da situação retratada, apontando a realidade de maneira mais completa.

O mesmo pode ocorrer por meio de *games* e mapas interativos, por exemplo. Bogost, Ferrari e Schweizer (2012, locais do Kindle 151, tradução nossa), conforme dissemos na introdução, consideram perfeito o casamento das linguagens nos *games*, afirmando que “(...) é um tipo de experiência que não pode ser reduzida a nenhum outro meio anterior”. Defendemos, no entanto, que a própria estrutura da GRM pode ser pensada de forma a integrar mais plenamente os códigos, o que a aproximaria da estrutura de um *game* ou até da realidade virtual.

Conforme previmos no capítulo anterior e constatamos por meio dos exemplos apresentados, os profissionais das GRMs, muitas vezes, já empregam o que a teoria postula, no entanto, de uma maneira mais instintiva. A reflexão pode auxiliar em uma aplicação mais racional para a utilização dos códigos, evitando redundâncias e incoerências atualmente percebidas, principalmente em O Tempo, com uma melhor complementação das linguagens visando um real hibridismo ou comunicação multicódigos, conforme propomos.

Em Menino de Abrigo, o vídeo, no capítulo seis, traz exatamente alguns dos mesmos depoimentos que apareceram no texto principal, o que também acontece em Era uma Vez um Pequeno Guerreiro. A animação do capítulo três de Morte Invisível explica por que os motoristas noturnos tendem a ter maiores níveis de obesidade, repetindo exatamente o que o texto principal vinha tratando. No capítulo cinco de Um Adeus ao Rio Doce, o depoimento do pescador Reinaldo Gonçalves, destacado ao lado direito, repete a mesma fala do texto principal. Se o entrevistado já fala em vídeo, por que colocá-lo novamente no texto? Se há alguma informação mais racional que se quer passar, ela pode estar no texto ocorrido ou acompanhar o vídeo. No caso da animação, ela não faz sentido, pois apresenta o texto escrito em diferentes telas, não utilizando imagens que, de alguma forma, referenciam o que o discurso descreve, ou seja, parece totalmente desnecessária. Se um trecho de depoimento já está destacado à direita, porque repeti-lo no texto principal? Se a intenção era apresentá-lo de forma diferente, por que não por meio de um *podcast* trabalhando os ruídos e os sons ambientes de forma a promover maior imersão?

## 5 OS USUÁRIOS DO JORNALISMO MULTICÓDIGOS

Neste capítulo, analisaremos os resultados do teste empírico da terceira sub-hipótese, ou seja, a competência midiática dos usuários para interagir com a GRM e por ela navegar, a partir de formulários aplicados aos usuários da Folha de S.Paulo e de O Tempo. Para introduzir o capítulo, faremos uma revisão de literatura percorrendo o que os autores falam sobre o empoderamento da audiência, por meio da liberdade de navegação na hipermídia, da interatividade e de uma cultura mais participativa.

Apresentaremos as pesquisas já realizadas com usuários das GRMs e também discorreremos sobre como os profissionais que produzem o jornalismo multicódigos esperam que o público receba o conteúdo, a partir das respostas obtidas nas entrevistas. Em seguida, abordaremos os interpretantes de Peirce e as conclusões de Ferrés e Piscitelli (2015) sobre a competência midiática e suas seis dimensões, pois tais conceitos serão importantes para a compreensão sobre como a pesquisa foi realizada.

Por fim, refletiremos sobre como de fato os usuários dizem perceber essas reportagens, seus sentimentos, reações e compreensões em relação à GRM e como se dá a navegação nas matérias. Estudaremos, ainda, a maneira como eles se apropriam desse conteúdo e o compartilham por meio das redes sociais, ou em análises do conteúdo em *posts* de *blogs* ou nos próprios perfis das redes sociais.

### 5.1 O empoderamento da audiência

Quando o filósofo Marshal McLuhan (1964) postulou que “o meio é a mensagem”, reconhecia a relevância das novas tecnologias como fator de mudanças da sociedade e cultura. Para ele, a mensagem é tão importante, porque todo o conteúdo de um meio é um outro meio. “Pois a ‘mensagem’ de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas”, argumenta McLuhan (p. 16). Assim, o autor considera ingenuidade defender que a mídia é a forma como a usamos, pois o próprio meio impõe modificações profundas.

É nesse contexto que Levy (1999, p. 16) define resumidamente a cibercultura como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do

ciberespaço”<sup>77</sup>. Para o autor, as técnicas que sustentam a cibercultura podem promover pessoas e sociedades, além de ter consequências culturais, como o surgimento de movimentos sociais, questionamentos sobre o saber, contribuições para a construção da cidade e reflexões sobre a filosofia política.

Lemos (2002, p.11) explica a cibercultura como a “forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70”. O autor considera a cibercultura como a cultura atual, marcada pela digitalização, a qual possui três leis. A primeira, seria a da Reconfiguração, em que práticas, modalidades midiáticas e espaços são transformados, mas não morrem ou são substituídos. A segunda diz respeito à Liberação do Polo de Emissão, na qual as vozes reprimidas pelos meios de comunicação de massa ganham espaço. A última é a lei da Conectividade generalizada, que permite o contato direto entre homens, homens e máquinas e até entre máquinas e máquinas, modificando também relações de tempo (tempo real, comunicação instantânea) e de espaço (um não-espaço em que prevalece a ubiquidade).

Instaurada uma cibercultura, Pimenta (2012, 2014, 2016) estuda os processos de comunicação no ambiente em redes digital, pesquisando a hipótese de que esse novo cenário multicódigos, conforme tratamos na introdução, estimula um pensamento em transformação, de acordo com a lógica da Terceiridade para Peirce (tratada nos capítulos anteriores), o que torna a comunicação mais efetiva. Além disso, outra hipótese é a de que:

(...) a ciência da Comunicação tem como objeto os incessantes processos de criação, produção e interpretação de referências a contextos possíveis, existenciais ou ideacionais, ou de articulação entre eles, que envolvem sistemas vivos, inteligências artificiais ou seus híbridos, e que esses processos sempre conduzem os agentes a algum grau de mudança, afetando modos de perceber, de agir, ou de raciocinar, ou suas combinações (PIMENTA, 2014, p 26).

Para o pesquisador, a consciência sobre uma atuação em redes com múltiplos códigos faz com que a comunicação seja mais eficiente para os seus fins, e, se o raciocínio é ainda coletivo, está mais próximo da lei viva de produção de sentidos, a lei do universo, conforme a Máxima Pragmática de Peirce (CP 5.545). O fim ético, na perspectiva de Peirce, é a busca por uma finalidade de acordo com objetivos deliberados, totalmente autocontrolados, o que, na comunicação, está na busca por maior eficácia comunicacional por meio da

---

<sup>77</sup> Por ciberespaço, Levy (1999) compreende a interconexão mundial de computadores, as informações que por ela circulam e os seres humanos incluídos nesses processos.

mudança e inovação. Além da ética, o pragmaticismo também trabalha com as dimensões da estética e lógica. A estética é a noção instintiva de adequação, envolvendo os aspectos da esfera da percepção, e está relacionado aos níveis puramente formais dos suportes de comunicação. Já a lógica liga-se às condições para um raciocínio autocontrolado visando a compreensão da realidade, o que poderia levar a uma comunicação consciente sobre os hábitos inferenciais, principalmente em ambientes coletivos e de compartilhamento.

Pimenta (2012, 2014, 2016) realizou pesquisas na área dos *games*, redes sociais, ciberativismo e grupos de pesquisa em epistemologia para analisar como ocorria a comunicação neste contexto de comunicação com tecnologias híbridas de múltiplos códigos. Em relação aos fins éticos, o autor verificou que há atitudes em transformação ligadas a processos comunicacionais coletivos, globalizado e instantâneos. Na esfera estética, constatou-se que as redes multicódigos ocasionam uma percepção instintiva sobre o momento atual de transformação aliada a sentimentos de compartilhamento comunicacional. Por fim, na perspectiva da lógica, o autor confirmou a hipótese de que os múltiplos códigos conduzem “a uma maior segurança na excelência do raciocínio empregado” (PIMENTA, 2014, p. 29), aprendizado somente possível a partir das tecnologias híbridas.

Os resultados foram mais visíveis nos usuários de redes sociais e games, os quais vão até os limites nas linguagens disponíveis; quase todos são jovens, o que pode indicar que o reconhecimento das potencialidades dos diferentes códigos está em desenvolvimento. Para Pimenta (2014, p. 29), isso reforça um momento de cibercultura, era de modificações cognitivas, “sobre a base de mudanças comportamentais e perceptivas”, o que pode ser “uma consequência da apreensão coletiva do princípio guia do pensamento em rede digital multicódigos, com suas propriedades sinestésicas, coletivas e autoconscientes”, defende.

Para Santaella (2013), as redes híbridas multicódigos são bem visíveis no hipertexto e na hipermídia. Leão (2001) explica que o hipertexto permite a conexão não linear entre fragmentos de textos associados, os blocos de informação, assim, ao se clicar em um ponto, o usuário é direcionado a outro. Os nós da informação são as unidades básicas e podem ser um texto, uma imagem, um vídeo, uma janela, uma mistura dos itens anteriores ou qualquer subestrutura do documento, o que transforma o hipertexto em hipermídia. Para Canavilhas (2006, 2007), estão conectados diferentes planos de informação, os quais podem aproveitar a flexibilidade do meio e as possibilidades multicódigos.

Santaella (2005) acrescenta que os diferentes elementos são reunidos de forma a promover sentido em ambientes 3D que possibilitem ao usuário imergir, sendo necessárias arquiteturas líquidas, ou seja, moventes, fluidas, na espera da ação do leitor.

Essa expressão [arquiteturas líquidas] foi cunhada por Marcos Novak (1993) para se referir à modelização líquida da informação, aos dados fluidos, moventes e plásticos acessíveis ao usuário na medida em que este navega na hipermídia, interagindo com os nós e nexos de um roteiro multilinear, multi-seqüencial, multi-sígnico (palavras, imagens, textos, documentos, sons, ruídos, músicas, vídeo) e labiríntico que o usuário, ele próprio, ajudou interativamente a construir (Santaella, 2005, p. 388-389).

Para a autora, como faz a opção por caminhos, o leitor também participa da criação de mensagens. Segundo Santaella (2005, p. 390), “a hipermídia não foi feita para se ler do início ao fim, mas por buscas, descobertas e escolhas” em uma estrutura multidimensional de conexões. “Quanto mais rico e coerente for o desenho da estrutura, mais opções ficam abertas a cada leitor na criação de um percurso que reflete sua própria rede cognitiva”. Leão (2001) acrescenta que as estruturas interativas permitem percorrer o documento de uma forma única e pessoal, concluindo que o usuário é mais ativo, ele mesmo estabelecendo relações nos caminhos diversos que pode seguir. Assim, a autora compara as surpresas da hipermídia às de um labirinto, conforme Santaella (2005) também faz.

Da mesma forma, Canavilhas (2006, 2007), argumenta que o usuário reage, toma decisões de acordo com suas percepções e faz opção por um caminho de leitura que pode ser diferente dos demais usuários, o que interfere até mesmo no modo de escrita jornalística. Para o pesquisador, não faz mais sentido uma redação na forma de pirâmide invertida, com a apresentação de informações pela ordem de importância definida pelo jornalista, porque é o leitor que estabelece a relevância ao fazer o caminho de seu interesse. Por isso, o autor propõe uma nova técnica de redação mais adequada às características da *web*, que intercale os diferentes códigos em camadas, denominada de Pirâmide deitada, na qual:

“a notícia é desenvolvida horizontalmente, de um conteúdo menor para um maior de informações sobre cada um dos elementos das notícias (o que, quem, onde, quando, como, por que). Assim, cada leitor seguirá sua rota de leitura de acordo com as expectativas que tem em relação a cada elemento da informação” (CANAVILHAS, 2007, p.96, tradução nossa).

Em relação à imersão do usuário, por meio da sua concentração, atenção e compreensão da informação, Santaella (2005) diz que dependerá do nível de interatividade do conteúdo, característica essencial da hipermídia também para Leão (2001) e Canavilhas (2007). Citando Winck e Feldman, Santaella (2005) entende interatividade como as respostas do programa de hipermídia ao usuário, o que possibilita a ele influenciar no acesso à informação e ter algum controle sobre os resultados. Contudo, a liberdade de ação do usuário pode ser problemática, se ele não conseguir mapear mentalmente a estrutura do documento,

que depende de se deixar indícios do desenho da estrutura. Ao mesmo tempo, a autora atenta para o fato de que se deve tomar cuidado para que, ao guiar o leitor, não diminua a curiosidade que deve impulsioná-lo.

Da mesma forma, Canavilhas (2006, 2007) reconhece que esse pode ser um problema do seu modelo de pirâmide deitada. Por exemplo, nesse tipo de produção é necessário que se deixem pistas de leituras para que o usuário não se perca e compreenda a coerência do conteúdo. Deve ser acrescentada, ainda, uma navegação intuitiva, simples e fácil para que o usuário se sinta confortável.

Esse contexto estaria relacionado à proposta de Axel Bruns (2005) da passagem do *gatekeeping* para o *gatewatching*. No primeiro, leva-se em consideração que o espaço para a publicação ou o tempo de disseminação nos meios analógicos era limitado e, por isso, os jornalistas precisavam selecionar as informações que consideravam mais relevantes e que deveriam chegar ao público. No entanto, no contexto digital, com a internet, não existe mais restrição de espaço nem de tempo e, assim, há uma mudança no papel dos jornalistas: se antes eles coletavam os fatos para transformá-los em notícia, agora eles podem ser comparados a bibliotecários, pois devem colecionar documentos e direcionar o público, ou seja, deixar pistas, para as informações mais relevantes. Como os jornalistas também publicam material a partir dos conteúdos disponíveis, Bruns (2005) considera que o termo mais adequado para a função desses profissionais seria o de *gatewatching*, que significa a “observação dos portões de saída de veículos noticiosos e outras fontes, de modo a identificar o material importante assim que ele se torna disponível” (p. 17, tradução nossa)<sup>78</sup>.

### 5.1.1 Um pouco mais sobre interatividade

Outros autores detêm-se mais especificamente e profundamente na questão da interatividade. Jensen (1998) diferencia interação e interatividade, a primeira, conforme uma definição mais sociológica, como a ação mutuamente interdependente de dois ou mais indivíduos; a segunda, referente ao meio utilizado e à comunicação mediada. A partir de tais definições, o autor sugere que o termo “para-interação social” (p. 200) estaria adequado à comunicação por meio de uma mídia, a qual simula a comunicação interpessoal.

---

<sup>78</sup> Para Bruns (2005), a mudança do jornalista de *gatekeeper* para o de *gatewatcher* também está relacionada ao papel mais ativo que os usuários exercem no contexto digital, criando, divulgando e compartilhando mensagens. Assim, cabe ao jornalismo aproveitar esse potencial.

Jensen (1998) faz uma revisão de literatura para sustentar sua argumentação de que o modelo que melhor explica a interatividade seria o que a considera como um *continuum*, levando em consideração seus diversos níveis, as diferentes tecnologias, assim como a evolução destas, o que possibilita diferentes formas de interatividade. Diante dessas considerações, o autor propõe o seguinte conceito de interatividade: “Medida do potencial de um meio para permitir que o usuário exerça uma influência sobre conteúdo e/ou sobre a forma de comunicação mediada” (JENSEN, 1998, p. 201, tradução nossa).

Esse conceito pode ser dividido em quatro dimensões: transmissional, consutacional, conversacional e registracional. A primeira diz respeito a capacidade de uma mídia unidirecional de deixar a audiência fazer escolhas, como os sistemas de múltiplos canais. Na segunda, são levadas em consideração as possibilidades da audiência optar, mediante uma solicitação, a partir de opções pré-concebidas em meios bidirecionais, ou seja, que aceitam retorno, como nos serviços de vídeo *on-demand* e de informação online. A terceira está relacionada à habilidade do meio para permitir que os usuários produzam e forneçam conteúdo, em uma mídia também bidirecional, o qual ficará armazenado ou será transmitido em tempo real, como nas conversas por Skype ou em *posts* nas mídias sociais. Por fim, o quarto nível de interatividade seria o potencial do meio para registrar e responder ou adaptar as necessidades e ações do usuário, a partir de uma informação fornecida por ele ou de uma percepção do próprio sistema, como nos agentes inteligentes.

Ao contrário de Jensen (1998), Primo (2003) não diferencia interação de interatividade e trata do que denomina interação mediada por computador<sup>79</sup>, o que seria referente à interatividade para Jensen (1998). A interação mediada por computador, segundo Primo (2003), deve ser analisada como um processo entre integrantes e não como um fator do meio, por exemplo, como algo puramente tecnológico. Essa interação também não deve ser observada a partir dos modelos da comunicação de massa, mas requer uma aproximação da comunicação interpessoal, em concordância com Jensen (1998), do tipo um-um ou todos-todos. Assim, o autor faz uma abordagem na perspectiva sistêmico-relacional, “que enfatiza o aspecto relacional da interação e busca valorizar a complexidade do sistema interativo” (PRIMO, 2003, p. 11), propondo dois grandes grupos de interação mediada por computadores.

O primeiro seria a interação mútua, quando os interagentes se envolvem em contínuas problematizações, cujas soluções são momentâneas. O relacionamento entre os

---

<sup>79</sup> Primo (2003) considera esse tipo como interação com computador e/ou através dele.

interagentes está em constante negociação e vai sendo construído paralelamente às interações, as quais sofrem impactos do contexto. Essa característica somada aos sucessivos desequilíbrios que modificam o sistema, faz com que esse tipo de interação esteja sempre em processo de mudança a partir das ações de interagentes em relação a outros, sendo mais complexo do que o somatório de ações individuais. “Como exemplo pode-se citar um debate na sala em um fórum de um ambiente de educação a distância” (PRIMO, 2003, p. 13). Este tipo de interatividade estaria, assim, mais relacionada à conversacional e registracional propostas por Jensen (1998).

Primo (2003) esclarece que por interação mútua não se tem um pleonismo, mas oposição a outro tipo de interatividade, a interação reativa.

A palavra “mútua” foi escolhida para salientar as modificações recíprocas dos interagentes durante o processo. (...) Dessa forma, justifica-se a escolha do termo “mútua”, visando salientar o enlace dos interagentes e o impacto que cada comportamento oferece ao interagente, ao outro e à relação (PRIMO, 2003, p. 13).

A Interação Reativa é aquela baseada na previsibilidade e na automatização das trocas, em que haverá sempre a mesma resposta para os mesmos comandos. São colocadas condições iniciais, por pelos menos um dos interagentes, para as quais haverá sempre uma solução idêntica e, se o sistema for superado, pode parar de funcionar. Desta forma, pode ser repetida infinitas vezes, ainda que em contextos diferentes. A interação reativa estaria próxima, desta forma, da interatividade transmissional e consutacional de Jensen (1998).

Primo (2003) atenta, por fim, que a comunicação pode acontecer em vários canais, o que permite uma multi-interação, pois podem haver diferentes interações simultâneas, tanto mútuas quanto reativas. Por exemplo, “em um chat, ao mesmo tempo em que se conversa com outra pessoa também se interage com a interface do software e também com o mouse, com o teclado” (PRIMO, 2003, p. 14).

Para Rost (2014), que também não diferencia interação e interatividade, a interatividade é a capacidade gradual do meio de dar liberdade ao usuário na seleção de conteúdo e nas maneiras dele de se expressar e comunicar, o que também se aproximaria do conceito de interatividade para Jensen (1998). Assim como este autor, Rost (2014) considera a existência de vários níveis de interatividade, por isso utiliza o termo gradual. Nesse sentido, o usuário teria mais poder em duas vertentes: nos caminhos de navegação, conforme descreveram Leão (2001), Santaella (2005) e Canavilhas (2007), e nas formas de se expressar e comunicar com outras pessoas. Assim como defende Jenkins (2009), o que mostraremos em

seguida, Rost (2014) reconhece, no entanto, que o usuário ainda não divide a comunicação em igualdade com os tradicionais polos de emissão, os quais possuem uma série de ferramentas e procedimentos para limitar a ação da audiência.

O pesquisador propõe dois tipos de interatividade. A seletiva, que seria o equivalente à Reativa de Primo (2003), na qual o usuário pode controlar o ritmo e a sequência das mensagens. Seria, por exemplo, a estrutura do hipertexto, as opções de personalizar a página, suas fontes e cores; além de alternativas de distribuição e recepção de conteúdo, como por meio de uma *newsletter*. Na interatividade comunicativa, o usuário produz conteúdo que se tornará público. Neste contexto, ele pode tentar se relacionar com outros, em uma forma de comunicação, ou apenas transmitir conteúdo sem esperar retorno, em uma forma de expressão. Com a tabela a seguir, percebemos que este tipo de interatividade se aproxima da mútua de Primo (2003).

**Tabela 7 - Interatividade Seletiva X Interatividade Comunicativa**

	<b>Interatividade seletiva</b>	<b>Interatividade comunicativa</b>
Interatuentes	A interação das pessoas com os conteúdos (ou com a máquina ou com o sistema)	Interação entre pessoas
Em que consiste a interação	Um indivíduo escolhe uma opção e o sistema responde	Há emissores e recetores que podem trocar de papéis
Papel do leitor	O utilizador é um recetor (interativo) de conteúdos	O utilizador é também produtor de conteúdo
Previsibilidade das respostas	Número de possibilidades de resposta limitado	Infinitas possibilidades de resposta
Dimensão da interatividade	A participação do leitor não adquire relevância pública: só tem uma dimensão individual	O resultado da participação do utilizador toma uma dimensão pública
Opções interativas	Ligações hipertextuais, motores de busca, infografias, modalidades de personalização, RSS	Comentários, blogues, fóruns, entrevistas abertas, <i>chats</i> , envio de notas/fotografias/vídeos

Quadro comparativo dos dois tipos de interatividade propostos por Rost (2014)

Fonte: ROST, 2014, p. 59

Rost (2014) acrescenta que esses dois tipos não nasceram com os meios digitais, mas foram herdados de seus antecedentes, pois, no jornal impresso, por exemplo, a interatividade seletiva já estava presente no ritmo de leitura das páginas executado pelos leitores, enquanto a interatividade comunicativa aparecia de forma rudimentar na carta dos leitores.

### 5.1.2 Lógica de comunicação híbrida da internet

Todas essas mudanças tratadas até aqui, as quais permitiram um maior empoderamento dos consumidores, também são trabalhadas por autores como Alzamora (2007, 2011, 2012) e Jenkins (2009) no contexto da cibercultura, em que há a liberação do polo de emissão (Lemos, 2002). Alzamora (2007, 2011, 2012) diferencia as lógicas transmissiva e associativa da comunicação para explicar a comunicação híbrida da internet. A transmissiva é a lógica dos meios de massa, com um polo emissor de conteúdo comum que define quais mensagens são importantes para uma audiência dispersa geograficamente. Os jornalistas são seus representantes e selecionam os assuntos relevantes, enquanto os receptores agem indiretamente sobre o conteúdo e com dinâmicas temporais diferenciadas.

Na lógica associativa, baseada na comunicação interpessoal, emissores e receptores trocam constantemente de papel e, assim, também passam a valer as mensagens que estes últimos têm como importantes. Na internet, as lógicas comunicacionais são híbridas, porque misturam as transmissivas e associativas que são dissonantes, mas complementares, fornecendo equilíbrio ao sistema.

Alzamora (2012) acrescenta que, nesse novo cenário, há uma lógica das conexões, em que ocorre o compartilhamento de informações produzidas pela audiência em ambientes colaborativos como *blogs* e redes sociais, as quais são intercambiadas a partir de múltiplas dimensões sem temporalidade definida. Essa manifestação da audiência pode alcançar até os meios tradicionais de comunicação, pois as conexões ampliam a visibilidade midiática e a abrangência social dos acontecimentos em rede. A pesquisadora (2012, p. 57) percebe, ainda, que a audiência é mais “fragmentada, porosa e dispersa”, por ser diferente da tradicional, a qual se vinculava de forma duradoura a certos ambientes midiáticos, ao mesmo tempo em que é potencializada na interconexão da rede.

Relacionando essa realidade à semiótica, a pesquisadora lembra que “o objeto determina o signo que, por sua vez, determina o interpretante. Este se caracteriza por ser um novo signo que representa parcialmente o objeto que o determinou através da mediação do signo” (ALZAMORA, 2011, p. 163), conforme vimos no item 4. Diante disso, Alzamora (2007, 2011) conclui que a determinação está ligada à lógica transmissiva, sem acrescentar informações ao processo sígnico, pois somente atesta a informação vinculada ao objeto no signo. Enquanto isso, a representação pode ser relacionada à lógica associativa, pois fornece novas informações. “O movimento de representação (associação), ao contrário do movimento de determinação (transmissão), origina-se do interpretante rumo ao objeto. Nessa perspectiva,

a informação é compreendida como produto simbólico da ação do interpretante”, esclarece Alzamora (2011, p. 163).

Diante disso, a autora alerta:

A perspectiva dialógica e associativa da hipermídia impõe revisão conceitual ao jornalismo, que tradicionalmente se desenvolve sob égide da operação semiótica de determinação. Nos meios de massa, que funcionam como centros irradiadores de informação jornalística, esta é produto simbólico da ação sígnica dos jornalistas. A ação sígnica dos receptores, nesse contexto, limita-se à interpretação da informação jornalística. Os recursos de linguagem hipermidiática, porém, permitem que internautas e jornalistas dialoguem em torno das informações, tornando-a processual, dinâmica, instável e permanentemente ajustável aos interesses circunstanciais dos internautas (Alzamora, 2011, p. 164).

Já Jenkins (2009) utiliza a expressão cultura participativa e, assim, também percebe uma audiência que não é tida mais como passiva, mas como consumidora que interage e se coloca junto dos tradicionais polos de emissão. Apesar disso, ele reconhece:

“Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros” (JENKINS, 2009, p. 31).

De qualquer forma, ele atenta que a convergência diz respeito tanto às corporações quanto ao consumidor, são fenômenos que acontecem em conjunto. Enquanto as empresas de mídia tentam atuar em diferentes plataformas para aumentar seus lucros, os consumidores aprendem a manusear as tecnologias para também participar do processo de produção e interagir com seus pares a partir do ideal de um fluxo mais livre de ideias e conteúdo. “Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura”, descreve Jenkins (2009, p. 46).

Assim como Alzamora (2012), o autor caracteriza esses novos consumidores como ativos, migratórios, ou seja, não mais leais a certos meios de comunicação, conectados socialmente, barulhentos e públicos. A audiência, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na interseção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar ativamente da cultura (JENKINS, 2009, p. 51).

## **5.2 Outros estudos sobre os usuários na GRM**

E como esses novos consumidores, ou “prosumidores”, como preferem Ferrés e Piscitelli (2015), atuam diante da GRM? Essa é uma questão que alguns pesquisadores têm

tentado desvendar desde o surgimento da GRM, após a divulgação da matéria *Snow Fall*, pelo The New York Times, que inaugurou o gênero. Canavilhas (2014) realizou uma análise de conteúdo dos comentários desta reportagem, com enfoque na reação dos usuários a partir de uma observação semântica. Dos 1155 comentários da reportagem, 798 estão relacionados à pesquisa.

A característica mais citada de *Snow Fall* é a multimídia, aparecendo 467 vezes (58,5%), de forma direta ou indireta, por meio de citação de seus elementos como vídeo, som/áudio, fotos, gráfico. Assim, para o autor, “a multimídia aparece como um fator diferenciador (...)” (CANAVILHAS, 2014, p. 124). A associação entre multimídia com integração e combinação está presente em 55 ocasiões, apontando que o usuário prefere conteúdos integrados a apenas justapostos.

Sem contar os comentários sobre o tema da reportagem, a pesquisa aponta ainda que 98% dos leitores aprova a matéria. Por outro lado, há críticas sobre o excesso de elementos multimídia, o que aproximaria o trabalho do entretenimento ou seria uma forma de distração do essencial. Já sobre interatividade, que Canavilhas (2014) considera um dos diferenciais do webjornalismo, há 83 referências (10,4%) ou palavras relacionadas, como interativo, interação, envolvimento e imersivo. Para o pesquisador, a interatividade pode aproximar os usuários do conteúdo. Destaca-se, ainda, a participação do autor da reportagem, John Branch, que, em dezessete oportunidades, escreve para elucidar questões aos usuários.

Por fim, os comentários revelam que a reportagem é considerada inovadora: há 148 referências (18,5%) ligadas a isso, com palavras como inovador, futuro, novo media ou novo jornalismo. “A palavra futuro associada a jornalismo é, aliás, uma das mais referidas, sendo notórios que os leitores reconhecem neste trabalho o futuro da informação online” (CANAVILHAS, 2014, p. 126). Mais de cinquenta comentários repetem esse mote. Em 28,9% das ocasiões (231 vezes) a originalidade da reportagem pela sua estruturação é citada nas palavras narrativa, *storytelling*, formato e *design*. Já o vocábulo tecnologia surge em 48 ocasiões, e os usuários elogiam sua correta utilização.

Ventura e Ito (2016) analisaram comentários no Facebook sobre reportagens da Uol TAB durante oito meses (de outubro de 2014 a maio de 2015), relativos a 31 edições do período. Nessas análises, os autores procuraram por “percepções espontâneas e emergentes” sobre essa forma de reportagem e a compreensão do público sobre o “formato ainda pouquíssimo explorado pelo portal Uol” (VENTURA; ITO, 2016, p. 52). No total, durante o período estudado, foram publicados 145 posts. Os pesquisadores queriam descobrir: “pelo fato de serem ainda incomuns, as reportagens do TAB estariam gerando algum tipo de

repercussão nos usuários que as acessam?” (VENTURA; ITO, 2016, p. 52). Aliado a isso, a intenção era descobrir o teor dos comentários. A investigação também abordou o fato de as próprias matérias não terem espaço para comentários. Assim, “como a equipe que cuida da divulgação do TAB nas redes sociais vem lidando com as comunicações de usuários que podem ser de natureza diversa, como elogios, críticas, dúvidas, entre outros?” (VENTURA; ITO, 2016, p. 52).

Ventura e Ito (2016) perceberam que a maioria dos comentários quer somente repassar o conteúdo, pois se trata apenas de uma marcação de outros usuários, indicando a reportagem. Na maioria das vezes, os *posts* mais compartilhados não vinham acompanhados de mensagens originais dos usuários e, por isso, os autores se atentaram para as postagens que mais geraram comentários, que nem sempre eram os mais curtidos ou compartilhados. Diante disso, quatro pontos principais destacaram-se, principalmente os dois últimos por aparecerem em maior número, por serem mais recorrentes ou por estarem relacionados à pesquisa.

O primeiro é a comunicação entre usuário e TAB, praticamente inexistente, ocorrendo apenas três vezes, o que os pesquisadores consideram uma interatividade quase nula, ao contrário do que aconteceu no caso de *Snow Fall*, em que o próprio autor da GRM respondia aos usuários. Os autores afirmam, no entanto, que há potencial para ocorrer a partir de uma pergunta, dúvida, crítica, elogio ou conversação sobre alguma edição e dizem que essa conversação é importante para que a marca TAB tenha mais visibilidade em outros ambientes.

O segundo ponto são as reclamações sobre questões técnicas, em que Ito e Ventura (2016) dizem também ficar evidente a falta de interatividade. As reclamações foram todas ignoradas, condição que deveria ser modificada, tendo em vista a originalidade do material, que, por isso, requer um maior monitoramento. As reclamações vão desde a dificuldade de acesso até sugestões sobre *design*. O terceiro ponto diz respeito às discussões sobre a temática da edição, em que a página do Facebook é utilizada como espaço para conversas, opiniões e tomadas de posição sobre o assunto das edições ou sobre a forma como foi tratado.

Por fim, têm-se as percepções acerca da originalidade da narrativa do TAB, pois os comentários apontam a forma inovadora de apresentação do conteúdo, assim como Canavilhas (2014) havia notado em sua pesquisa. Entretanto, poucos falam especificamente dos recursos utilizados, como as formas de *layout* (talvez por falta de conhecimento dos usuários sobre o assunto), interatividade, hipertextualidade e multimídia. Estes dois últimos não aparecem em nenhum dos comentários.

“Entretanto, o que se nota é uma satisfação na leitura, provocada pelo formato inovador da narrativa. Mesmo que os usuários não saibam expressar pontualmente o que lhes agradou, o teor geral de suas comunicações é de surpresa com a qualidade do conteúdo – tanto em relação ao texto quanto em relação à sua apresentação gráfica” (VENTURA; ITO, 2016, p. 57).

Os autores chegam a duas principais conclusões: os leitores notam a narrativa como inovadora e falta interação entre a TAB e os usuários no Facebook. Eles explicam que o único espaço oficial de interação não é monitorado de forma eficaz pelos produtores, assim, críticas, dúvidas e elogios, que podem ser importantes, não ganham resposta. O espaço é explorado apenas para divulgação e atualização dos conteúdos das reportagens e houve ainda uma diminuição das publicações, as quais se concentraram mais nas dez primeiras das 31 edições analisadas, indicando que a preocupação central foi divulgar o conteúdo no seu lançamento.

Para os pesquisadores, essa falta de comunicação:

pode gerar incompreensões que prejudicam até mesmo o consumo do produto, algo que é evidenciado nos comentários em que os usuários reclamam de aspectos técnicos e não são respondidos. Além do mais, significa que há pouco investimento em relacionamento com o leitor e, por consequência, na geração de capital social que pode ser acumulado em conversações na página, gerando redes emergentes (VENTURA; ITO, 2016, p. 58).

A interação entre produtores e usuários é uma das características de uma narrativa transmídia, que já é amplamente utilizada nos conteúdos não jornalísticos. Descrevendo essa forma de contar histórias no entretenimento, Jenkins (2003, tradução nossa) ressalta a importância da participação do público na construção da narrativa e acrescenta:

“Na forma ideal da narrativa transmídia, cada meio faz o que tem de melhor - de modo que uma história possa ser introduzida em um filme, expandida através da televisão, romances e quadrinhos, e seu mundo pode ser explorado e experimentado através do jogo. Cada entrada da franquia precisa ser independente o suficiente para permitir o consumo autônomo”.

Para Scolari (2013), essa forma de narrativa também pode ser utilizada no jornalismo, pois consegue atender aos princípios de contar uma história através de vários meios e plataformas e permitir aos prossumidores a participação para a construção do mundo narrativo, abrindo espaço para um jornalismo mais cidadão. É o que Moloney (2011) já postulava anteriormente em sua dissertação de mestrado. Ele refletiu em cima de sete princípios desenvolvidos por Jenkins (2009a; 2009b) para as histórias transmídia de ficção de forma a aplicá-los ao jornalismo.

Um desses princípios é justamente a expansão que, para Jenkins (2009b), significa a capacidade dos usuários de se engajarem e fazerem o conteúdo circular nas redes sociais,

umentando o valor econômico e social da narrativa. Moloney (2011) diz que, atualmente, sites de mídias tradicionais já possuem botões para compartilhamento nas redes sociais, contudo, o pesquisador nota que ainda não existe diálogo com o usuário, e que as políticas das empresas muitas vezes impedem que os jornalistas participem ativamente de discussões. Foi exatamente isso o que a pesquisa de Ito e Ventura (2016) mostrou: os profissionais da Uol TAB não se envolvem nos comentários das redes sociais.

Moloney (2011) argumenta que a expansão sempre esteve presente e já acontecia por meio dos recortes de jornal enviados para amigos ou familiares. “Raramente, se alguma vez já aconteceu, foi vantajoso esconder conteúdo de potenciais consumidores”, argumenta (MOONLEY, 2011, p. 67, tradução nossa). A mudança agora é a facilidade e a velocidade de compartilhamento nos meios digitais, o que é uma vantagem, pois o essencial do jornalismo é divulgar a informação amplamente.

Diferente dos estudos anteriores focados nos comentários, Winqes (2016) fez uma pesquisa sobre o consumo geracional da GRM nas diferentes telas: computador, *tablet* e *smartphone*. Por meio de aplicação de questionários socioeconômicos e realização de grupos focais com as gerações X, Y e Z<sup>80</sup>, a pesquisadora observou o modo como essas diferentes gerações consomem a GRM, enquanto interagem com a reportagem O Golpe e a Ditadura, da Folha de S.Paulo.

Abordando primeiramente a percepção dos usuários sobre os múltiplos códigos, a autora diz que o texto foi apontado como elemento de contextualização e racionalidade, sendo considerado esqueleto da reportagem, pois comanda a leitura e informa sobre a necessidade ou não do clique. As gerações X e Y reclamam do excesso de texto, sugerindo reduzir capítulos e descartar alguns elementos. Para ler todas as partes, integrantes dessas gerações teriam que fazer uma divisão em diferentes dias, o que, para eles, não é comum devido às tarefas diárias. Já a geração Z não vê problemas, elogia a divisão de conteúdo extenso em capítulos o que ajuda na divisão do tempo de leitura de cada item e diz ainda guardar os conteúdos nos favoritos para continuar a leitura mais tarde.

Os resultados das gerações Y e Z apontam que, enquanto o texto conta a história, as fotos trazem emoção. As imagens de mortos na ditadura trouxeram comoção e não houve reclamações, mesmo assim a autora chama a atenção para a humanização não ser confundida com sensacionalismo. Os vídeos de depoimentos curtos são aprovados pela geração Z, a qual considera que este tipo não atrapalha a leitura e que depoimentos longos de uma única pessoa

---

<sup>80</sup> Utilizando a classificação de Santos Neto e Franco (apud WINQUES, 2016), autora define que a geração X engloba os nascidos entre 1965 e 1978, a Y, entre 1979 e 1992 e a Z, a partir de 1993.

são cansativos. Por outro lado, as gerações X e Y relataram que “vídeos curtos não contribuem e deixam os depoimentos soltos” (WINQUES, 2016, p. 297). As gerações Y e Z aprovam as falas de diferentes personagens, pois optam por aqueles que acham mais interessantes, contudo, a geração X prefere menos depoimentos e mais profundidade. O ponto de concordância entre as três gerações é que não se deve repetir as mesmas fontes, pois isso não desperta o desejo pelo clique.

Em relação às animações, a geração X considera que atrapalha a leitura e não desperta a curiosidade, funcionando apenas uma forma de decoração. Já os resultados das gerações Y e Z apontam que as animações são enriquecedoras, promovendo a imaginação e a imersão, funcionando como um recurso que ilustra e detalha os acontecimentos retratados, enriquecendo a leitura.

Quanto aos vídeos de resgate histórico, as gerações concordaram que foi um dos itens que mais promoveu a imersão. “É um modo de experiência pessoal que depende não somente dos elementos, mas também do leitor estar engajado com o tema. E esse engajamento ocorre justamente pela disposição e escolha dos elementos que estão conectados à narrativa textual” (WINQUES, 2016, p. 298), explica a autora. Outro elemento que provocou maior imersão foram os áudios de resgate histórico.

Alguns códigos, como uma linha do tempo de personagens e infografias, apresentaram problema de usabilidade: por exemplo, nem todos compreenderam se tratar de elemento interativo, o que atrapalha o consumo da informação e, conseqüentemente, a satisfação do usuário. Assim, a autora sugere maior atenção na hora do planejamento dos elementos para que se reconheçam os momentos de interação, em um acesso mais intuitivo.

De qualquer forma, as três gerações consideram que o infográfico é a melhor forma de apresentar muitos dados e tiveram facilidade em manuseá-lo, sendo que os interativos foram elogiados, principalmente pelas gerações Y e Z. Um dos participantes da geração Y ressalta que prefere gráficos acompanhados de texto, que reúnam qualidade à quantidade dos dados, refletindo a opinião geral de que os dados necessitam de contextualização. Por isso, Winques chama atenção para o fato de que as infografias devem permitir “raciocínio crítico, comparativo e enriquecedor” (2016, p. 300).

Sobre os elementos interativos, eles evidenciam as diferenças entre as gerações. A X tem dificuldade e demora na compreensão sobre como ocorre a interação, já a Y age por intuição, enquanto a Z é familiarizada com a lógica da interação e compreende rapidamente como interagir. Os resultados da pesquisa apontam ainda que não deve haver redundância de conteúdo nos elementos. “(...) vídeos, fotos, áudios, infografias, entre outros, devem aparecer

como elementos que oferecem informações que não estão no texto ou que complementem o que está escrito. Dessa forma, os diferentes formatos enriquecem e ampliam o discurso” (WINQUES, 2016, p. 300). O estudo mostrou que o usuário percebe a repetição e acaba perdendo o interesse.

Principalmente as gerações X e Y reclamam que, muitas vezes, não há relação entre o texto e os demais elementos e que o conteúdo ao lado direito atrapalha a leitura, por isso, a geração X sugere que fiquem abaixo do texto “ou que houvesse uma linha conectando a palavra-chave aos diferentes elementos multimídia relacionados ao tema” (WINQUES, 2016, p. 302). Já a geração Y disse que poderia haver um recurso de marcador, como no PDF, para que os usuários ressaltassem o local onde pararam e interagissem com outros elementos, sem ficarem perdidos. Para Winques (2016), seria uma forma de interação superficial, mas que auxiliaria no consumo da matéria. Segundo ela, esse é um recurso já apresentado pelo publicador e agregador de texto Medium. Já o The Washington Post permite ao leitor selecionar o local do texto em que parou e informar seu e-mail para que seja enviado o link que permita a ele retomar daquele mesmo lugar.

As três gerações se mostram interessadas em consumir esse tipo de reportagem, mas se percebeu que o conteúdo não chega até eles nem faz parte do cotidiano dessas gerações, pois nenhum participante teve contato anterior com uma GRM. Eles afirmaram também que acessariam GRMs sobre temas atuais, os destaques ficaram com o desastre de Mariana (MG)<sup>81</sup> e os atentados terroristas em Paris<sup>82</sup>, eventos que aconteceram dias antes da realização dos grupos focais. As gerações X, Y e Z pediram conteúdo mais profundo e explicativo do que apareceu nas notícias factuais sobre os temas, ou seja, apontam que apreciam a investigação em matérias que mostram diferentes ângulos e fontes. Assim, a autora defende que há público para a GRM, ainda que segmentado e específico.

Sobre as plataformas de leitura, os grupos focais apontaram que as telas dos celulares não são as melhores para se percorrer a GRM. As gerações X e Y falam que a tela pequena do *smartphone* torna a leitura cansativa e preferem o computador para leituras longas. Já a Z não reclamou do aparelho e diz usá-lo cotidianamente. No celular, X, Y e Z realizam uma leitura chamada pela pesquisadora de pingue e pongue: leem os trechos que acham mais interessantes e passam para os elementos visuais.

---

<sup>81</sup> Sobre o assunto, ver mais em: <[https://brasil.elpais.com/tag/desastre\\_mariana/a](https://brasil.elpais.com/tag/desastre_mariana/a)>, acesso em 15 out. 2017.

<sup>82</sup> Sobre o assunto, ver mais em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ataques\\_de\\_novembro\\_de\\_2015\\_em\\_Paris](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ataques_de_novembro_de_2015_em_Paris)>, acesso em 15 out. 2017.

As gerações X e Z gostam do *tablet* pela mobilidade, por poderem percorrer a reportagem na horizontal e vertical, mas a Y prefere o computador. Na verdade, este foi unânime: as três gerações o consideram o melhor dispositivo para consumir a GRM, porque permite melhor conforto, visualização e imersão. A geração Z, dos mais novos consumidores, sente-se à vontade com *tablet* e *smartphone*. Assim, a autora sugere que, além de conteúdos inovadores e criativos, deve-se atentar para que não haja problemas de usabilidade e *design* responsivo, de forma a chegar a tais leitores e cativá-los.

Por fim, a pesquisadora recomenda:

O longo não precisa ser excessivo, os jornalistas só precisam descobrir histórias que valham a pena ser relatadas e apresentar essas histórias de forma criativa, não baseadas em modelos americanizados, mas sim no leitor que está nas ruas, no trabalho, no descanso, no parque ou na praia (WINQUES, 2016, p. 318).

### 5.3 A expectativa dos produtores para os usuários

Antes de apresentarmos os resultados de nossa pesquisa com os usuários das GRMs, achamos interessante resumir as expectativas dos produtores quando essas matérias chegam ao público. A equipe de *design* e desenvolvimento da Folha espera despertar o interesse do leitor. “A partir do momento que você chama a atenção do leitor, você gera engajamento para que ele tenha curiosidade de ler aquele texto e tentar entender aquilo até o final”, explica Rogério Pilker. O repórter especial da Folha Marcelo Leite concorda, dizendo que a ideia é “tornar interessante o que é importante, e não só tornar importante o que é interessante”. Dessa forma, o repórter explica que há a tentativa de trabalhar os temas relevantes para o país e para o público de modo que se apresentem da forma mais interessante possível para prender o usuário e levá-lo a se aprofundar no assunto.

Leite acrescenta que as reportagens Tudo Sobre pretendem aproximar os usuários dos temas tratados nas matérias:

É dar o conhecimento em primeira mão por via de imagens, de narrativa, de vídeos, de realidades, de coisas, de pessoas, de lugares que ele não terá oportunidade se não for dessa maneira. Ou, pelo menos, a imensa maioria dos leitores não terá a oportunidade de conhecer como o repórter conheceu, de maneira que ele se informe, se emocione ou, enfim, crie uma ideia mais concreta, pela via da empatia, pela via visual, pela via da informação numérica, pela via do infográfico bem feito.

O repórter colaborador da Folha Marcelo Soares também diz que a intenção das reportagens Tudo Sobre é contar uma história da melhor maneira possível, de forma mais

completa do que se fosse composta apenas por texto ou só pelo vídeo. No entanto, ele atenta para o fato de que, nessas grandes reportagens, o usuário também pode percorrer um caminho próprio, acessando somente o que interessa. Assim, para Soares, esse é um novo desafio para as redações.

O secretário de redação de O Tempo, Murilo Rocha, diz que ele, como leitor, fica satisfeito quando ao texto escrito é adicionado um vídeo, pois sente que isso deixa a matéria mais completa. Acrescenta que há um retorno positivo do público, o qual comenta ter achado a matéria interessante e se emocionado, mas diz que o impresso tem o mesmo poder. A vantagem, para o secretário, é mais atrair um público que não se liga tanto ao impresso, já que são utilizados outros códigos. Além disso, Rocha acrescenta:

(...) Ao mesmo tempo que a gente tem a possibilidade de oferecer maior número de apresentações, vídeo, áudio, o próprio texto, eu não sei o quão comprometido está este leitor com isso. Às vezes eu vejo que é um leitor meio fugaz, meio distraído. Ele está passeando no Facebook e vê aquilo, enquanto quando você vai ler um texto impresso, o jornal, seja um livro, você tende a se concentrar naquilo.

A coordenadora de *cross media*, Karol Borges, concorda que a intenção é alcançar uma população mais conectada que se informa por meio de múltiplos códigos. “É mais fácil as pessoas consumirem um conteúdo visual, imagético, do que textual”, explica. Aliado a isso, diz que a utilização de várias linguagens pode ainda potencializar a emoção ou outros sentimentos que a matéria pretende despertar no usuário. Já a editoria executiva, Lúcia Castro, conforme falamos no capítulo anterior, acha que o internauta tem uma compreensão mais rica e que os temas se tornam mais verdadeiros com as matérias multicódigos. “É muito melhor no multimídia, você vê aquilo, parece que você sente mais o problema, você se relaciona mais com aquilo. Então, eu acho que a experiência é diferente”, conclui.

Essa mesma ideia é defendida pelo fotógrafo Lincon Zarbiatti. “Na verdade, o que eu sempre espero é trazer o leitor para mais perto daquela realidade que eu estou retratando ali. Eu acho que isso é o essencial, se eu conseguir fazer isso, eu vou conseguir despertar outros sentimentos nele, sei lá, seja de raiva, de angústia, de tristeza, de felicidade”, resume. Já para a repórter Natália Oliveira, a grande reportagem tanto do impresso quanto no multimídia quer sensibilizar o leitor ou usuário para algum tema, geralmente de cunho social, como em Menino de Abrigo. Natália acredita que o diferencial da GRM são os recursos diversos que, segundo ela, ampliam a imersão do leitor.

## 5.4 Os interpretantes de Pierce e as dimensões de Ferrés e Piscitelli

O nosso trabalho também quer analisar as reações dos usuários diante da GRM. Para isso, utilizamos o conceito de interpretante proposto pela Semiótica de Charles S. Peirce e as dimensões da competência midiática desenvolvidas por Ferrés e Piscitelli (2015).

### 5.4.1 Os interpretantes para Peirce

Para Peirce (CP 6.347), o interpretante está no signo, é um potencial dele, ainda que não ocorra, de fato, a interpretação, assim ele não depende de como uma mente interpretadora específica o vê. Os interpretantes podem ser divididos em imediato, dinâmico e final, o que não significa a existência de três interpretantes separados, e sim, três aspectos ou estágios de ocorrência (CP 8.343). Essa divisão está baseada nas categorias fenomenológicas de Peirce.

O interpretante imediato, como Primeiridade, está relacionado à potencialidade de interpretações do signo, mas que ainda não ocorreram, ou seja, todas as possibilidades de interpretação que um signo pode gerar. “O interpretante imediato consiste na qualidade da impressão que um signo está apto a produzir, não a nenhuma reação real”, esclarece Peirce (CP 8.315).

O dinâmico, como Secundidade, é existencialidade e, portanto, o efeito que o signo de fato produziu no processo interpretativo. “O interpretante dinâmico é qualquer interpretação que qualquer mente realmente faça de um signo. (...) O significado de qualquer signo para qualquer um consiste na forma como ele reage ao signo (CP 8.315)”. Por causa dessa característica de concretude do interpretante dinâmico, Santaella (2008) considera que este é o único que trabalha diretamente em um processo comunicativo.

Por fim, o interpretante final ou normativo, visa à formação das cadeias interpretantes, “normatizando” os legissignos, os símbolos e argumentos. Para Peirce (CP 8.343), ele é “o efeito que seria produzido na mente pelo Signo depois de desenvolvimento suficiente de pensamento.”.

Santaella (2008, p. 76) resume os interpretantes de forma a facilitar a compreensão sobre eles:

“O imediato é primeiridade, uma possibilidade inscrita no signo para significar; o dinâmico (interpretante produzido), secundidade, é o fato

empírico da interpretação ou resultados factuais do entendimento do signo; o final é a terceiridade, uma regra ou padrão para entendimento do signo”.

Peirce criou uma segunda divisão dos signos, também baseada na fenomenologia: interpretantes emocional, energético e lógico. O emocional refere-se a um primeiro momento de ação do signo que causa algum sentimento. A partir disso, pode haver outro efeito, o qual determinará algum tipo de esforço físico ou mental, sendo assim, energético. No esforço mental, lógico, surge, por fim, o interpretante lógico. Todos os três tipos, conforme podemos verificar por suas características, estão ligados, respectivamente, aos níveis de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade (CP 4.536, CP 5.475).

Há duas interpretações para o posicionamento do interpretante emocional, energético e lógico na Semiótica de Peirce, as quais Santaella (2008) apresenta citando as propostas de Savan e Johansen. O primeiro propõe que esses interpretantes pertencem ao dinâmico, já que estão relacionados ao que de fato aconteceu na mente interpretadora e, desta forma, faz sentido estarem ligados ao interpretante existencial. Contudo, para o segundo autor, essa subdivisão pode ser aplicada a todos os interpretantes, sejam lógicos, dinâmicos ou emocionais, de acordo com as características de cada um. Neste trabalho, como tratamos de um processo de comunicação e, portanto, de um interpretante concreto, utilizaremos o emocional, energético e lógico apenas como uma subdivisão do dinâmico.

#### 5.4.2 As seis dimensões da Competência Midiática

Apresentados os conceitos de interpretantes, podemos passar para as definições das dimensões da competência midiática desenvolvidas por Ferrés e Piscitelli (2015), sobre as quais falamos rapidamente na introdução. Para a análise da competência midiática, os autores propõem seis dimensões, dentro das quais estão uma série de indicadores. Estes são relacionados no âmbito da análise, ou seja, na forma como as pessoas interagem com as mensagens recebidas; e no âmbito da expressão, que significa como os indivíduos produzem e divulgam suas mensagens. As dimensões são as seguintes: Linguagem, Tecnologia, Processos de Interação, Processos de produção e difusão, Ideologia e valores e, por fim, Estética. Os autores atentam que as dimensões devem ser analisadas de forma holística e não separadamente.

A Linguagem está relacionada à forma como os usuários compreendem a utilização de diversos códigos nas mensagens e suas funções dentro delas, assim como a capacidade de utilizar diferentes formas de expressão de acordo com as diversas situações

comunicacionais, agregando valor às mensagens produzidas. A Tecnologia, por sua vez, quer verificar se os usuários compreendem o papel da tecnologia na sociedade atual, assim como conseguem utilizá-la para produzir conteúdos com múltiplos códigos e percorrer os ambientes hipermidiáticos. Em Processos de Interação, os indicadores procuram verificar a capacidade de os usuários avaliarem seu consumo de mídia, os efeitos cognitivos das emoções, quais desejos sensoriais e intelectuais alimentam, o discernimento entre emoção e racionalidade, o seu conhecimento sobre audiência e o aproveitamento do ócio midiático para aprendizagem. Essa dimensão também quer avaliar a interação com as plataformas em prol da cidadania, capacidade de colaboração e interação em ambientes plurais e os conhecimentos sobre a legislação audiovisual.

Os indicadores dos Processos de produção e difusão avaliam a compreensão dos usuários acerca dos processos envolvidos na produção e circulação de conteúdos da indústria de mídia, assim como pessoal ou coletivo. Nos casos destas duas últimas, quer saber a capacidade de trabalhar em conjunto, de transformar e produzir significados para as mensagens existentes, circular conteúdo nos meios tradicionais e redes sociais, além de trabalhar com a identidade pessoal online e com o conceito de autoria.

Em Ideologia e Valores, os indicadores apontam para questões como a competência de perceber a estruturação da realidade pela mídia, a confiabilidade das fontes, a busca por diferentes fontes de informação, a compreensão das mensagens subliminares, a percepção de estereótipos, análise da produção de uma cultura homogênea pela mídia, as oportunidades de manipulação e a capacidade de gerir as emoções tendo em vista os valores transmitidos. Quer também avaliar a capacidade oferecida pelas ferramentas de comunicação para circular valores, questionar estereótipos e, assim, comprometer-se como cidadãos. Por fim, na dimensão estética, questiona-se a capacidade de prazer a partir das formas de comunicação, reconhecimento das produções sem as mínimas qualidades estéticas, ligação entre as produções das mídias e as artísticas e identificação de inovação, originalidade, estilo, entre outras categorias estéticas, assim como a capacidade de produzir mensagens com tais características ou de se apropriar de produções artísticas para potencializar a criatividade.

#### 5.4.3 Métodos e técnicas

Durante os encontros do Grupo de Pesquisa sobre Semiótica Aplicada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCom/UFJF), o professor doutor Francisco José Paoliello Pimenta propôs o cruzamento

dos interpretantes emocional, energético e lógico com os indicadores das seis dimensões de Ferrés e Piscitelli (2015). A proposta foi colocada na forma da Tabela 8, pela autora, para verificar a situação das mentes interpretadoras diante das GRMs produzidas pela Folha de S. Paulo e pelo jornal mineiro O Tempo, de Belo Horizonte. No interpretante emocional, posicionamos as características das dimensões predominantemente do campo da percepção e do sensível. Neste caso, a dimensão da linguagem tem a ver com a percepção dos usuários sobre a utilização de diversos códigos e sobre as diferentes funções que tais códigos exercem nas mensagens. Na dimensão estética, a capacidade de prazer está relacionada às emoções possibilitadas pelos códigos.

No interpretante energético, estão os itens das dimensões ligados predominantemente às ações ou atitudes dos usuários diante da GRM. A dimensão da linguagem foi relacionada à reação dos usuários diante dos códigos que necessitam de interação e à capacidade da audiência para transformar e agregar valor às mensagens das GRMs, utilizando ferramentas (como Photoshop, por exemplo). Esta última, também é uma prerrogativa da dimensão da Tecnologia, a qual inclui, ainda, questões relacionadas aos ambientes hipermediáticos, como a facilidade na navegação, o percurso feito para percorrer a GRM e a influência da velocidade da internet na interação com a matéria. Em Processos de Interação, os itens abordados procuram compreender a capacidade de colaboração e interação dos usuários por meio de comentários e compartilhamento das matérias. É desta mesma forma que também procuramos utilizar a dimensão dos Processos de produção e difusão para verificar a capacidade de transformar e produzir significados para as GRMs, fazendo os novos conteúdos circularem na rede.

No interpretante lógico, posicionamos os itens das dimensões predominantemente ligados ao desenvolvimento de raciocínio. Em Processos de produção e difusão tentamos verificar a compreensão dos usuários sobre a produção e circulação de conteúdos da GRM, questionando sobre conhecimento das ferramentas e recursos financeiros utilizados nessas reportagens. Em ideologia e valores, procuramos saber se os usuários compreendem que as GRMs estruturam uma realidade, podem disseminar mensagens subliminares e serem meios de manipulação, questionando se eles reconhecem a opinião ou ponto de vista do meio de comunicação na reportagem. Por fim, na dimensão estética pedimos a opinião sobre a qualidade das artes, fotos e vídeos para verificar se os usuários reconhecem minimamente as qualidades estéticas.

**Tabela 8** - Cruzamento dos interpretantes emocional, energético e lógico com as dimensões da competência midiática

	Emocional	Energético	Lógico
Linguagem	- Efeito na utilização de vários elementos; - Transmissão da mensagem a partir de vários elementos; - Tipos de interpretação a partir de vários elementos.	- Interação com os diferentes elementos; - Utilização de ferramentas para modificação da reportagem.	
Tecnologia		- Facilidade na navegação com diversos códigos; - Percorso feito para percorrer a matéria; - Influência da velocidade de internet na interação com a matéria; - Utilização de ferramentas para modificação da reportagem.	
Processos de Interação		Comentário ou compartilhamento das matérias	
Processos de produção e difusão		Comentário ou compartilhamento das matérias	Conhecimento sobre ferramentas e recursos financeiros para a produção dessa reportagem.
Ideologia e valores			Opinião ou ponto de vista do meio de comunicação na reportagem.
Estética <sup>83</sup>	Emoção a partir de artes, fotos e vídeos.		Qualidade das artes, fotos e vídeos.

Define como ocorreram os cruzamentos para a produção dos formulários e apresentação do conteúdo

**Fonte:** Grupo de Pesquisa sobre Semiótica Aplicada do PPGCom/UFJF

<sup>83</sup> Ressaltamos que Estética, nesta tabela, refere-se a uma das seis dimensões da competência midiática, conforme descrito no item 5.4.2 *As seis dimensões da Competência Midiática* desta dissertação.

Foi enviado um formulário do Google, por mensagem privada, para usuários que comentaram nas publicações do Facebook ou curtiram as mesmas das matérias analisadas nesta dissertação, conforme exposto na introdução. Por meio desta ferramenta, aplicamos um questionário (Apendice O), uma forma de observação direta estendida em que não há a necessidade da presença do entrevistador, conforme define Marconi e Lakatos (2003). Com isso, quisemos obter o maior número de respostas, procurando pessoas que acessaram as GRMs estudadas independentemente de estarem ou não fisicamente próximas da pesquisadora. O instrumento apresentava uma série de perguntas abertas, as quais permitiram os entrevistados opinarem livremente, e fechadas, por meio das quais os entrevistados podiam escolher opções como “sim”, “não”, “não sei” ou “talvez”.

No total, dos 425 questionários enviados, recebemos 43 preenchidos (25 da Folha e 18 de O Tempo), entretanto, somente 39 (23 da Folha e 16 de O Tempo) puderam ser aproveitados, pois foram descartados aqueles que não compreenderam as perguntas e responderam de forma totalmente diversa ou aqueles que somente preencheram as questões em que se escolhia uma opção, sem discorrer sobre o que estava sendo solicitado. Foi o caso de um paraguaio que gentilmente respondeu ao questionário, mas pode ter enfrentado dificuldades relativas ao idioma. As questões se basearam na Tabela 8.

## **5.5 Resultados**

Conforme as definições apresentadas por Winqes (2016), na Folha, cinco respondentes pertencem à geração X, treze à Y e dois à Z, sendo que três estão fora dessa classificação por possuírem mais de 52 anos. Em O Tempo, proporcionalmente, as gerações se apresentam de forma similar: três da X, sete da Y e três da Z, sendo que três pessoas com mais de 52 anos também contribuíram.

Não será mantido o anonimato de nenhum dos respondentes, conforme aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFJF. Todos os que contribuíram com a pesquisa foram informados sobre essa condição por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, com o qual os respondentes concordaram antes de responderem ao questionário.

### 5.5.1 Interpretante Emocional

#### 5.5.1.1 Dimensão Estética

Em relação ao interpretante emocional, na dimensão estética, procuramos saber qual foi a emoção causada a partir de artes, fotos e vídeos das matérias (tabela 8). A maioria dos entrevistados (dezoito da Folha e todos de O Tempo) afirmaram que os múltiplos códigos das reportagens causam algum tipo de emoção ou sentimento. Na Folha, conforme esperado pelos produtores, os entrevistados disseram que as linguagens trazem impacto, interesse e curiosidade, o que leva a um sentimento de realidade, realismo, história mais completa e imersão. “Denotam realidade e realidade choca, cuja arte da fotografia faz a imagem ter mais ‘vida’, ‘dor’ ou ‘emoção’”, disse Thiago Roberto Feitosa Zampiva, 33 anos, de Macapá (AP). Emanuel Ferreira Frazão, 30 anos, de Bananeiras (PB), comenta que teve a sensação de impunidade, acrescentando: “evidentemente, a arte - imagens, vídeos - tratam com fidelidade a realidade dos fatos”. Esmeraldo Faria Pereira, 25 anos, de São Paulo (SP) disse que o impacto da GRM despertou seu interesse e comenta que as informações são trabalhadas com muito mais detalhes. Ricardo Olivatto, 41 anos, de Brangaça Paulista (SP) resume: “As reportagens citadas, por si só, já me tocam profundamente. As fotografias só acentuam isso. Senti um misto de raiva, tristeza, nem sei como descrever tais sentimentos”. Outras emoções citadas foram preocupação, revolta, indignação (porque a Folha teria apoiado a ditadura, segundo o respondente), insegurança, incerteza, tristeza, empolgação, satisfação e lembrança.

O sentimento de realismo aparece menos nas respostas dos usuários de O Tempo, ainda que estejam presentes. Raissa Pedrosa Xavier Rezende, 24 anos, de Belo Horizonte (MG), diz que as imagens são impactantes. “As cenas do Rio Doce coberto de lama trazem um sentimento de tristeza. E ao mesmo tempo, algumas tomadas mostram as montanhas ao fundo, nos remetendo à ideia de como era bonito”, explica. Já Simone Salustiano Pereira Morgon, 44, de Fernandópolis (SP), diz que se emocionou por reviver momentos parecidos com os descritos pela reportagem. Outros sentimentos presentes nas respostas foram interesse, tristeza (esses dois repetidos várias vezes), repulsa, desconforto, raiva, medo, curiosidade, espanto, preocupação, impotência, desalento, receio, incômodo, suspense, dúvida, solidariedade, compaixão, admiração e alegria.

#### 5.4.1.2 Dimensão da Linguagem

Sobre os efeitos causados no uso de vários códigos, na dimensão da linguagem (tabela 8), muitos deles se confundem com os sentimentos descritos anteriormente, retornando

o efeito de realidade causado pelo material. Na Folha, os respondentes dizem que a informação fica mais completa, rica de conteúdo, causando um efeito de transparência, fato realista e confiabilidade. “Mais do que mera informação, e sim mais conhecimento completo e diversificado sobre o assunto”, expõe Sergio Aguilar Silva, 54 anos, de Curitiba (PR). No mesmo sentido, alguns relatam que os códigos facilitam a compreensão, melhoram a inteligibilidade da matéria e o entendimento das informações, desde que sejam bem utilizados. “Ajudam a ‘entrar’ no tema que está sendo descrito”, resume Danilo Cuzzuol Pedrini, 32 anos, do Rio de Janeiro (RJ). Também pode fazer da reportagem atraente e mais didática, aumentar o interesse, chamar a atenção para o tema e causar até empolgação. “A absorção das informações fica mais leve e as diferentes plataformas agem como complementação”, completa Gustavo Ozeika, 30 anos, de Vilhena (RO). Já Esmeraldo Pereira reflete que os efeitos dependem do interesse dele pelo assunto, dizendo que pode até guardar a reportagem nos favoritos, conforme a pesquisa de Winqes (2016) havia apontado:

“Se é um tema que não desperta meu interesse, a reportagem se torna até certo ponto cansativa, pela quantidade de informações. É extremamente útil para efeitos de pesquisa para estudantes, mas talvez não para quem apenas quer estar a par dos acontecimentos do cotidiano. Por outro lado, se o tema me é interessante, a reportagem vai para 'os favoritos' uma vez que traz uma série de informações que podem levar a mais pesquisas desdobrando o próprio tema. Além disso os efeitos trazem um concretismo interessante. Por isso acredito que as emoções estão intrinsecamente ligadas ao interesse do leitor ao tema, sendo quase um nicho de mercado”.

Em O Tempo, os respondentes também dizem que os códigos causam efeito informativo e facilitam a visualização da informação, além de tornarem as narrativas mais atrativas, conforme esperado pelos produtores. Duas pessoas responderam ainda que os códigos retêm a atenção, fazendo com que os usuários permaneçam na página. Raissa Rezende resume da seguinte forma:

“Nós somos multiplataformas. Quanto mais informação e esclarecimento de um fato com variedade de recursos, mais capacidade de entendimento eu vou ter sobre aquilo. Quando se escreve sobre algo, ok, a gente entende. Quando a escrita está aliada a um infográfico, por exemplo, minha capacidade de compreensão sobre aquilo muda de forma positiva”.

Fabio Santos Bispo, 34 anos, de Vitória (ES), concorda que é interessante, mas se não estiver em excesso e se a informação carregar rapidamente. Já Cláudio Fernandes Lage, 36 anos, de Belo Horizonte (MG), vê nos códigos uma complementação. “Mas é comum o excesso de recursos em reportagens digitais, o que me incomoda um pouco e deixa o assunto com excesso de informações”, afirma, concordando com Fábio.

Sobre se cada um dos elementos transmite a mensagem de maneira diferente e os tipos de interpretação possíveis a partir de vários elementos, ainda na dimensão da linguagem (tabela 8), as respostas dos usuários de ambas as publicações se dividem entre *sim* e *às vezes*. Na Folha, apenas duas pessoas disseram que *não*, enquanto onze afirmam que *sim* e dez dizem que *às vezes*. Já em O Tempo, dez falam que *sim* e seis que *às vezes*, sendo que nenhuma resposta foi negativa. Na Folha, as explicações sobre por que a mensagem é passada de forma diversa pelos diferentes códigos se assemelham entre os que responderam *sim* e *às vezes*, enquanto há uma diferenciação maior entre os usuários de O Tempo, os quais apontam mais problemas das linguagens quando responderam *às vezes*.

Na Folha, de forma geral, as justificativas do *sim* retomam respostas anteriores, dizendo que os múltiplos códigos oferecem diversos pontos de vista, tornam a leitura mais agradável, promovem um melhor entendimento do tema e absorção da informação, além de uns códigos despertarem mais interesse que outros. Algumas respostas trataram de cada código mais especificamente, como era esperado, afirmando que imagens e audiovisuais inserem mais o leitor no contexto, que as imagens iniciais da GRM causam impacto, enquanto os vídeos e gráficos organizam a informação. Já outros relataram que são os vídeos que promovem um maior impacto visual; as imagens, emoção; e a infografia detalha a matéria.

“Uma mídia audiovisual pode, de certo modo, ser mais didática ou ter maior apelo. Um jogo com um determinado enredo - dentro da sua própria evolução - pode impactar mais, passando a mensagem pretendida com mais contundência”, afirma Emanuel Frazão. Já Danilo Cuzzuol Pedrini, 32, do Rio de Janeiro (RJ), resume: “Um áudio não tem a mesma profundidade que um vídeo. Um jogo dá maior interatividade do leitor com a notícia”.

Quem respondeu *às vezes*, basicamente apresenta as mesmas justificativas anteriores, relatando que as fotos e vídeos deixam a matéria mais completa, enquanto gráficos e jogos promovem imersão, que vídeos e fotos causam mais impacto ou que as fotos ampliam perspectivas ou expectativas sobre um tema. Um diferencial foi o relato de que o vídeo tem uma dimensão mais humana se comparado ao infográfico e que um vídeo com a própria pessoa falando é melhor que uma transcrição, a qual pode ser editada e interpretada pelo interlocutor. Tatiana Samuka, 32 anos, de Florianópolis (SC), diz que “um gráfico/infográfico pode resumir de forma visual uma grande quantidade de informação”. Já Bruno Taurinho Prata, 29 anos, de Belo Horizonte (MG), acrescenta: “As infografias são boas para dar dimensão e perspectiva em relação as informações das matérias. Áudio e vídeo também enriquecem a experiência com esse tipo de matéria, pois tornam a ‘leitura’ mais leve”.

Esmeraldo Pereira detalha bastante sua opinião, que é condizente com a de alguém de 25 anos, que está entre as gerações Y e Z, conforme a pesquisa de Winkes (2016):

“Imagem e Áudio: é perfeito, quando muito curto e sem textos, como no exemplo da reportagem da ‘A Batalha de Belo Monte’ quando apresenta a turbina hidrelétrica. Se tiver texto e forem longas, iriam se tornar vídeos, e muitas vezes não podemos assistir. Utilizo como exemplo vídeos do site G1, que geralmente trazem abaixo a transcrição da reportagem. Imagem em transição: Desnecessário, serve apenas para causar impacto. Infográficos: Excelentes, principalmente se forem interativos e trouxeram nesta interatividade mais informações”.

Os usuários que não sentiram diferença na forma como a mensagem é transmitida, alegam que os diferentes códigos servem apenas para ilustrar ou repassam a mesma informação. Esta última é o que transparece da resposta de Gustavo Ozeika: “As informações nas diferentes plataformas são convergentes”.

Em O Tempo, os que dizem *sim* repetem algumas das explicações dos leitores da Folha: aumenta a clareza e o interesse sobre o tema, o gráfico aprofunda a informação de um texto, as imagens despertam mais sentimentos, já os infográficos e vídeos geram uma reflexão mais profunda; o visual impacta e a música comove. Marcone Costa, 21 anos, de Belo Horizonte (MG) diz que a compreensão é melhor por meio de ilustrações e comparativos do que vídeos e textos. Já Adrielle Flávia Mendes, 26 anos, da mesma cidade, defende: “um vídeo é mais dinâmico, não requer tanta interpretação do usuário o que torna a compreensão mais rápida. Um texto e uma imagem necessitam de uma maior atenção do usuário o que dependendo da situação pode gerar mais de um entendimento sobre o assunto”. Raissa Rezende, fornece vários exemplos:

“Num vídeo, posso ver a expressão do personagem e saber que tipo de sentimento ele expressa ali. Num infográfico eu vejo detalhes que talvez minha interpretação de um texto escrito não me mostraria. Um áudio, dependendo da trilha ou da entonação da voz do locutor, vai me trazer uma mensagem com ênfase em palavras que merecem destaque, assim como se utiliza a caixa alta para destacar uma palavra em um jornal ou anúncios. Cada recurso, se bem utilizado, traz uma mesma mensagem de forma diferente porque cada um vai ter uma característica única”.

Os que responderam *às vezes* relatam que vídeos e fotos tornam a matéria mais tendenciosa; pode ser até um atrativo, mas pode, também, poluir a matéria ou torná-la cansativa e que os códigos modificam o tempo de leitura e escuta da história, sem, no entanto, expressar se isso é bom ou ruim. Cláudio Lage chama as linguagens de recursos complementares e diz que podem desviar do assunto principal, “especialmente em reportagens de assuntos políticos, financeiros, ou com objetivo de crítica a um determinado

assunto”. Já Rita de Cássia Dutra Araújo Clemence, 61 anos, de Sete Lagoas (MG), reclama que “muitas vezes um elemento como uma foto não ilustra de forma adequada o assunto tratado”. Diz ainda achar “irritante o uso de áudio”. Por outro lado, Áurea Judith Ervilha Rodrigues, 60 anos, de Belo Horizonte (MG), respondeu *às vezes*, justificando: “cada um ‘abre uma janela’ diferente no meu cérebro”.

## 5.5.2 Interpretante Energético

### 5.5.2.1 Dimensão da linguagem

Entrando no interpretante energético, na dimensão da linguagem, perguntamos aos usuários se eles conseguiam interagir com os elementos quando solicitado (tabela 8). Ressaltamos que as GRMs não deixam espaço para uma interação mútua (PRIMO, 2003) ou uma interatividade comunicacional (ROST, 2014), pois os usuários apenas podem percorrer os caminhos da hipermídia ou reagir aos elementos propostos, ficando aí caracterizada mais uma interação reativa (PRIMO, 2003) ou uma interatividade seletiva (ROST, 2014). A maioria dos respondentes de ambas as publicações respondeu que sim, consegue interagir, apenas três da Folha e dois de O Tempo disseram que não. Na Folha, os comentários apontaram que as interações são lógicas e intuitivas e que, como os elementos são essenciais, precisam ser de fácil interação. Outros disseram que a interação facilita a ordem de leitura que se deseja fazer e sempre abre os vídeos.

Esmeraldo Pereira diz que consegue interagir com todos os elementos, mas recomenda cautela na utilização dos vídeos, porque nem sempre é possível assisti-los e pode se perder algo da matéria se neles estiverem conteúdos essenciais para a compreensão. “Acredito que quando se tem um real interesse pelo assunto, se pode acessar esses elementos sem prejudicar a leitura do texto. No entanto, em algumas matérias *onlines*, já acessei somente os elementos interativos e deixei parte do texto”, relata Marcela Rochetti Arcoverde, 24 anos, do Rio de Janeiro (RJ).

Em relação à resposta *talvez*, dada por três participantes, Thales Eliopoulos Junior, 22 anos, de Lavras (MG), reclama do *software*, dizendo que muitas vezes ele não atende ao comando. Wilson Alviano Junior, 51 anos, de Juiz de Fora (MG) diz: “acabam sendo diversos cadernos sobre um tema e as idas e vindas nem sempre são conexas”. Já Danilo Pedrini respondeu sobre a forma como interage: se distrai se o áudio ou o vídeo for muito demorado e considera que um *game* é melhor nesse sentido, pois promove maior interatividade.

Os catorze leitores de O Tempo que conseguem interagir, concordam que a interação é bem intuitiva, "A prática corriqueira na internet nos ensina a como proceder com cada elemento informativo", explica David Emanuel de Souza Coelho, 29 anos, de Belo Horizonte (MG). Marcone Costa também se diz habituado a ler notícias, mas considera que, para quem não tem costume, a interação pode ser mais difícil. Rita de Cássia Clemence e Áurea Rodrigues apresentam-se como curiosas e, assim, interagem ainda que apareça alguma dificuldade ou que não gostem de tecnologias, como no caso de Áurea.

Raissa Rezende explica que, se o recurso é oferecido, então ela utiliza para melhor compreensão do assunto. Adriele Flávia Mendes comenta: "se o site estiver corretamente programado para facilitar a usabilidade é possível navegar e entender os cliques necessários. Em algumas situações podemos ficar perdidos". Já Debora Braga, 34 anos, de Belo Horizonte (MG), respondeu que *talvez* porque prefere interações objetivas. "Caso contrário saio do link e não leio", conclui. Já Cláudio Lage admite que nem sempre interage.

#### 5.5.2.2 Dimensão da tecnologia

Na dimensão da tecnologia, a navegação também não é dificuldade para a maioria (tabela 8): na Folha, apenas três responderam que talvez tenham dificuldade e somente um diz não ter facilidade, enquanto, em O Tempo, apenas dois talvez não consigam navegar, sendo que o restante não possui dificuldade alguma. Na Folha, a explicação para isso é o fácil manuseio, costume com a tecnologia ou familiaridade por causa da internet e informações acessíveis em uma navegação que sempre funciona bem e de forma lógica, apesar de um deles dizer que esse estilo requer tempo para leitura.

"As interfaces das publicações são simples, lógicas e autoexplicativas", complementa Gade, 28 anos, de Manaus (AM). Marco José de Souza Almeida, 43 anos, de São João Nepomuceno (MG), comenta que "através de um controle interativo e com a disposição certa dos elementos na tela fica fácil a recepção dessas informações". Já Ricardo Olivatto explica que é profissional da tecnologia, daí sua facilidade. Thiago Zampiva respondeu talvez, alegando que, algumas vezes, a navegação é confusa, enquanto Josias Fernandes Alves, 47 anos, de Varginha (MG), reclama que a rolagem de tela é lenta. Isaac Turiano Sales, 31 anos, de Recife (PE), diz que "as vezes muitos elementos atrapalham". Só Thales Eliopoulos Junior disse possuir dificuldade, justificando da mesma forma que explicou por que não consegue interagir bem: *software* ruim que não atende aos comandos.

Em O Tempo, os motivos da fácil navegação são: também é intuitiva, com *layouts* simples, algo corriqueiro da internet. Um dos respondentes diz que a navegação é simples se

os elementos forem bem construídos e outro compreende a fácil navegação como a possibilidade de acesso por meio de várias plataformas. Assim como Ricardo Ollivato, Raissa Rezende diz ter facilidade devido a sua formação, sem especificar qual é. Para Adrielle Flávia Mendes, o site em que ela navegou está com boa usabilidade, permitindo fácil acesso.

“Não tenho dificuldade, mas acho cansativo o uso de vários elementos numa reportagem”, explica Rita de Cássia Clemence. Já Simone Morgon respondeu *talvez* por causa da quantidade de códigos: “Se a reportagem tiver elementos em excesso podemos nos perder em meio a tantas informações. As vezes o menos se torna mais. Acho que deve ser ponderado a quantidade de informações”, comenta. Debora Braga, que também optou por *talvez*, compreendeu a pergunta como o tipo de reportagem pela qual não navegaria, respondendo: “quando a reportagem vem com um tipo de adivinhe, acho cansativo e não leio. Ex: mãe descobre algo terrível com filha após... Parece sensacionalista”.

Ainda na dimensão da tecnologia, o que pode atrapalhar a navegação é a velocidade da internet (tabela 8). Apenas quatro usuários da Folha e dois de O Tempo disseram que não se sentem incomodados com isso, resultados que estão de acordo com o que disseram os profissionais de *design* e desenvolvimento das duas publicações. Em geral, os leitores dizem que preferem nem acessar ou desistem da leitura, caso a internet seja lenta, e, assim, a preferência é pelo *Wi-fi*. Reclamam ainda que, com velocidade limitada, é mais difícil ver vídeos, os quais muitas vezes são deixados de lado, e há quem diga que, nesse caso, prefere os textos. Relatam ainda que, se a reportagem demora para carregar, a compreensão da mensagem é dificultada, e que o problema seria resolvido caso houvesse a opção de *download*. Outros dizem que, se a internet estiver ruim, salvam a matéria para ler depois, mas acabam esquecendo.

Fora os problemas com a internet, sobre o percurso realizado para percorrer a matéria (tabela 8), a maioria navega com facilidade seguindo uma ordem própria e não a proposta de capítulos, textos, e demais códigos, conforme previu Marcelo Soares. É o que fazem doze respondentes da Folha e onze de O Tempo, os quais geralmente procuram o que acham mais interessante primeiro. “As vezes procuro as informações mais atraentes, como um infográfico, primeiro para poder ter uma noção sobre o assunto da matéria, se me envolver eu leio o texto e assisto os vídeos”, exemplifica Tatiana Sakuma, que respondeu o questionário da Folha. Gade diz que as partes introdutórias geralmente se repetem no corpo do texto e, por isso, ele pula a introdução. Samuel Rusche, 33 anos, de São Paulo (SP) alega que estudou comunicação e sabe a posição das melhores informações; Neusa Maria da Cruz Silva, 54, de

São Paulo (SP) e Danilo Pedrini dizem que nem sempre a fórmula proposta é mais fácil, clara ou coerente.

Em O Tempo, os usuários além de procurarem o que consideram mais interessante, dizem seguir a intuição e fazer um caminho buscando elementos que facilitem a compreensão. “Vejo o que mais chama minha atenção. Se não for fácil entender, sigo a ordem”, completa Janaína de Paula Miranda, 46 anos, de Contagem (MG). Já Francisleila Melo Santos, 35 anos, de Timóteo (MG) alega que “a leitura dinâmica melhora a compreensão e a memorização” e Raissa Rezende justifica que “nossa mente não é linear” e suspeita que seja esse o motivo por escolher um caminho próprio.

Em segundo lugar, aparecem os usuários que dizem mesclar a forma proposta de navegação com uma própria: são nove na Folha e três em O Tempo, com uma justificativa similar ao dos que navegam com mais liberdade, ou seja, procuram pelo que mais interessa. Na Folha, Esmeraldo Pereira diz que, como os textos são longos, ele procura primeiro ter uma visão geral, buscar pelo mais interessante, para depois entrar em detalhes. “Quando o tema me interessa, procuro ler mais cuidadosamente e sigo o caminho normal. Quando é desinteressante muitas vezes só vejo os infográficos”, conclui. Para Ricardo Olivatto, a navegação é realizada de acordo com a necessidade de compreensão de cada assunto. “Há momentos em que acaba sendo mais fácil interligar pontos que tenham sido colocados separados na reportagem”, explica. Já José Geraldo Moura, 63 anos, de Sorocaba (SP), diz que, por ser engenheiro, compreende bem os números, como uma taxa ou coeficiente linear, e por isso, dispensaria ver isso em um gráfico.

Por fim, Antonio Carlos de Oliveira Pinto, 46 anos, de Londrina (PR) resume: “Estes recursos me possibilitam navegar por onde eu achar mais interessante, ou caso eu queira, também posso seguir a ordem proposta. Acho que, neste caso, tudo se resume em flexibilidade e liberdade de navegação”. Em O Tempo, Debora Braga diz que a forma como percorre a reportagem varia de acordo com o assunto: “tem matérias que vou direto para os vídeos, exemplo a respeito de economia, matemática prefiro assistir os vídeos como explicações, por memorizar mais fácil”, alega.

Sobre os que disseram seguir o caminho proposto, dois da Folha e dois de O Tempo justificam que é a forma mais fácil de compreender a reportagem. Na Folha, Thales Eliopoulos Junior diz que é uma navegação lógica. Já em O Tempo, Gelton Pinto Coelho Filho, 41 anos, de Belo Horizonte (MG), relata que geralmente lê a matéria toda. “Portanto, a medida em que vídeos ou imagens aparecem, eu paro para complementar a informação”, explica.

### 5.5.2.3 Dimensão da linguagem e da tecnologia

Na intercessão entre as dimensões da linguagem e da tecnologia, ninguém utilizou ferramentas para modificar a reportagem (tabela 8), como o Photoshop para a construção de memes a partir de imagens dessa reportagem ou partes de textos para construir suas próprias mensagens em *blogs* ou redes sociais.

### 5.5.2.4 Dimensão dos Processos de Interação e dos Processos de produção e difusão

Sobre os comentários ou compartilhamento das matérias (tabela 8), como os formulários foram enviados para usuários que compartilharam a matéria no Facebook ou fizeram comentários em postagens sobre as reportagens, todos praticaram esses atos, alguns também no Twitter ou em seu site próprio<sup>84</sup>. A maior parte deles diz que a motivação era o tema interessante, ainda pouco explorado, e, por isso, queriam difundir entre amigos e demais pessoas, de forma a divulgar e gerar troca de ideias ou debate sobre o assunto.

Em O Tempo, Simone Salustiano Pereira Morgon, por exemplo, compartilhou a matéria “Era Uma Vez um Pequeno Guerreiro” para alertar sobre câncer infantil, pois sua filha teve a doença aos seis anos e foi curada pelo rápido diagnóstico. Marcela Arcoverde compartilhou O Golpe e a Ditadura e acrescenta: “A motivação principal foi a imensa contribuição dessa matéria para a manutenção de uma memória histórica que parece estar sendo esquecida”. No entanto, sobre a mesma matéria, Thales Eliopoulos Junior diz: “É um bom material e mostra um pouco da ditadura, entretanto apenas o que é conveniente pra empresa”.

Outros usuários disseram que gostam de expor seu ponto de vista ou se identificam com o tema da reportagem. Há os que quiseram elogiar o trabalho, conforme mostrou a pesquisa de Ito e Ventura (2016), enquanto outros dizem que as informações são relevantes para a compreensão do tema e que a abordagem foi direta e acessível. Também houve comentários e compartilhamentos para protestar contra o descaso ambiental, em A Batalha de Belo Monte ou em Um Adeus ao Rio Doce. Três justificativas giram ainda em torno de a matéria estar relacionada ao tema de estudo do usuário ou à disciplina que ministra.

---

<sup>84</sup> Apesar disso, quatro usuários de O Tempo e três da Folha parecem ter esquecido que comentaram ou compartilharam, pois responderam que não atuaram dessa forma.

### 5.5.3 Interpretante Lógico

#### 5.5.3.1 Dimensão Estética

Entrando no interpretante lógico, perguntamos a opinião dos usuários sobre a qualidade das artes, fotos e vídeos das GRMs (tabela 8). Na Folha, treze avaliam como ótimos, nove como bons e um como regular, resultado próximo de O Tempo, em que oito consideram ótimos, sete bons e um regular. Assim, todos souberam opinar, ainda que pudessem marcar a opção “Não sei dizer” no formulário.

#### 5.5.3.2 Dimensão dos Processos de produção e difusão

Sobre a produção e construção da reportagem, em ambos os jornais, a maioria dos respondentes não sabe sobre o tempo e dinheiro gasto nem sobre as ferramentas utilizadas (tabela 8). Somente oito da Folha responderam que possuem alguma noção sobre o assunto: Ricardo Olivatto, por exemplo, diz ter ideia por ser profissional de TI. Já Josias Alves e Emanuel Frazão comentam dos altos custos para produção de imagens e recursos audiovisuais, não só com equipamentos, mas também com profissionais. Esmeraldo Pereira acredita que é demorado e, pelas ferramentas utilizadas, calcula um custo alto. Marcela Arcoverde diz ter uma ideia sobre tempo e custos para essas reportagens, mas, para ela, não são condizentes com o trabalho de uma redação online.

Já Marco Almeida é mais firme em sua posição e ressalta o caráter multiplataforma das produções que, por isso, demandam “vários profissionais com tempo e modos diferentes de trabalho que tendem a ser bem dispendiosos”. Outro que tem uma opinião bem formada é Gustavo Ozeika: “São necessários uma equipe enorme e qualificada, *softwares* de ponta e razoável tempo para produzir um material como os analisados”, diz. Leandro de Souza, 36 anos, de Bauru (SP), argumenta que compreende tanto os gastos para esse tipo de produção, que acaba se perguntando sobre “o futuro do financiamento das reportagens”.

Em O Tempo, os que possuem algum conhecimento sobre a produção alegam que leem muito sobre o assunto ou sabem sobre programação e metodologia de trabalho; outro afirma que se gasta muito tempo e deve haver muita habilidade com as ferramentas. Com conhecimento mais específico, Adriele Flávia Mendes comenta sobre a programação do site que pode ser feita com “linguagens como HTML5, PHP, entre outros”. Raissa Rezende diz que foram feitas imagens aéreas e, por isso, houve a necessidade de alugar helicóptero, o que, segundo ela, tem alto custo. Também comenta sobre as câmeras filmadoras e fotográficas de

qualidade, programas específicos de edição e um profissional especializado para fazer esses serviços, concluindo que houve gastos “com transporte, microfones e toda uma parafernália para gravações de vídeo”.

Alguns dos quinze respondentes da Folha e onze de O Tempo, que dizem não ter conhecimento sobre o assunto, comentam que imaginam ter sido gastos muito dinheiro e tempo, mas não sabem quanto. Marcone Costa, usuário de O Tempo, declara não ter ideia, mas acha que, pelo o que viu na matéria Menino de Abrigo, deve ter demorado dois anos para ficar pronta. Outro leitor disse que só se prende ao assunto. Já Áurea Judith Rodrigues comenta não saber sobre programação, mas tem noção de que existem pessoas qualificadas para isso e se mostrou disposta a pagar o preço por esse tipo de informação.

#### 5.5.3.3 Dimensão da Ideologia e valores

Sobre as opiniões e pontos de vista defendidos nas matérias estudadas (tabela 8), doze respondentes da Folha reconhecem que existiram, cinco disseram que não e seis que talvez. Em O Tempo, os usuários ficaram divididos entre a presença de um viés do jornal, sete responderam que sim, enquanto outros sete pensam que talvez e somente dois disseram não haver.

Na Folha, quem reconheceu a presença de um ponto de vista, alegou que todo discurso carrega uma ideologia, que as reportagens sofrem influência do editor chefe e do jornalista, que é impossível uma reportagem imparcial ou sem um ponto de vista particular, que todo meio de comunicação segue um viés e que, por serem formadores de opinião, apresentam pontos de vista. Tatiana Sakuma comenta que é difícil escrever sem ponto de vista, porque as próprias fontes fornecem um direcionamento à matéria. Esmeraldo Pereira diz que os títulos das GRMs estudadas já trazem a ideia de conflito. Para ele, Crime Sem Castigo apresenta um julgamento e o *lead*<sup>85</sup> de A Batalha de Belo Monte enfoca as partes prejudicadas e não a necessidade de construção de hidrelétricas. Marco Almeida lembra: “todo canal de comunicação que depende de publicidades empresariais agrega uma tendência de omissão ou favorecimento à empresa patrocinadora”. Já Emanuel Frazão diz que A Folha tem uma ideologia de esquerda, apesar de não ter percebido na matéria em questão e Gustavo Ozeika, que os especiais da empresa têm um posicionamento claro, sem, no entanto, descrever qual é tal posicionamento.

---

<sup>85</sup> O lead, ou lide na forma aportuguesada, é a “abertura de texto jornalístico, na qual se apresenta sucintamente o assunto ou se destaca o fato essencial, o clímax da história” (LIDE, 2002, p. 33).

Quem respondeu *talvez*, justificou que, em alguns momentos, transparece uma interpretação ou que, em um matéria escrita por várias pessoas, como as estudadas, autores podem dar opiniões. Bruno Prado explica que a opinião não foi o destaque da matéria, mas reconhece que todo veículo segue uma linha editorial. Já Josias Alves comenta: “no caso da denúncia de contrabando, no caso dos cigarros, a matéria pareceu-me com um enfoque de defesa da indústria nacional”,

Os que responderam não ter observado um ponto de vista, alegaram que as reportagens apresentam dois lados e trazem visões diferentes. Isaac Sales reconhece que algumas matérias são tendenciosas, mas que não foi o caso. Antonio Carlos Pinto diz que a Folha foi imparcial, acrescentando que esse é o papel de qualquer jornal para deixar que o leitor faça sua reflexão e opine. Samuel Rusche diz que a Folha tem um viés conservador, mas que isso não ocorre nesses especiais:

"Em geral, a Folha tem um ponto de vista extremamente conservador, porém, surpreendentemente nessas matérias exclusivas eles fazem o bom jornalismo, aquele que investiga e informa e a direção do jornal não as utiliza para chantagear ou trocar favores com os envolvidos na matéria”.

Já em O Tempo, uma metade dos usuários diz que o jornalismo não é neutro, que sempre há um posicionamento, que toda reportagem tem a opinião do autor e que uma publicação defende os interesses da população para ganhar leitores. Simone Salustiano Pereira Morgon percebe um posicionamento claro em Era uma Vez um Pequeno Guerreiro, a importância do diagnóstico precoce do câncer infantil, sem citar, no entanto, empresas ou ideologias favorecidas, como alguns leitores da Folha fizeram.

Aqueles que responderam *talvez*, justificaram que todo veículo defende um ponto de vista, ainda que sutilmente, e que o próprio jornalista possui sua opinião; reconhecem a dificuldade de um jornalismo não tendencioso, mas dizem que o assunto das matérias estudadas teve bom direcionamento. Enquanto uns solicitam mais imparcialidade em algumas matérias e charges, outros pedem mais clareza de posicionamento.

Raissa Rezende esclarece que o jornalista tenta ser imparcial, mas tem opinião, exemplificando com um vídeo de Um Adeus ao Rio Doce, que, para ela, é construído de forma a favorecer as famílias prejudicadas em detrimento da mineradora. Já Gelton Pinto Coelho Filho considera que, se houve posicionamento, estava em consonância com as ideias dele. Já os que disseram não perceber um ponto de vista, defenderam que a realidade foi mostrada como é e que a informação foi apenas divulgada, cabendo ao usuário a interpretação.

#### 5.5.4 Principais resultados obtidos

Diante das análises, observamos que, em relação ao interpretante emocional, na dimensão estética, a maioria dos usuários conseguiu perceber os sentimentos despertados pelos múltiplos códigos. As dimensões da Linguagem e da Estética acabaram se misturando quando os respondentes descreveram os efeitos causados pelos múltiplos códigos a partir de sentimentos. Os usuários comentaram, ainda, que a matéria se torna mais completa e didática, permitindo um maior conhecimento sobre o assunto tratado, ou, semioticamente falando, do objeto dinâmico. Contudo, houve dificuldade para definir a forma como os diferentes elementos transmitem a mensagem de maneira diversa, sem que se percebesse uma unanimidade nas opiniões dos usuários. De forma geral, em alguns momentos, ocorreu uma certa aproximação dos resultados de Winques (2016): imagens comovem, vídeos promovem imersão e infográficos organizam as informações.

Em relação ao interpretante energético, na dimensão da Linguagem, não houve grandes dificuldades de interação. Na Tecnologia, nossa hipótese de que a navegação poderia ser difícil parece ter sido refutada, pois a maioria relatou facilidade, até mesmo realizando um caminho próprio a partir dos elementos considerados mais interessantes. Sobre o compartilhamento das reportagens ou a escrita de comentários, mesclando Processos de interação e de produção e difusão, todos efetuaram, mas sem utilizar nenhuma ferramenta (dimensão da tecnologia), perdendo a oportunidade de agregar a visão pessoal também nesse aspecto. Além disso, o processo se aproximaria mais de uma interação mútua (PRIMO, 2003) e ampliaria uma interatividade comunicacional (ROST, 2014), o que as reportagens em si não oferecem aos usuários.

Sobre o interpretante lógico, na dimensão Estética, todos souberam de alguma forma avaliar as artes, fotos e vídeos da matéria, ainda que essa avaliação tenha sido superficial. Contudo, poucos sabem como esses e outros códigos da reportagem foram produzidos, além do tempo e dinheiro gastos na construção da matéria (Processos de produção e difusão). Mas quando a questão se refere à Ideologia, a maioria parece perceber que as publicações utilizam os códigos de forma a defender um posicionamento, ainda que não explicitamente, e poucos acreditam que a realidade é transmitida com total fidelidade.

No próximo capítulo, apresentaremos a conclusão desta dissertação, contextualizando os resultados apresentados acima junto aos dos demais capítulos.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho objetivou desvendar os desafios enfrentados pela Folha de S.Paulo e por O Tempo, publicações tradicionalmente de jornal impresso, nos processos que envolvem o planejamento e a execução da GRM desenvolvida no suporte digital. Ressaltamos que o Pragmatismo de Peirce foi de fundamental importância nessa dissertação, pois proporcionou a metodologia de pesquisa triádica com abdução, dedução e indução, conforme tratamos na introdução. Também nossas hipóteses foram fundamentadas na Fenomenologia do teórico, assim como a apresentação dos resultados em três capítulos. Incluímos um quarto capítulo com uma reflexão sobre a utilização de linguagens nas GRMs e aí destacamos que a Semiótica foi especialmente essencial. Somente a partir da Gramática Especulativa de Peirce conseguimos compreender melhor as características de cada matriz de linguagem e como essas características podem ser melhor aproveitadas de forma a proporcionar diferentes efeitos nos usuários.

Em relação aos resultados obtidos, parte da primeira sub-hipótese, de que haveria dificuldades com *softwares* e linguagens para estruturação e apresentação de conteúdo na *web*, foi refutada. Os entrevistados relataram que utilizam facilmente essas ferramentas, e o maior problema relatado, na verdade, é fazer o conteúdo funcionar nos diferentes sistemas operacionais, plataformas e *browsers*, por isso, muitas vezes, é necessário criar duas versões dos códigos para diferentes plataformas.

Na primeira sub-hipótese, nossa suposição era também de que a capacidade da internet no país é deficitária, o que poderia atrapalhar na produção da GRM. Por meio da pesquisa, constatamos que a velocidade da internet não atrapalha diretamente na construção dos *sites*, mas influencia, na medida em que programadores e *designers* sempre pensam em produzir *layouts* e códigos de forma a proporcionar rápido acesso para o usuário. Outro limitante constatado é a capacidade dos processadores das máquinas.

Mais uma suposição relativa à primeira sub-hipótese era a de que faltava investimento financeiro e de tempo para a produção da GRM. Confirmamos que o desejo de desenvolver essas reportagens esbarra na falta de dinheiro e de tempo, ainda mais com equipes cada vez mais reduzidas que precisam dar conta de todo o trabalho, conforme apontamos por meio da nossa pesquisa e da bibliografia.

Apesar das dificuldades financeiras, não há resistência para aquisição de *softwares* e há programadores contratados para trabalharem com a GRM. Ainda assim, notamos que as iniciativas de testar novas tecnologias partem dos funcionários, assim como a

busca por capacitação que ocorre na própria internet, dentro da lógica da inteligência coletiva (LEVY, 1998). Trata-se de um conhecimento menos acurado, menos preciso, porém mais humano, construído a partir da inteligência de cada indivíduo que possibilita a formação de uma inteligência coletiva maior do que a individual.

Para financiar algumas GRMs, a Folha tem utilizado patrocinadores, conforme Costa (2014) também sugeriu, ressaltando: deve-se deixar bem claro que o conteúdo é patrocinado, o que a Folha faz logo no início de Crime sem Castigo. Contudo, até que ponto o conteúdo patrocinado permite que a matéria pelo menos tente transmitir uma pluralidade de vozes? Em Crime sem Castigo, por exemplo, não há questionamentos básicos sobre as atitudes do governo que poderiam atenuar o contrabando, como a diminuição dos impostos. Esse assunto, no entanto, deve ser explorado mais profundamente em outros estudos.

Constatamos, ainda, um problema de sintonia de tempos de produção entre as diferentes equipes, fato não previsto em nossas hipóteses. Parece que os jornalistas ainda têm como referência as artes para o impresso e não entendem que, nas GRMs, cujo *layout* depende de uma superprodução, nem sempre as modificações são rápidas. Essa falta de sintonia pode até mesmo prejudicar a excelência da programação e, conseqüentemente, da GRM, que é fortemente baseada em seu *design*.

No terceiro item, apresentamos os resultados do teste empírico para a segunda sub-hipótese, por meio da qual supomos dificuldades de representar o objeto, ou seja, discorrer sobre os temas das reportagens utilizando os vários códigos disponíveis. Constatamos que esse problema realmente existe, pois os repórteres e demais profissionais até produzem utilizando diversos códigos, mas não sabem definir objetivamente o porquê de optarem por determinadas linguagens para retratar certas situações em detrimento de outras. Também não há uma reflexão mais profunda sobre o potencial de cada código nem um planejamento muito bem estruturado sobre o que será representado por meio das linguagens, o que só ocorre, de fato, depois da apuração.

Apesar de Marcelo Leite relatar que a reflexão sobre os códigos acontece durante todo o processo, percebemos que as decisões são tomadas mais ao final. Os roteiros de vídeo na Folha, por exemplo, são desenvolvidos somente em pós-produção e, como consequência, para Douglas Lambert, o vídeo não acrescenta muito em Belo Monte, somente ilustra. Em O Tempo, a dinâmica é praticamente a mesma.

Obviamente não estamos dizendo que deve haver só o planejamento, o qual precisa ser seguido à risca. Isso seria como a clássica história do foca<sup>86</sup> que saiu para cobrir a apresentação de um circo, mas voltou sem nada para a redação, porque o circo pegou fogo. Conforme vimos na semiótica de Peirce (EP 2.498), o objeto dinâmico é a realidade existente que se força sobre nós e pode ser alcançada somente por meio da experiência colateral, ou seja, é independente do que pensamos sobre ele, das pautas ou donos de jornais, entre outros fatores. Assim, é bem evidente que, durante a apuração, o jornalista pode vivenciar experiências não previstas na pauta, o que não impede que seja feito um planejamento com mais reflexão e que a reflexão sobre a utilização de cada código continue durante todo o processo de apuração. Contudo, parece que também tem faltado tempo para maior ponderação nas redações.

Karol Borges diz que, em *O Tempo*, a tentativa é de evitar redundância e fazer com que os códigos tenham sentido também sozinhos, mas percebemos que não é isso que acontece nas reportagens do jornal, conforme apontamos no item 4. Essa ideia também não é unanimidade entre todos na equipe, conforme o depoimento de Lincon Zarbiatti, o qual relata não haver problemas na repetição de informações no texto e no vídeo. Joana Suarez diz ter muita dificuldade em pensar nos múltiplos códigos até, porque, segundo ela, não conhece o potencial da *web* nem recebeu treinamento para isso. Aliás, ninguém na Folha nem em *O Tempo* relatou ter passado por algum treinamento para produzir com os múltiplos códigos possíveis a partir do digital como aconteceu em algumas empresas apresentadas no estudo de García-Avilés, Kaltenbrunner e Meier (2014) que trouxemos neste capítulo.

A falta de reflexão sobre a utilização dos códigos, e até a falta de conhecimento sobre eles, resulta naquilo que Lincon descreveu: o melhor é produzir todo o possível e depois ver o que utilizar, o que também pode acabar gerando redundância. Defendemos que os códigos podem até funcionar de forma independente, mas não precisam ser repetitivos, porque cada código pode ser utilizado de forma a causar um efeito diferente para as mentes interpretadoras, na medida em que cada tipo de signo também gera um interpretante diferente.

Na prática, essa deficiência é parcialmente resolvida por meio do trabalho em equipe, em que cada profissional opina sobre os códigos a serem utilizados de acordo com suas respectivas especializações profissionais. Conforme vimos, a bibliografia e o próprio teste empírico apontaram que o trabalho em conjunto funciona melhor do que um profissional multitarefa, pelo menos na construção de reportagens mais elaboradas como as GRMs, sendo

---

<sup>86</sup> No meio jornalística, foca é o jornalista novato.

que ajuda o jornalista ter uma noção de tecnologia e o pessoal da tecnologia, uma noção de jornalismo.

Como alguns entrevistados relatam, como Marcelo Leite e Marcelo Soares, para tentar uma real hibridização dos códigos, é necessário um forte trabalho em equipe e, por isso, há encontros constantes para tomada de decisões, em que ganham importância os *tecnoatores* (CANAVILHAS *et al*, 2014, 2016). Também constatamos que os profissionais da tecnologia se sentem parte no processo de produção das GRMs. Na Folha, eles se consideram como a “ponta do funil” e dizem até escolher os títulos das reportagens. Já em O Tempo, as *webdesigners* contam que orientam repórteres sobre tamanhos de textos e que tipos de códigos produzir de acordo com os temas tratados. Por outro lado, a repórter Joana Suarez, de O Tempo, relata falha no trabalho em equipe ao dizer que só consegue escrever o texto, não possuindo tempo para acompanhar ou opinar muito no trabalho de outros profissionais.

Ainda em relação à segunda sub-hipótese, nossa conjectura era de que a GRM demanda jornalistas que saibam lidar com as especificidades de cada código e representar de forma mais sugestiva, pois as matérias podem apresentar forte presença dos ícones para levar à reflexão. Na prática, verificamos que, para produção de GRM, na Folha, o jornalista ideal é aquele que tem interesse por tecnologia, por desenvolver uma narrativa mais contextualizada, a partir de uma apuração profunda, além da vontade de atuar em equipe. Saber trabalhar com as diferentes linguagens é, para eles, um diferencial. Em O Tempo, o depoimento de Murilo Rocha deixa transparecer que a preocupação parece ser mais financeira: há preferência por quem produz bem e rápido. Se esse é o modelo padrão de repórter para a GRM da publicação, talvez seja por isso que Joana Suarez diz não ter tempo e, conseqüentemente, não se sinta inserida no trabalho em equipe. De fato, foi o próprio secretário de redação que sugeriu a entrevista com Joana, alegando que ela era uma jornalista exemplar quando se tratava de grandes reportagens. Apesar disso, Rocha destaca que também são valorizados os repórteres que tenham vontade de trabalhar com múltiplos códigos.

Diante dos resultados obtidos, achamos necessário propor uma reflexão sobre a utilização dos códigos, pois defendemos que o trabalho em equipe pode ser ainda mais eficiente se houver uma ponderação mais profunda sobre o potencial de cada código. Assim, no item 4, lançamos mão da Teoria das Matrizes da Linguagem e do Pensamento de Santaella (2005), não na intenção de criar um roteiro a se seguir na utilização dos códigos, mas apenas para levar à reflexão e uma possível utilização mais eficaz das linguagens, de forma a informar o usuário causando os efeitos pretendidos pelos produtores.

A partir desta teoria, concluímos que os sons, principalmente na Primeiridade, permitem "entrar na história": os sons de fundos, da natureza (chuva, animais, raios), e outros do cotidiano, como o de máquinas funcionando e carros nas estradas dão uma impressão de imediação (BOLTER; GRUSIN, 2001). Conforme vimos, a Terceiridade musical pode auxiliar nessa imersão, ao situar o usuário por meio dos ritmos da natureza e levar a uma aproximação dos personagens por meio do conhecimento de seu estado de espírito. Já a Secundidade está presente em um som que pode ser gravado, manipulado e reproduzido, como os que estão presentes nas GRMs.

Nas fotografias e ilustrações, mais uma vez, notamos que fatores diversos como pauta, sentimentos, estilo do profissional e visões de mundo podem influenciar a forma como as imagens são produzidas, o que reforça o argumento do nosso primeiro capítulo de que não há jornalismo isento. Percebemos também que faltam imagens com uma presença mais marcante da Primeiridade, do ícone, que podem despertar a curiosidade ou causar reflexão. Fazemos referência a uma Primeiridade marcante, pois podem ser fotografias, ou seja, pertencerem à Secundidade, mas possuem uma indeterminação própria do ícone. Constatamos ainda que, na Primeiridade da Secundidade fotográfica, há uma conexão real entre signo e objeto, mas com a mediação do artista, por isso refletimos que é ideal para retratar situações em que não é possível fotografar ou filmar. Na Secundidade mais genuína, as figuras são utilizadas como que para provar a realidade, ou seja, aproximar o usuário do objeto dinâmico e, na Terceiridade, como símbolos que levam a ações ou a reconhecimentos estabelecidos coletivamente.

Em relação à matriz verbal, a descrição também faz com que o repórter repasse suas percepções, assim como permite esclarecer termos e questões de difícil entendimento que dependem de uma maior abstração, como a burocracia de Belo Monte, exemplo fornecido por Marcelo Soares. A narrativa espacial nos leva a pensar que a GRM pode ter uma espacialização mais lógica e diagramática, cujas partes façam referência ao que está sendo tratado na matéria. Já a causalidade imediata e mediatizada pode engajar mais o leitor na narrativa ao levá-lo a esperar pelas consequências das ações. Por fim, a dissertação tem a oportunidade de ampliar as vozes no comentário dos fatos ou uso de exemplos, este último tornando a GRM também mais palpável para o público; os dados sustentam a argumentação e, na Terceiridade, a dissertação possui uma lógica mais genuína. Constatamos que a hibridização das três linguagens pode levar o usuário a um contato mais próximo com o objeto dinâmico, aproximando a representação de uma completude da realidade que está sendo retratada.

No item 5, apresentamos os resultados do teste empírico referente à terceira sub-hipótese, a qual previa que, para acessar a GRM, havia a necessidade de maior competência midiática da audiência. Suspeitamos, por exemplo, que os usuários teriam dificuldade em relação à liberdade de navegação por um caminho fluido em reportagens que oferecem mais autonomia e possibilidade de interação. Entretanto, constatamos que a navegação não é dificuldade, principalmente porque os respondentes dizem ter o costume de percorrer outros conteúdos na internet. A maioria deles relata até seguir o próprio caminho para percorrer a GRM, e não a sequência de capítulos proposta, por exemplo. Mas verificamos que, realmente, a velocidade da internet faz diferença na hora da navegação: se estiver lenta, os usuários preferem nem acessar.

Percebemos que a interação presente nas GRMs é mais reativa (PRIMO, 2003) ou seletiva (ROST, 2014) e os usuários não encontraram grande dificuldade nela, dizendo ser bem intuitiva. Apesar disso, ninguém modificou a reportagem por meio de ferramentas, mas apenas fez comentário ou efetuou compartilhamentos, nem sempre com uma mensagem original, o que notamos quando procurávamos pessoas para participar da pesquisa. Assim, parece-nos que os usuários perdem a oportunidade proporcionada pela cibercultura de atuarem junto ao polo de emissão, ainda que não em nível de igualdade. A motivação dos comentários ou compartilhamentos foi principalmente o tema interessante ou relevante que se quer levar a outras pessoas, já que são matérias que facilitam a compreensão do assunto, segundo os respondentes.

Em consonância com as dimensões da competência midiática proposta por Ferrés e Piscitelli (2015), ao realizarmos nosso teste empírico, esperávamos aprofundar o conhecimento sobre os efeitos causados pela utilização dos diferentes códigos, no entanto, as respostas tenderam a ser vagas ou não foram unânimes. Talvez isso tenha ocorrido porque os próprios produtores possuem dificuldades em utilizar as linguagens de maneira totalmente consciente, conforme constatamos. Ou ainda pode faltar competência midiática dos usuários para essas percepções. Defendemos que novos estudos devem ser feitos para esclarecer com mais contundência tais questões. De qualquer forma, foi possível reafirmar que o uso de múltiplos códigos aproxima o usuário da realidade, ou seja, torna o objeto dinâmico mais palpável, além de facilitar a compreensão dos temas.

Destacamos que a dissertação de mestrado de Winkes (2016) pode ajudar na reflexão desse ponto, que não ficou bem esclarecido em nossa pesquisa. A conclusão da autora sobre o texto ser um elemento de racionalidade, algo também comentado por Salaverría (2014), faz sentido na medida em que Santaella (2005) posiciona a linguagem

verbal como Terceiridade e, portanto, mais no campo da lógica. As gerações Y e Z dizem que as animações promovem a imersão e a imaginação, e que a imersão também é proporcionada com os vídeos de resgate histórico e, principalmente, com os áudios do mesmo estilo, o que está em conformidade com o que propusemos na reflexão do item 4. Os áudios, animações e vídeos contam com sons que permitem ao leitor “entrar” na história e, a partir daí, imaginar-se nas situações mostradas pelos desenhos animados ou imagens gravadas.

Winkes (2016) constatou ainda reclamação sobre o texto extenso, o que nos leva a pensar que esse código talvez não esteja sendo bem utilizado, de acordo com uma lógica multicódigos, mas muito associado ainda à grande reportagem do impresso, que era grande principalmente em texto. Assim, defendemos que, se houver maior reflexão, alguns conteúdos do texto podem ser deixados de lado, até por estarem se repetindo, e substituídos por outros códigos. A própria pesquisadora também sugere evitar a redundância.

Aliás, os resultados do nosso teste empírico mostram que nenhum dos códigos deve estar em excesso, pois os usuários relatam que, se não usados na medida certa, podem atrapalhar mais do que ajudar na compreensão. Dessa forma, uma reflexão sobre como as linguagens representam seus objetos pode ajudar mais uma vez: não é porque os múltiplos códigos estão disponíveis que todos eles devem ser utilizados.

Além disso, um dos depoimentos do secretário de redação de O Tempo, Murilo Rocha, indica como a empresa ainda não percebeu todo o potencial do multicódigo. Segundo ele, a GRM é uma forma interessante de reportagem, que emociona muitos usuários, contudo, diz que o impresso tem o mesmo poder. Parece não estar claro, para o secretário de redação, que o diferencial da GRM é justamente utilizar múltiplos códigos para emocionar, levar à ação ou à reflexão mais profunda, o que pode ser potencializado se as linguagens são utilizadas de forma mais adequada, indo muito além do texto, que é apenas um dos múltiplos códigos.

As falas de Murilo e também de Karol Borges no item 5 deixam transparecer que, em O Tempo, os múltiplos códigos são mais uma forma de atrair um público que não iria ler a reportagem no impresso. Durante a entrevista, Lúcia Castro falou abertamente que a GRM quer atender à demanda de leitores que se interessem por um conteúdo mais visual e de áudio. Mas ela também acha que o entendimento é melhor com múltiplos códigos, assim como Lincon Zarbieti. Embora Natália Oliveira também não perceba a diferença entre a GRM e a grande reportagem do impresso, reconhece que aquela promove maior imersão.

Retornado às dimensões da competência midiática, quisemos saber sobre o conhecimento dos usuários em relação à produção da GRM. Apesar de imaginarem que os

custos e o tempo de produção são altos, a maioria dos respondentes não tem uma ampla noção sobre o processo de produção das GRMs, o tempo e o dinheiro gastos. Sobre as ideologias e valores apresentados pelos jornais nas matérias, poucos disseram não existir e reconhecem que toda publicação defende algum ponto de vista. Apesar disso, alguns consideraram as GRMs isentas por apresentarem os dois lados de uma questão; neste caso, faltou a percepção de que, mesmo com diferentes pontos de vista, pode-se dar destaque para algum dos lados.

Winkes (2016) percebe que a GRM agrada, mas não chega ao leitor, o que também notamos quando fomos selecionar nossa amostra para o referido capítulo. Não foi fácil encontrar pessoas que já tivessem acessado as GRMs priorizadas neste trabalho. Para nós, a resposta para isso pode ser encontrada por meio do resultado do nosso teste empírico: falta investimento financeiro, mas não só isso. É preciso fornecer mais tempo para que o repórter produza e reflita sobre sua produção, escolhendo os códigos de forma mais consciente e não somente porque estão disponíveis. Com a utilização mais coerente dos códigos, podem ser potencializados os efeitos causados nos usuários, levando-os não só a compartilharem a GRM, mas a acrescentarem um valor pessoal.

Contudo, defendemos que é possível ir além por meio de uma lógica transmidiática, conforme propostas de Jenkins (2003, 2009a, 2009b) aplicadas ao jornalismo em Moonley (2011), sobre as quais falamos rapidamente no último capítulo. Percebemos que as GRMs promovem aprofundamento e são interativas, atendendo a alguns requisitos de um conteúdo transmídia. Contudo, não se dispersam por outras plataformas, um dos principais pontos desse tipo de narrativa, pois cada meio deve fazer o que tem de melhor. Assim, aliada à reflexão sobre o que representar por meio de cada código, deve se pensar também em cada plataforma envolvida na distribuição. Como as empresas estudadas são tradicionalmente do impresso, sugerimos que pensem neste meio e no multicódigos como estratégia transmídia e não como repetição, como notamos que acontece principalmente em O Tempo atualmente.

A atuação em diferentes meios é também uma forma de ir até o público e conquistá-lo. Moonley (2011) sugere ser necessário se fazer isso para contar histórias de maneira envolvente e engajar os leitores para que prestem atenção, interajam, compartilhem, contribuam com a informação, possibilitando uma compreensão profunda. “Em todos esses casos, para amadores e profissionais, os produtores de conteúdo não devem mais esperar que o público venha até eles. Eles devem procurar o público onde ele tenha ido, conectar-se com ele em seus próprios termos e dar-lhe um motivo para prestar atenção”, defende Moonley (2011, p.93).

Terminamos com essa reflexão sobre uma Grande Reportagem Multimídia que seja também transmídia como um ponto de partida para futuras pesquisas.



## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA PÚBLICA. In: **WIKIPEDIA**: a enciclopédia livre. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ag%C3%AANCia\\_P%C3%BAblica#Financiamento](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ag%C3%AANCia_P%C3%BAblica#Financiamento)>. Acesso em: 28 nov. 2017.

ALZAMORA, Geane Carvalho. Fluxos de informação no ciberespaço – conexões emergentes. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 13, p. 75-88, jun. 2007.

\_\_\_\_\_. Jornalismo na internet: paradigmas emergentes de informações culturais. **Revista LIS - Letra, Imagem, Somido. Ciudad Mediatizada**, Buenos Aires, v. 4, p. 161-172, jul. 2010 – jun. 2011.

\_\_\_\_\_. Especificidades da rede intermídia contemporânea: considerações sobre a audiência em contextos reticulares. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, Caracas, v. 9, n. 2, ed. 17, p. 50-61, jul-dez. 2012. Disponível em: <<https://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/441/244>>, acesso em 19 dez. 2017.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD)**: um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. 2007. 329 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese\\_suzana\\_barbosa.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf)>. Acesso em: 03 mai. 2016.

\_\_\_\_\_. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In CANAVILHAS, João (Org). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, p. 33-54, 2013. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>>. Acesso em 27 mai. 2016.

\_\_\_\_\_; NORMANDE, Naara; ALMEIDA, Yuri. Produção Horizontal e Narrativas Verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 23., 2014, Belém. **Anais eletrônicos**. Belém: UFPA, 2014. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo\\_gtjornalismo\\_sbarbosa\\_naara\\_yuri\\_2238.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo_gtjornalismo_sbarbosa_naara_yuri_2238.pdf)>. Acesso em: 03 mai. 2016.

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames: journalism at play**. Cambridge: MIT Press, Edição do Kindle, 2012.

BOLTER, David Jay, GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2000.

BORGES, Altamiro. Falências e cortes. Crise na mídia é grave. **Blog do Miro**, 28 jun. 2016. Disponível em: <<https://altamiroborges.blogspot.com.br/2016/06/falencia-e-cortes-crise-na-midia-e-grave.html>>. Acesso em 02 jul. 2016.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova York: Peter Lang, 2005.

CANAVILHAS, João. A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web. In REY, Paula Requeijo; PISONERO, Carmen Gaona, **Contenidos innovadores en la Universidad Actual**, p. 119-129. Madrid: McGraw-Hill Education, 2014. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-2015-reportagem-paralaxe.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

\_\_\_\_\_. **Webnoticia**: proposta de modelo periodístico para la WWW. Covilhã: Livros LabCom, 2007.

\_\_\_\_\_. **Webjornalismo**: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. Disponível em: <[http://www.bocc.uff.br/\\_esp/autor.php?codautor=602](http://www.bocc.uff.br/_esp/autor.php?codautor=602)>. Acesso em 22 jan. 2018.

CANAVILHAS, João.; SATUF, Ivan; LUNA, Diógenes de; TORRES, Vitor. Jornalistas e tecnoatores: dois mundos, duas culturas, um objetivo. **Esferas**. Ano 3, n. 5, p. 85 a 95, Julho a Dezembro de 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/KMtRhd>>, acesso em 14 set. 2017.

CANAVILHAS, João.; SATUF, Ivan; LUNA, Diógenes de; TORRES, Vitor; BACCIN, Alciane; MARQUES, Alberto. Jornalistas e tecnoatores: a negociação de culturas profissionais em redações on-line. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v. 23, n. 3, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2016. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24292>>, acesso em 29 nov. 2017.

CARVALHO, Marina Aparecida Sad Albuquerque de. **A sobrevivência do jornalismo impresso em meio ao surgimento e desenvolvimento da web**: o caso da publicação juiz-forana Tribuna de Minas. 2014. 53 p. Monografia (Especialização em Jornalismo Multiplataforma) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC Domicílios 2015**: pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. São Paulo: 2016. Disponível em: <<http://cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2015/>>. Acesso em 22 mai. 2017

COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócios para o jornalismo digital. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 9, p. 51-115, abr. mai. e jun. 2014. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/um\\_modelo\\_de\\_negocio\\_para\\_o\\_jornalismo\\_digital](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/um_modelo_de_negocio_para_o_jornalismo_digital)>. Acesso em 19 mai. 2016.

COSTA, Luciano Gonçalves; CORDEIRO, William Robson. “You are there!”: Infografia e Realidade Virtual no Jornalismo Imersivo. In Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 14º, 2016, Palhoça. **Anais do 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Palhoça: Universidade do Sul de Santa Catarina, 2016. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2016/paper/viewFile/51/171>>. Acesso em: 27 fev. 2017.

COSTA, Paula Cesarino. Existe alguém lá fora? **Folha De S. Paulo**, São Paulo, 26 jun. 2016. Disponível em: <[http://www1.folha.uol.com.br/colunas/paula-cesarino-costa-ombudsman/2016/06/1785748-existe-alguem-la-fora.shtml#\\_=\\_](http://www1.folha.uol.com.br/colunas/paula-cesarino-costa-ombudsman/2016/06/1785748-existe-alguem-la-fora.shtml#_=_)>, acesso em 02 jul. 2016.

DEPARTAMENTO de Esporte da Globo promove demissão em massa. **O Estado de S.Paulo**. 17 out. 2017. Seção Emais. Disponível em: <<http://emails.estadao.com.br/noticias/tv,departamento-de-esporte-da-globo-promove-demissao-em-massa,70002050111>>. Acesso em 27 nov. 2017.

DIRETORIA do SJPDF repudia demissões na Record DF. **Portal do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal (SJPDF)**. 22 ago. 2017. Disponível em: <http://www.sjpdf.org.br/noticias-teste/3400-diretoria-do-sjpdf-repudia-demissoes-na-recorddf>. Acesso em 27 nov. 2017.

DUENES, Steve et al. How we made Snow Fall. **Source**, 01 jan. 2013. Disponível em: <<https://source.opennews.org/en-US/articles/how-we-made-snow-fall/>>. Acesso em 19 mai. 2016.

FERREIRA, Elcio; EIS, Diego. **HTML5: Curso W3C Escritório Brasil**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.w3c.br/pub/Cursos/CursoHTML5/html5-web.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

FERRÉS, Joan; PISCITELLI, Alejandro. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. Tradução: Amanda Cadinelli, Amanda Cordeiro Padilha e Carla Gonçalves. Revisão: Ana Inés Garaza, Vitor Lopes Resende e Gabriela Borges. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 9, n. 1, p. 1-16, jun. 2015. Disponível em: <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/436>>. Acesso em 8 jun. 2016.

FLATSCHART, Fábio. **HTML5: embarque imediato**. Rio de Janeiro: Brasport, 2011. Edição do Kindle.

FOLHA DE S.PAULO. **Manual de Redação**. São Paulo: Publifolha, 2007.

GARCÍA-AVILÉS José A., Andy Kaltenbrunner & Klaus Meier (2014) Media Convergence Revisited, **Journalism Practice**, 8:5, 573-584, DOI: 10.1080/17512786.2014.885678. Disponível em: <<https://goo.gl/PUjgcj>>, acesso em 14 set. 2017.

HOFSTETTER, Brigitte; SCHOENHAGEN, Philomen. When Creative Potentials are Being Undermined By Commercial Imperatives. **Digital Journalism**, 17 Mar 2016. Disponível em <<https://goo.gl/9jh9ef>>. Acesso em 14 set. 2017.

ITO, L. de L.; VENTURA, M. de S. A Reportagem Multimídia Interativa: inovação, produção e monetização. **Brazilian Journalism Research**. V 12, n. 3, p. 140-159, 2016. Disponível em <<https://goo.gl/EgvEDD>>. Acesso em 14 set. 2017.

JASTROW, J. The mind's eye. *Popular Science Monthly*, 54, 299-312, 1899. Imagem disponível em <<http://ist-socrates.berkeley.edu/~kihlstrm/JastrowDuck.htm>>. Acesso em 02 jan. 2018.

JENSEN, Jens F.. Interactivity. Tracking a new concept in media and communication studies. **Nordicom Review**. Vol. 19, N.º 1, p. 185-204, 1998. Göteborg: Nordicom, Göteborg University.

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

\_\_\_\_\_. Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling. **Technology Review**, 15 jan. 2003. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/biotech/13052>>. Acesso em 11 jan. 2018.

\_\_\_\_\_. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). **Confessions of an Aca-Fan**, 12 dez. 2009a. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html)>. Acesso em 07 jan. 2018.

\_\_\_\_\_. “Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling.” **Confessions of an Aca-Fan**, 12 dez. 2009b. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_theorigami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_theorigami_unicorn.html)>. Acesso em 09 jan. 2018.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JQUERY. In: WIKIPEDIA; a enciclopédia livre. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/JQuery>>. Acesso em: 16 mai. 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo online: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.

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

LEÃO, Leão. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005, 3ª. Edição.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, p. 11-23, 2003.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

\_\_\_\_\_. **A Inteligência Coletiva**. Por uma antropologia do ciberespaço, São Paulo: Loyola, 1998.

LIDE. In: RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2002. Volume único, p. 33. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/60730731/Dicionario-de-Comunicacao-Carlos-Alberto-Rabaca>>. Acesso em 17 dez. 2017.

LONGHI, Raquel Ritter. O turning point da grande reportagem multimídia. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 897-917, setembro/dezembro, setembro/dezembro 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18660>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

\_\_\_\_\_. A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE CIBERORNALISMO, 6., 2015, Campo Grande. **Anais eletrônicos**. Campo Grande: UFMS, 2015. Disponível em: <<http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor6/files/2015/03/LONGHICIBERJOR.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

LONGHI, Raquel Ritter; SILVEIRA, Mauro César. A convergência de linguagens nos especiais do Clarín.com. **Revista de Estudos da Comunicação**. Curitiba, v. 11, n. 25, p. 157-166, maio/ago. 2010. Disponível em <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22338>>. Acesso em 17 dez. 2017.

LONGHI, Raquel Ritter; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online: Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 11, n. 1, p. 110-127, 2015. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/693>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

LONGHI, Raquel Ritter; PEREIRA, Sílvio da Costa. **Do panorama à Realidade Virtual: como o ciberjornalismo está criando narrativas imersivas**. In Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, XIII, 2016, Cidade do México. Memórias XIII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Cidade do México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2016, p. 165-172. Disponível em: <https://goo.gl/ZktXXp>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

LONGHI, Raquel Ritter; FLORES, Ana Marta M. Narrativas webjornalísticas como elemento de inovação: casos de Al Jazeera, Folha de S.Paulo, The Guardian, The New York Times e The Washington Post. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.40, n.1, p.21-40, jan/abr. 2017. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2635/2028>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

LONGHI, Raquel Ritter; LENZI, Alexandre. Práticas ciberjornalísticas em Realidade Virtual: inovação e impacto nos processos de produção. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 24, n. 3, set., out., nov. e dez. 2017. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/26828>>. Acesso em 17 dez. 2017.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001.

\_\_\_\_\_. **Software takes command: extending the language of new media**. Nova York, Londres: Bloomsbury Academic, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 5ª Edição, 2003.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969

MEDINA, Cremilda. **Atravessagem: reflexos e reflexões na memória de repórter**. São Paulo: Summus, 2014.

\_\_\_\_\_. Criador da assinatura coletiva ou artífice do diálogo social. In: MOURA, Dione et al. **Jornalismo e literatura: Aventuras da memória**. Brasília: Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2014.

MEIRELLES, Domingos. 2016. Ano trágico para a imprensa: 1.200 demissões. **Associação Brasileira de Imprensa**. 01 jan. 2017. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/2016-ano-tragico-para-a-imprensa-1-200-demissoes/>>. Acesso em 27 nov. 2017.

MOONLEY, Kevin T. **Porting Transmedia Storytelling to Journalism**. 2011. 115 p. Dissertação (Mestrado em Artes) – Faculty of Social Sciences, University of Denver, Denver, 2011.

NEXO JORNAL. In: **WIKIPEDIA: a enciclopédia livre**. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Nexo\\_Jornal](https://pt.wikipedia.org/wiki/Nexo_Jornal)>. Acesso em: 28 nov. 2017.

NÓBREGA, Zulmira; MENEZES, Ivandro Pinto de; CUNHA, Manuela Maria Patrício; VICTOR, Maria Eunice Cabral de Luna. PODCAST MAMILOS: uma nova forma de fazer jornalismo? In: NUNES, Pedro (Org.). **Jornalismo em Ambientes Multiplataforma**. João Pessoa: Editora do CCTA, p. 296-319, 2016. Disponível em: <[periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/download/31405/16366](http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/download/31405/16366)>, acesso em 26 dez. 2017.

OFF. In: RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2002. Volume único, p. 41. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/60730731/Dicionario-de-Comunicacao-Carlos-Alberto-Rabaca>>. Acesso em 17 dez. 2017.

PAVLIK, John V. **Journalism and New Media**. Nova York: Columbia University Press, 2001.

\_\_\_\_\_. **Media in Digital Age (NONE)**. Columbia University Press. Edição do Kindle, 2012.

\_\_\_\_\_. Transformation: Examining the Implications of Emerging Technology for Journalism, Media and Society. **Athens Journal of Mass Media and Communications**, Atenas, vol.1, n. 1, p. 9-24, jan. 2015. Disponível em: <<http://www.atiner.gr/journals/media/2015-1-1-1-Pavlik.pdf>>. Acesso em 20 mar. 2017

PEIRCE, C.S. (1931-1958). **Collected Papers**. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press.

PEIRCE, C.S. **The Essential Peirce**. 2 vols. Indiana: Peirce Edition Project, 1998.

PICKARD, Victor (No prelo). Structural Collapse: The American Journalism Crisis and the Search for a Sustainable Future. In BERGLEZ, Peter; OLAUSSON, Ulrika; OTS, Mart (Eds.), **Sustainable Journalism: On journalism for a sustainable future and a sustainable future for journalism**. Peter Lang, p. 351-366.

PIMENTA, Francisco. **Ambientes multicódigos, efetividade comunicacional e pensamento mutante**. São Leopoldo, Unisinos, 2016.

\_\_\_\_\_. Comunicação digital e pensamento mutante. **Lumina**. Juiz de Fora, vol. 6, n. 1, p. 1-15, junho 2012. Disponível em:

<<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/241>>. Acesso em 30 dez. 2017.

\_\_\_\_\_. Comunicação digital, mudanças cognitivas e pragmaticismo. **Vozes & Diálogo**. Itajaí, v. 13, n. 02, p. 18-31, jul./dez. 2014

PLUG-INS. In: **WIKIPEDIA: a enciclopédia livre**. Disponível em:

<<https://pt.wikipedia.org/wiki/Plug-in>>. Acesso em: 27 jun. 2017.

PRIMO, Alex. Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador. In: INTERCOM - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: mídia, ética e sociedade. São Paulo: Intercom, 2003.

RENÓ, Denis.; RENÓ, Luciana. Las nuevas redacciones, el 'Big Data' y los médios sociales como fuentes de noticias. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, v. 21, n. especial dezembro, p. 131-142, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/adGsVi>>, acesso em 14 set. 2017.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom. cap. 3, p. 53-88, 2014. Disponível: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em: 14 mai. 2016.

RUBBO, Tácia. Balanço de 2016: ao menos 11 veículos de comunicação foram encerrados no Brasil. **Portal Comunique-se**. 26 dez. 2016. Disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/afiliada-da-globo-tv-tem-demissao-30-profissionais-reestruturacao/>>. Acesso em 27 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. Afiliada da Globo, TV Tem demite mais de 30 profissionais em reestruturação.

**Portal Comunique-se**. 08 jun. 2017. Disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/afiliada-da-globo-tv-tem-demissao-30-profissionais-reestruturacao/>>. Acesso em 27 nov. 2017.

SALAVERRÍA, Ramon; GARCIA-AVILÉS, José Alberto; MASIP, Pere Masip. Concepto de convergencia periodística. In: García, X.L. & Fariña, X.P. (Coords.). **Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España**. Universidade de Santiago de Compostela: Santiago de Compostela, p. 41-54, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/4spS7E>>, acesso em 14 set. 2017.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editora Sol90, 2008. cap. 7, p.151-182. Disponível em: <[https://www.academia.edu/665608/Periodismo\\_integrado\\_convergencia\\_de\\_medios\\_y\\_reorganizaci%C3%B3n\\_de\\_redacciones](https://www.academia.edu/665608/Periodismo_integrado_convergencia_de_medios_y_reorganizaci%C3%B3n_de_redacciones)>. Acesso em: 20 mai. 2016.

SALAVERRÍA, Ramon. Mídia e jornalistas, um futuro em comum? **Parágrafo**. v. 1, n. 3, p. 79-83, jan./jun. 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/297/304>>. Acesso em 17 jul. 2017.

\_\_\_\_\_. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom. cap. 2, p. 25-52, 2014. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)>. Acesso em: 14 mai. 2016.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem e do Pensamento**. Sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras, 2005. Edição do Kindle.

\_\_\_\_\_. **Teoria Geral do Signo: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

\_\_\_\_\_. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013. Edição do Kindle.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Deusto, 2013. Edição do Kobo.

SERAFIM, Flaviana. Abril: jornalistas rejeitam proposta de demissão parcelada. **Portal Oficial do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo**. 11 out. 2017. Disponível em: <[http://www.sjisp.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7302&catid=730](http://www.sjisp.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=7302&catid=730)>, acesso em 27 nov. 2017.

SEBRAE NACIONAL. Entenda o que é *crowdfunding*. **Portal do Sebrae**. 21 set. 2017. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-crowdfunding,8a733374edc2f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>>, acesso em 14 dez. 2017.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. As mutações no mundo do trabalho do jornalista e suas contradições: uma perspectiva ontológica da crise do jornalismo. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017. São Paulo. **Anais eletrônicos**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/5jGn5Q>>, acesso em 14 set. 2017.

STREAMING. In: WIKIPEDIA; a enciclopédia livre. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Streaming>>. Acesso em: 08 jan. 2018.

TINTI, Simone. O fotógrafo: Lalo de Almeida. **Crescer**. [2010?]. Disponível em: <<http://revistacrescer.globo.com/Revista/Crescer/0,,EMI151550-18162,00.html>>. Acesso em 06 dez. 2017.

TV FOLHA. In: **WIKIPEDIA**: a enciclopédia livre. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/TV\\_Folha](https://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Folha)>. Acesso em: 28 mai. 2017.

VENTURA, M.; ITO, L. de L.. A valoração emergente dos usuários acerca de formatos jornalísticos inovadores: um estudo empírico sobre as reportagens multimídia TAB, do portal Uol. **Líbero**, São Paulo, v. 19, n. 38, p. 49-58, jul./dez. de 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/J9nxEv>>. Acesso em 31 ago. 2017.

VIEIRA, Soraya Maria Ferreira. **A televisão em tempos de convergência**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2014

WINQUES, Kérley; TORRES, Ricardo. Qual o papel das novas ferramentas na transformação do jornalismo. In CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Questões para um jornalismo em crise**. Florianópolis: Insular. p. 49-66, 2015.

WINQUES, Kérley. **“Tem que ler até o fim”?: o consumo da grande reportagem multimídia pelas gerações X, Y e Z nas multitelas**. 2016. 352 p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2016.



## APÊNDICES

APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM A EQUIPE DE *DESIGN* E DESENVOLVIMENTO DA FOLHA DE S.PAULO (Rogério Pilker, Rubens Alencar, Thiago Almeida e Ângelo Dias).

**Autora: Quais as linguagens de Programação *softwares* utilizados para tratar imagens utilizadas no Tudo Sobre?**

**Rubens Alencar:** Basicamente a gente usa o HTML5, CSS versão 3 e o Java Script. São basicamente estas três. Para tratar fotos, a gente acaba usando Photoshop sempre.

**Thiago Almeida:** Usa Photoshop sempre, não tem nenhuma exceção.

**Rubens Alencar:** Para o desenvolvimento de infografia, além do Layout Basic (?) a gente usa muito o Illustrator. Para fazer coisas mais interativas, a gente acaba usando essas linguagens de o HTML5, CSS versão 3 e o Java Script.

**Ângelo Dias:** Teve Edge no Tudo Sobre?

**Rubens Alencar:** Não, em nenhuma delas teve.

**Rogério Pilker:** Teve. No especial de Belo Monte e no Desmatamento teve. No Belo Monte, teve uma mapão que era um Edge Making, que é um HTML, um *software* que já faleceu, na verdade.

**Ângelo Dias:** É um *software* da Above que faz HTML que já não existe mais.

**Autora: Como vocês fazem a adaptação do conteúdo para diferentes plataformas? Vocês programam para cada plataforma?**

**Rogério Pilker:** A gente faz uma programação tentando comportar todos. Aí tem que checar em cada um o que está dando de problema e como corrigir esse problema.

**Autora: E vocês testam mesmo?**

**Rubens Alencar:** A gente testa mesmo. A gente tem um Iphone aqui, fixo, e, como a maioria de nós tem Android... Então, a gente acaba testando nos principais *players*, no Windows Phone, no Ipad, no Iphone, no Android, num PC com Windows e num Mac. São as principais plataformas que a Folha trabalha. São os principais *players*. “Ah, no meu Ópera Mini do Android 2.6...”. Aí não tem como testar, isso já está fora do corte. Então, a gente acaba pegando os principais *players* de audiência da Folha, que a gente possui mensurado, e acaba testando neles.

**Autora: E esses programas que vocês utilizam para trabalhar, vocês têm que comprar? A Folha compra, tem resistência? Por exemplo, o HTML5 é aberto na rede ou vocês têm que comprar?**

**Rubens Alencar:** O HTML é aberto, uma coisa bem *open source*, bem comunitária, cada um pode usar.

**Ângelo Dias:** HTML, Java Script, CSS qualquer um pode sentar e escrever. Tem muita informação na internet de como fazer e qualquer um pode sentar e escrever. Acho que a exceção neste caso que a gente usa é o Photoshop, por exemplo. Pacote Adobe.

**Autora: E aí a Folha compra? Tem resistência?**

**Thiago Almeida:** a Folha compra. A editoria de imagem vive do Adobe.

**Ângelo Dias:** O Pacote Adobe é nossa principal ferramenta. Se a Adobe falar amanhã: “não pode mais”, a gente pode fechar ir embora para a casa. Porque a gente usa na diagramação, ela ali está usando o InDesign, usa na infografia o Illustrator e, na correção de fotos, o Photoshop.

**Rubens Alencar:** E para a edição de vídeo a gente acaba usando o Premiere e o After Effects.

**Ângelo Dias:** Que são todos da Adobe.

**Rubens Alencar:** Basicamente, se a Adobe falir, a Folha vai junto. Porque, além desses *softwares*, todo o esquema de audiência é fornecido pela Adobe. Existe o Google Analytics, a Folha não usa porque tem uma briga entre a Folha e o Google, e aí a gente acabou fechando com a Adobe um pacote para análise de audiência, tem várias coisas voltadas para o mercado, de audiência, monitoramento de visitação e afins.

**Ângelo Dias:** Se a Adobe falir a gente pode fechar. Todos os computadores daqui têm *softwares* da Adobe instalados. Todos. Porque, o jornalista escreve a notícia dele em um *software* da Adobe.

**Rogério Pilker:** A integração do sistema todo é pelos *softwares* da Adobe.

**Ângelo Dias:** O que acontece, eu não sei se caracteriza resistência, a gente tem nos computadores o Adobe CS4, que é uma versão. Em outros computadores a gente tem o Adobe CS6, que é outra versão.

**Rogério Pilker:** Mais nova.

**Ângelo Dias:** Em poucos a gente tem a versão CSC, que é a versão mais atual.

**Thiago Almeida:** Já vi computador com CS2.

**Ângelo Dias:** Então acontece de ter essa diferença de versões, mas, majoritariamente, a gente tem o Adobe CS4.

**Autora: E por que isso acontece? Porque é necessário pagar?**

**Ângelo Dias:** Isso, tem que pagar.

**Thiago Almeida:** O CSC é uma assinatura anual.

**Rubens Alencar:** É uma licença anual. Para as outras versões, você tinha que ter uma licença para cada computador. Se você precisasse comprar para 30 computadores, saia a R\$ 70 mil, em média. Era um valor muito grande.

**Ângelo Dias:** Mas, do jeito que está hoje, eu acho super bem servido, com CS4 nos computadores de diagramação e redação. E, para quem precisa, tem o CSC. Então, na edição de vídeo, tem o CSC. O meu aqui é CSC, porque eu preciso mexer com um *software* que só tem nessa versão. Mas resistência de fato, eu acho que não tem.

**Rubens Alencar:** Existe uma certa resistência, na verdade, é por conta do valor. Se for um *software* de mercado, acaba tendo que ter uma resistência. Fala: “você está precisando mesmo atualizar a sua versão? Vale a pena?”. Você acaba tendo que justificar por que está querendo atualizar para uma versão mais recente.

**Thiago Almeida:** Mas a Folha recebe bem quando há uma boa explicação.

**Rogério Pilker:** Ou outros *softwares* que em pequena quantidade são necessários. Por exemplo, a gente tem a licença do Unity 3D. É um programa que você desenvolve games em 3D. Foi usado no Belo Monte, no Rio em Transformação. Esse *software*, a gente comprou uma licença. Obviamente que a gente teve que tentar convencer a todos, mostrar: “olha como fica o jogo, mas aparece a marca da empresa”. Mas tem esse diálogo. Tem que ter uma boa justificativa.

**Thiago Almeida:** Não é uma coisa imposta, tipo, “não, não tem o que fazer”.

**Rubens Alencar:** Tem que valer realmente a pena investir U\$ 3 mil em um *software* para ter esse diálogo.

**Ângelo Dias:** Mas acontece este diálogo sim.

**Thiago Almeida:** O Tudo Sobre não aconteceria se não houvesse esse diálogo.

**Ângelo Dias:** Porque também é aquele negócio de recurso não só financeiro, mas de pessoas também, né? Hoje o *online* são cinco pessoas. Um especial desse porte precisa de

pelo menos duas. Então você tira duas pessoas da produção diária. Em uma equipe de cinco, é muita gente.

**Rubens Alencar:** E detalhe. No primeiro Tudo Sobre éramos três: eu, o Pilker e o Zimmermann.

**Ângelo Dias:** Vocês fizeram tudo?

**Rubens Alencar:** Sim. Às vezes eu parava o Tudo Sobre e ia resolver alguma demanda do dia e voltava.

**Ângelo Dias:** Hoje está bem mais organizado

**Rubens Alencar:** Nesse Tudo Sobre eu fiquei congelado, fazia nada do dia.

**Autora:** Quando vocês estão trabalhando em um Tudo Sobre, fazem só isso ou também outras atividades?

**Rogério Pilker:** Muito raramente, mas, geralmente, no Tudo Sobre, uma pessoa fica congelada. A não ser que seja uma emergência muito, muito importante.

**Ângelo Dias:** Caiu um avião...

**Thiago Almeida:** Só se só aquela pessoa consegue resolver aquilo.

**Rubens Alencar:** Normalmente são duas pessoas que acabam trabalhando e uma outra acaba parando para auxiliar. Basicamente tem uma pessoa focada e uma pessoa secundária.

**Ângelo Dias:** Isso é o ideal. Normalmente acontece de essa pessoa que está separada para isso, às vezes surge uma demanda, porque ele fez alguma coisa que precisa ser atualizada, só ele mexeu naquilo e aí é mais fácil ele abrir e resolver do que passar para a gente que tem que entender o que está acontecendo. Mas, na maioria das vezes, uma pessoa fica com isso. E aí todo mundo ajuda, todo mundo acaba ajudando, de algum jeito todo mundo acaba fazendo parte. Quanto mais perto da data de entrega, mais gente se envolve. No começo é uma pessoa só. Dois dias antes está todo mundo nisso.

**Rubens Alencar:** Como a demanda é alta, o simples fato de ter uma pessoa focada, o resto da equipe ter que redistribuir, acaba ajudando. Porque aquela pessoa tinha que fazer quatro tarefas. Quatro tarefas... Você acaba sobrecarregando o resto da equipe para você ter uma pessoa que vai fazer aquilo e ter um bom resultado. Não é à toa que no primeiro Tudo Sobre a gente acabava fazendo tudo junto, porque todo mundo se ajudava. Faz parte daquela cultura de que “meu, você não fez nada direto ali, mas você ajudou de alguma forma”.

**Rogério Pilker:** Não é um trabalho meu, não é um trabalho do Rubens, é um trabalho da editoria, do núcleo de imagem.

**Autora:** Naquela questão ainda de adaptar o conteúdo para as diferentes plataformas, já teve algum problema muito grande?

**Ângelo Dias:** É diário. O problema, na verdade, é o que a gente espera.

**Rubens Alencar:** Na verdade, a pior parte é você terminar o trabalho e falar: “terminei, vamos testar para ver o que acontece”. Então, a gente acaba passando muito perrengue.

**Rogério Pilker:** Teve um “Folha explica”, da Lava-Jato, estava funcionando, lindo, maravilhoso, legal. Mandamos para a chefia, a gente não tem Iphone.

**Rubens Alencar:** Não, na verdade, eu que peguei o erro. Falei assim: “deixa eu testar aqui”. Aí o scroll travava.

**Rogério Pilker:** Porque a gente estava embedando, colocando aquilo lá para ser lido dentro do HTML. No Iphone, não funcionava. Tivemos que refazer todo o código desde o começo.

**Thiago Almeida:** O Iphone costuma fazer isso com a gente, na verdade.

**Ângelo Dias:** O problema da internet, sendo bem generalista, é que você vai fazer um jogo de PC, vai rodar onde? No Windows. Quem tem o Windows? Todo mundo tem Windows. Ah, mas e se o cara tem o Windows 98? Problema é dele, eu estou fazendo um jogo para o Windows 10. Se o cara tem o Windows 98, ele que compre o Windows 10. Você vai fazer para a internet, você vai fazer para o Chrome, para o Firefox, para o Internet Explorer, sendo que o Internet Explorer tem várias versões que dão muito problema. Ele normalmente já dá muitos problemas.

**Rogério Pilker:** Dá problemas dentro de si. O que funciona em um, não funciona em outro.

**Ângelo Dias:** Então o cara que está usando o IE mais avançado, ele vai usar um IE mais antigo, não vai funcionar, o mesmo programa. E aí você pensa, então tá, você tem Google Chrome, Firefox e Internet Explorer. Isso no Windows. Porque no Mac você tem o Firefox, o Chrome e o Safari. Então, às vezes funciona no Firefox do Windows e não funciona no Firefox do Mac. E aí, você vai para os celulares. Então, você tem o Chrome e o Safari de Iphone. Aí você tem o Chrome de Android e outros navegadores. Pelo menos o que eu acho, esse é o maior problema da internet. Você tem que desenvolver para tudo. Por isso que a gente tinha falado que um projeto deste porte, ele não é de hoje para amanhã. Porque ele precisa de uma semana de teste, só para testar.

**Rogério Pilker:** No mínimo. Ele precisaria de duas semanas só para teste. Você tem que testar em todos, verificar erros, porque um erro pode ser mínimo em um negócio lá no final. O resto está todo funcionando, mas aquele negócio está dando erro. Às vezes, depois que você testou, deu problema, como você vai arrumar? Às vezes você tem que refazer totalmente o código. Então você precisa de uma semana para arrumar todos os problemas. Tem outro perrengue na questão dos navegadores de celulares que é o clique. O jornal, você colocou isso aqui, aqui, este texto aqui, essa foto aqui, o anúncio está aqui, imprimiu, o papel não se mexe, continua daquele tamanho.

**Ângelo Dias:** O máximo que vai acontecer é dar um errinho em uma cor. “Nossa, esse vermelho ficou menos vermelho”. Mas aí, que acontece, você faz um especial maravilhoso, com umas fotos em tela cheia, com gráfico, um mapa lindo, com vários pontos pequenos, o cara consegue clicar. E no celular, como isso fica?

**Rogério Pilker:** Se ficar em tela cheia, a foto vai ficar cortando tudo isso aqui. Se o cara está no notebook, vai cortar. Então, a cabeça do cara vai ficar cortada.

**Ângelo Dias:** É, tem essa variável de tamanho de tela também. Não é só fazer funcionar nos diferentes aplicativos, dispositivos, você tem que fazer ficar bonito em todos eles. O computador é assim (deitado), o celular é assim (em pé). O padrão é assim. Acontece isso diariamente, em especial ou na arte do dia, normal: “Ah, vamos fazer um especial *online*, vamos fazer uma coisa assim, assim, assim”. A primeira coisa em que se tem que pensar é no *mobile*, que o acesso é muito grande. Aí a gente fala: “E no *mobile*, como vai ficar?”. A pessoa que vem propor para gente, na hora: “poxa, nem tinha pensado nisso”. E a nossa editoria, é a primeira coisa que a gente tem que pensar. Não dá para pensar depois no *mobile*.

**Rubens Alencar:** Hoje em dia, mais da metade do acesso já é *mobile*.

**Ângelo Dias:** 60%, né? Mais ou menos, eu não tenho o número absoluto.

**Rogério Pilker:** É, varia bastante.

**Autora:** E já teve que ter adaptação de conteúdo, tipo foto, vídeo, teve que cortar uma foto para adequar ao dispositivo?

**Rogério Pilker:** Coisas que acontecem, às vezes, é que quando você abre um especial e tem aquele vídeo no fundo rodando, bonitão, isso não existe no celular, você não consegue dar play no vídeo se não tiver uma ação voluntária do usuário.

**Ângelo Dias:** Acontece constantemente de a gente fazer... Tem uma infografia e um mapa, a gente faz dois, um para o celular e um para o desktop.

**Rubens Alencar:** O primeiro Tudo Sobre, o de Belo Monte, são duas páginas para uma versão. Uma página para desktop e uma versão para *mobile*.

**Ângelo Dias:** É, hoje a gente faz responsivo.

**Rubens Alencar:** Porque, na época, a gente tinha vários limites de tecnologia e a gente não sabia como tratar. Aí a gente falou: “meu, vamos fazer do jeito mais rápido. Vamos cortar tudo, faz umas partes separadas, corta tudo e põe que funciona”. E foi, acabou dando certo.

**Rogério Pilker:** Mas a partir do segundo, a gente já começou a tentar fazer a mesma URL.

**Ângelo Dias:** É, a fazer responsivo, e aí funciona em qualquer tela, não precisa trocar.

**Autora: Estou percebendo que vocês não têm publicado muitos**

**Rogério Pilker:** Então, esses especiais exigem um investimento financeiro muito grande

**Rubens Alencar:** Então, por exemplo, para essa última reportagem, os repórteres fizeram uma viagem para a África, para Uganda, para pesquisar a origem do Zika, foi para os Estados Unidos. Então, tem um grande investimento tanto financeiro, quanto material, tem fotógrafo. A complexidade do tema, acaba pedindo um especial Tudo Sobre. Basicamente assim, como se define um Tudo Sobre: um especial que tem várias páginas, a grosso modo, tem vários capítulos. Vou ter um capítulo sobre o que é Belo Monte, o impacto de Belo Monte nos indígenas, o impacto de Belo Monte no meio-ambiente. Então, por serem vários temas diferentes e estes temas serem muito complexos, ele acaba se dividindo em páginas e isso acaba caracterizando um Tudo Sobre.

**Rogério Pilker:** E a gente vai investir dinheiro para ter bastante conteúdo bacana sobre o assunto.

**Rubens Alencar:** E não é só o investimento financeiro que define o Tudo Sobre. Tem um valor jornalístico para a Folha disso aqui. Por exemplo, fazer um especial sobre Zika, fazer um especial sobre Belo Monte, em 2013, ninguém conhecia Belo Monte direito: “ah, tem uns índios lá atrapalhando as obras”. Mas qual é a discussão de Belo Monte em vários aspectos? Qual era a discussão do contrabando além de você poder comprar ou não um produto contrabandeado?

**Rogério Pilker:** sobre a água, além da crise hídrica de São Paulo, tivemos outros problemas durante o ano, no resto do país. E aquilo lá também era pré-eleição e, acidentalmente, o Alkmin ganhou no primeiro turno. Mas, era um assunto muito pertinente para aquele momento.

**Ângelo Dias:** Então, do momento que chega para a gente o pedido que vai ser um Tudo Sobre, até o momento que o material chega, por exemplo, você não pode chegar e falar vamos fazer um “Tudo Sobre” e a gente vai começar a fazer hoje. Não, não é hoje, a gente vai começar a desenvolver quando tiver sentado, conversado, visto quais vão ser os textos.

**Rogério Pilker:** O máximo que a gente pode fazer é buscar referências, ter algumas ideias. Beleza, vou ter uma caixinha de ideias. Agora, a partir do momento em que chegarem as coisas, às vezes você pode jogar todas aquelas ideias fora. Porque, a partir do momento em que você tem o material, as fotos. Por exemplo, contrabando, chegou para mim, “o que eu vou fazer de abertura?”. Em Belo Monte você tem a usina, no Golpe Militar você tem fotos antigas, fotos históricas. A água, você tem todos os lugares, represa, as coisas secas, a reposição do São Francisco. São fotos bacanas, legais, dá para você fazer. O que você faz com o contrabando? O que é o contrabando? É o transporte de coisas ilegalmente que,

geralmente, estão dentro de uma caixa. Não tem como você ilustrar isso daí de um jeito bonito, não tem como ter. E aí a solução foi fazer aquele negócio da abertura tipo Marvel.

**Ângelo Dias:** São várias fotos e o gráfico.

**Rubens Alencar:** Mostrado vários tipos de contrabando.

### **Autora: mas vocês participam da pauta, do planejamento do Tudo Sobre?**

**Rubens Alencar:** Sim, a gente participa. Vamos fazer uma coisa meio cronológica. Chega o pedido: vamos fazer um Tudo Sobre a escassez hídrica, porque é um tema vigente, tem afetado São Paulo, estamos em época de eleição, há um tempo que a Folha cobre bastante eleição, então é uma coisa importante para o jornal. Vamos pegar como funciona o regime de chuvas. Acaba tendo um esboço inicial das ideias.

**Ângelo Dias:** Para a gente saber também: “então a gente vai fazer uma análise de como funciona. Então vai ter um gráfico assim, assim, assado”.

**Thiago Almeida:** até para a gente saber o que vai ter que produzir

**Rogério Pilker:** Como você vai conseguir comparar quanto de água tem, a gente não tem muita noção. Então transpor aquilo lá em um cubo e comparar com a cidade de São Paulo...

**Ângelo Dias:** Então, essas ideias iniciais surgem nessa reunião de pauta, o que vai ser texto, o que vai ser arte e o que vai ser vídeo, o que vai ser sei lá, geral, foto.

**Rubens Alencar:** É isso, aí as pessoas, então tá, todo mundo começa a produzir. Daqui algumas semanas, mais ou menos um mês, se reúnem novamente para ver o que cada um conseguiu colher. Nesse interim, as pessoas vêm, procuram a gente: “ah, eu vi isso aqui, o que você acha que dá para fazer”. Então a gente acaba tendo conversas paralelas para começar a montar um esboço da estrutura desse projeto. Não só essas reuniões fixas.

**Thiago Almeida:** Senão o cara te pergunta no meio da reunião, aí você diz: “Putz, calma, tenho que ver”.

**Rubens Alencar:** Ah, tem esse dado aqui. Aí você: “ah, legal”. Você precisa maturar aquela ideia, pegar aquele dado, digerir ele.

**Ângelo Dias:** Isso que o Thiago falou é uma coisa que acontece. Tá na reunião todo mundo. “Ah a gente vai fazer um 360 animal, mais não sei o quê...”. Tá, a gente pode pensar, a gente não consegue virar e falar assim: “dá”. Muitas coisas dá para fazer. Mas a gente não pode chegar e falar assim: “isso dá”. A gente tem que pensar.

**Thiago Almeida:** “Enquanto tempo você precisa que seja feito isso?”. “Não sei”

**Ângelo Dias:** “Dois dias”. “Então tá”. Então, essas conversas entre as reuniões são importantes, até para a gente falar: “lembra aquela ideia do 360? Não vai rolar”. Ou “vai rolar, mas vai rolar assim ou assado”. E aí, na próxima reunião, meio que todo mundo chega para confirmar e deixar todo mundo na mesma página, mas os responsáveis já estão sabendo mais ou menos o que está acontecendo.

**Rubens Alencar:** Você acaba aprimorando as ideias. Não é uma coisa: “Não dá para fazer, pronto, acabou”.

**Thiago Almeida:** E evita o retrabalho. Por exemplo, nesse caso (Rio em Transformação), teve um trabalho que o Kanno, na época, pediu para eu escanear todas as fotos. Então, eu escaneei tudo. E aí não usou. Acho que só usou uma, que foi a de hoje.

**Rogério Pilker:** Não.

**Thiago Almeida:** Não usou nenhuma.

**Ângelo Dias:** Desperdiçou trabalho.

**Thiago Almeida:** E eu gastei um dia inteiro nisso. E é coisa que a gente tem que evitar. A gente não tem tempo para desperdiçar trabalho.

**Ângelo Dias:** O que às vezes, na minha visão, acaba fazendo com que algumas coisas não saiam tão boas quanto poderiam ser, porque é tudo a toque de caixa, é tudo para

ontem e... “Terminei, é assim?”. Não está nota 10, mas está nota 7 e eu preciso fazer mais oito desses. Então, esse aqui vai ficar nota sete e depois a gente vê, muitas vezes, o depois nunca chega. Isso acaba acontecendo. Nos Tudo Sobre, esse esmero é outro. É bem maior, é bem diferente. Tem um investimento diferente também, uma cobrança até diferente.

**Autora: O Tudo Sobre teve um correspondente no impresso, todos eles, ou não?**

**Rubens Alencar:** Todos tiveram. Belo Monte teve, o Golpe Militar teve, contrabando...

**Ângelo Dias:** Mas foi caderno?

**Rubens Alencar:** Caderno.

**Rogério Pilker:** Belo Monte não teve caderno. Belo Monte teve uma dupla em ilustríssima. O Golpe teve um caderno.

**Rubens Alencar:** Contrabando teve? Não lembro.

**Rogério Pilker:** Teve seminário, teve caderno e teve especial.

**Rubens Alencar:** Crise da Água teve.

**Rogério Pilker:** Da floresta sem fim eu não lembro.

**Rubens Alencar:** Teve sim, todos tiveram. E esse que está saindo na próxima semana vai ter uma versão impressa, também vinda da adaptação do digital.

**Autora: pensando sobre tudo isso, para vocês, qual é o grau de investimento em tempo e dinheiro da Folha no Tudo Sobre? Eu percebi que foram feitos vários, e depois não mais.**

**Rubens Alencar:** Aquele fator novidade, pode se dizer assim. “Fizemos um Tudo Sobre. Nossa, que bonito!”.

**Ângelo Dias:** Vamos fazer dez.

**Rubens Alencar:** Houve uma meta de fazer cinco Tudo Sobre por ano. Era isso, né?

**Rogério Pilker:** Eram quatro.

**Rubens Alencar:** A gente acabou o Belo Monte em dezembro. Foi em dezembro, né?

**Rogério Pilker:** Foi fim de dezembro de 2013.

**Rubens Alencar:** Uma semana antes, chegou o pedido para fazer o Tudo Sobre o Golpe Militar, que no ano seguinte ia fazer 50 anos do golpe. Aí começaram vários pedidos, em 2014.

**Rogério Pilker:** Aí teve o da Crise da Água, foi em agosto...

**Rubens Alencar:** setembro. Foi no mês das eleições. Então, em 2014, foram três, em 2015 um e esse ano mais um. Porque acabou o fator novidade.

**Rogério Pilker:** É, e tem outro detalhe, esse ano foi um ano complicado. Teve eleições municipais, olimpíadas, impeachment, acompanhamento da Lava-Jato, eleições americanas. Então foi difícil alguém focar e ter uma ideia que vale a pena.

**Rubens Alencar:** Teve um outro fator também que é o enxugamento da redação. Como desde lá, tivemos vários enxugamentos, temos uma equipe menor. Então, estes trabalhos, eles têm que ser muito bons para valer o investimento.

**Autora: e a largura da banda da internet influencia neste trabalho?**

**Rogério Pilker:** Sim. Muito.

**Rubens Alencar:** Dos dois lados. Tanto do servidor...

**Ângelo Dias:** Do nosso e do cliente, do usuário

**Rubens Alencar:** A gente tem uma alimentação interna, um servidor para alguns tipos de arquivo, ele tem uma limitação de tamanho, não pode passar um tamanho de cinco megabytes, mais ou menos.

**Ângelo Dias:** O que é bom. Essa limitação é boa, porque a gente não vai colocar um arquivo de 30 megabytes para o cara baixar na casa dele.

**Thiago Almeida:** No celular.

**Ângelo Dias:** No 3G.

**Rubens Alencar:** Mas, a gente tem essa limitação. E também, 30 megabytes, o cara fica dois minutos para baixar um mapa.

**Ângelo Dias:** Eu acho que isso pode entrar naquela lista de coisas que a gente estava falando de dificuldades da internet. Não adianta você fazer um puto especial, lindo, fotos gigantes, tudo mais, se demora 12 minutos para o cara ver no celular, porque tem que baixar 20 megabytes. Não dá.

**Rogério Pilker:** Eu lembro que um dos Tudo Sobre, o Zimmerman tinha até uma piada que ele falava. “Meu, isso está muito pesado, você acha que alguém lá em Muzambinho (cidade dele), tem alguma internet que vai conseguir abrir isso? Pessoal lá não vai conseguir acessar”.

**Rubens Alencar:** Mas, em São Paulo, você também tem regiões que não tem internet.

**Ângelo Dias:** Eu morei 12 anos em um lugar sem internet, então...

**Rubens Alencar:** Então, a gente acaba: “Meu, legal, mas está pesado. Vamos diminuir isso aqui”. “Tá lento”. “Você está fazendo alguma coisa na programação que está demorando muito para processar. Vamos parar e investigar isso”. Às vezes, uma parte do código tem que ser mais leve.

**Rogério Pilker:** O da água, lembra? O capítulo da água? O final que era sobre...

**Thiago Almeida:** Ah! O dos pingos.

**Rogério Pilker:** É, que tem uma água descendo. É o último capítulo. Aí eu estava usando uma tecnologia que simulava gotas de água na janela, gotas de lama na tela. Só que isso exigia tanto do processador. Que eu falei: “meu, no Mac aqui ainda está ok, se você pega um computadorzinho vagabundo, vai explodir. Não vale a pena”. Todo mundo adorou, mas eu falei: “cadê as gotas”. “Não dá”. Tirei, mas era para ter. Ficou super legal, mas...

**Ângelo Dias:** Acontece também aquela questão de comunicação entre equipes, né? Que a limitação é até interna. A gente quer fazer um especial maravilhoso, lindo, que a foto vai ocupar a tela inteira. O cara abre em Mac, com a tela gigante, e fala: “nossa, mas essa foto está em baixa qualidade”. Não é que a foto está em baixa qualidade, é que a foto com 100% da qualidade dela pesa quatro vezes mais do que com a qualidade em 60%. Aí ele fala: “mas eu vou ver assim, com a foto feia?”. Aí a gente fala: “você quer que o cara veja a foto ou não? Porque, se você quiser que o cara veja a foto neste tamanho, ele não vai ver, nunca vai carregar, vai ficar carregando, carregando e acabou. Vai ficar rodando o *loading* da Folha para sempre”.

**Thiago Almeida:** Está entrando, na verdade, naquilo que o Pilker falou. O conceito está bom, mas a gente está melhorando ainda nisso. Por exemplo, do primeiro Tudo Sobre até o último, ou os nossos especiais que a gente está fazendo aqui, no caso das fotos, a gente aprendeu a utilizar mais, a deixar elas mais leves e com qualidade. Ainda não é o perfeito, mas a gente está melhorando.

**Autora: e seria um problema só do Brasil ou do mundo?**

**Rubens Alencar:** Não, não. Da internet em si.

**Thiago Almeida:** É que é tudo muito novo.

**Rogério Pilker:** Tudo é muito novo, e vai renovando muito rápido.

**Rubens Alencar:** E aí as empresas que funcionavam (?) como browser, eles não saem acompanhando as evoluções, porque tem várias documentações, várias especificações a serem seguidas, então, assim que você implanta aquilo, já tem uma nova.

**Ângelo Dias:** E é aquela coisa da dificuldade do entendimento da diferença do impresso para a internet. A gente estava falando de *software*. O cara usa InDesign CS4, aí, no ano que vem, lança o InDesign CS5. É um ano de diferença. Para a gente, são meses. Esse mês tem uma especificação técnica do código, daqui a dois meses, essa especificação já é velha, a gente já está numa outra especificação. E muitas das coisas que não só gente produz, mas que a internet produz, “não sei o que é, vamos testar isso aqui”. Deu certo? Deu certo, vamos continuar testando isso aqui. Mas, espera aí. Lançaram isso aqui que melhora isso aqui. Então vamos testar isso aqui. Aí, passou um mês, passaram dois meses, a gente viu que aquilo lá era melhor. Então é muito teste.

**Rogério Pilker:** E, às vezes, tem umas plataformas que você vai usando. “Nossa, esse aqui é o futuro”. E você vai ver, o outro estava ali embaixo. Tipo, seis meses depois.

**Ângelo Dias:** Não dá. Não dá para você falar mais isso. Você não consegue esse discurso de “isso é o futuro”.

**Rubens Alencar:** A tríade continua: HTML, CSS e Java Script.

**Thiago Almeida:** Por enquanto, né?

**Rubens Alencar:** A lei desses arquivos é que muda muito. Se você olhar o código do Belo Monte hoje, o código do Java Script, do CSS, a gente fala: “nossa!”. Passo mal... “Sério que a gente fez isso?”.

**Ângelo Dias:** São jeitos de escrever. De fato, é assim.

#### **Autora: Como vocês recebem e trabalham com esse material bruto? É difícil trabalhar com as diferentes linguagens?**

**Thiago Almeida:** É que a gente não faz tudo, né? A gente monta e a gente pensa em conjunto com toda a equipe hoje.

**Rogério Pilker:** Vários especiais você tem que chegar assim, e você tem que dar uma orientação para a pessoa da foto, para pessoa do texto, uma orientação para a pessoa do vídeo. O trabalho é em equipe, mas a gente que está aqui com o HTML final, todo final na mão, a gente é a ponta do funil, a gente vê tudo. A gente fala “isso daqui não está conversando com isso, que não conversa com isso. Chama não sei quem, não tem como ele fazer deste jeito?”.

**Ângelo Dias:** Você fez um texto de três parágrafos e pôs seis fotos. Tem um texto que tem dois anos de leitura e não tem uma foto.

**Rogério Pilker:** Você tem que acabar editando conteúdo, editando um pouco de foto, coordenando um pouco de vídeo, fazendo o *design*, porque a gente é *designer* também.

**Ângelo Dias:** No fim das contas, aquilo que você falou é importante. A gente é a ponta do funil.

**Rogério Pilker:** No contrabando foi assim.

**Ângelo Dias:** Todo mundo produziu um monte de coisa, mas a gente que...

**Rubens Alencar:** No contrabando, até o nome quem sugeriu fomos nós.

**Rogério Pilker:** No contrabando foi tão pouco tempo, só que eu já tinha feito vários outros. Então eu já pegava, já jogava o texto lá, já via. “Ah, não, esse vídeo eu tenho que descer para cá”, o texto eu encaixava, se eu descesse um parágrafo, já não fazia sentido, então, colocava aqui, mas distribuía de um jeito que desse uma leitura boa. Acho que, inclusive, é um dos que têm uma edição melhor.

**Thiago Almeida:** É curadoria gráfica, né? A gente sempre tem que fazer.

**Rogério Pilker:** Não adianta você colocar isso aqui em baixo, mas você não saber o que está falando em cima. Você ainda tem que entender o conteúdo para você pode encaixar aquela arte, aquele vídeo.

**Rubens Alencar:** Praticamente eu e o Pilker, a gente criou essa cultura de: “ah, que legal, é um Tudo Sobre, vamos ver o conteúdo primeiro, para ver, ah, não, isso aqui está ruim”. Às vezes a gente nem sugere a gente fala: fica melhor aqui, pronto”. A pessoa pergunta: “mas por que mudaram?”. A gente fala “a gente mudou por causa disso, disso e disso”. Aí a pessoa acaba aceitando ou não.

**Autora:** E qual o impacto que vocês esperam do Tudo Sobre no leitor? Algum sentimento, emoção ou ação?

**Rogério Pilker:** A primeira coisa que eu penso, quando estou fazendo um Tudo Sobre, é chamar a atenção do leitor. Que a partir do momento que você chama a atenção do leitor, você gera engajamento de ter a curiosidade de ler aquele texto e tentar entender aquilo até o final.

**Ângelo Dias:** É o interesse, eu acho.

**Thiago Almeida:** para absorver aquela informação. Eu quero que o leitor entenda. Eu acho que a gente não sabe o quanto ele vai conseguir entender. Interesse.

**Ângelo Dias:** Na internet, como a gente tem hoje, que tem essa superinformação, muita coisa para ler, muito texto. O cara, para ele ficar três minutos no seu site, quatro minutos, você já fica: “nossa, estou supercerto”. Teve o transamazônica, eu acho. Três ou quatro minutos...

**Rogério Pilker:** Não, foi o anterior.

**Rubens Alencar:** Tudo Sobre a Água?

**Ângelo Dias:** Acho que a água foi bastante.

**Rogério Pilker:** sete minutos, em um capítulo.

**Thiago Almeida:** Caraca! Sete minutos é bastante coisa!

**Ângelo Dias:** Então, o cara ele parar e ficar sete minutos olhando para a tela do computador, nosso trabalho deu certo.

**Thiago Almeida:** A gente vai dormir feliz.

**Autora:** Teria mais alguma coisa que vocês gostariam de acrescentar e eu não perguntei?

**Ângelo Dias:** Eu acho importante diferenciar, separar o Tudo Sobre das outras coisas que a gente produz aqui é que, assim, esse fator da novidade ele existiu, agora ele passou para outros produtos que a gente faz.

**Autora:** como o quê, por exemplo?

**Ângelo Dias:** Tem um especial intermediário que a gente faz que ainda não tem um nome estabelecido.

**Rubens Alencar:** A gente apelidou ele, por enquanto, de “Sobrinho”.

**Ângelo Dias:** A gente apelida ele de “Sobrinho” porque não é o Tudo Sobre, é menos isso.

**Rogério Pilker:** É um Tudo Sobre pequeno.

**Ângelo Dias:** Que é um formato que a gente desenvolveu, que o Pilker fez praticamente muita coisa sozinho. E tomou o gosto de todo mundo, e todo mundo quer fazer toda hora e a gente fala: “Não dá, vocês vão queimar o formato, porque ele vai perder o caráter de especial dele. Então, a gente tenta fazer essa diferenciação nos especiais que a gente produz.

**Rogério Pilker:** Um especial nunca é um especial se ele vira padrão.

**Ângelo Dias:** Por isso que a ideia de fazer vários Tudo Sobre por ano, é uma ideia que diminui o valor do Tudo Sobre. O ideal é ele ser de fato *down break*. “Meu, vai sair um Tudo Sobre”.

**Rogério Pilker:** “Boom! Saiu um Tudo Sobre da Folha”.

**Ângelo Dias:** É grande. Não é uma coisa todo fim de semana sai um diferente. Eu acho importante essa diferença de relevância dos produtos.

**Rubens Alencar:** Criar categorias, nichos.

**Ângelo Dias:** O Tudo Sobre é o mais importante.

**Rubens Alencar:** é mais importante que o Sobrinho, tem uma outra avaliação mais pobre que é o Tema e depois vem a reportagem normal. Então são essas quatro variações de tipos de matérias que a gente produz na Folha. A parte do dia a dia, Temas que é um especialzinho ali mais ou menos, tem o especial e o Tudo Sobre.

**Thiago Almeida:** Eu acho que eu só tenho mais uma coisa sobre... Um desabafo, na verdade. O que falta na redação hoje é as pessoas pararem de pensar que o especial é daqui dois dias. Que é aquela coisa do papel. “A gente precisa pensar hoje de noite e é isso”. Não, a gente precisa planejar, a gente tem um mês para fazer isso. No mínimo um mês para fazer um especial. Isso aqui na Folha ainda é complicado.

**Ângelo Dias:** Qualquer especial.

**Rubens Alencar:** Qualquer especial, a palavra-chave de qualquer especial que você esteja fazendo, você tem que ter planejamento. Se você não tem planejamento, se você não conversa com as pessoas envolvidas, desde o começo, a chance de dar errado é muito grande. A chance de ser um produto aquém do esperado, de dar algum problema, é muito alta. Você tem que planejar com todo mundo junto desde o começo, se não, não adianta.

**Ângelo Dias:** E isso é muito nocivo a nossa equipe. A gente começa o especial antes de todo mundo, porque a gente tem que pensar se tem condições de fazer o que eles estão pedindo, e a gente termina o especial depois de todo mundo. Porque, o cara que está acostumado com impresso, ele mandou o texto para o diagramador, foi para a gráfica, acabou o trabalho dele. Ele vai embora para casa, sei lá. O cara que está fazendo o especial do *online*, ele não pode ter essa cabeça. Ele tem que saber que ele mandou o texto para a gente, então ele vai checar se o texto está dando certo, se a página está carregando, se a arte está no lugar certo. Amanhã ou depois de amanhã, ninguém viu que aquilo não funciona no Explorer. A gente testou, na hora da correria deu algum problema, não conseguimos ver. E para o jornalista, o repórter normal, o redator comum, ele não está nem aí. Não é culpa dele, vamos dizer assim, é uma mentalidade que ele precisa criar.

**Thiago Almeida:** É uma coisa que a cultura na Folha. É porque a Folha sempre foi um jornal impresso. Então, agora que está com internet, as pessoas não entenderam que mudou, que é diferente. E, eu não sei, a empresa está mudando. A gente sente que, do Primeiro Tudo Sobre para hoje, as pessoas entendem que a gente demanda mais tempo. Só que ainda é novo. Todo mundo pensa que dá para fazer todas as coisas. “Ah, dá uma semana, deixa uma semana ele fazendo”.

**Rogério Pilker:** O primeiro pedido que foi feito, no Primeiro Tudo Sobre, era: a gente precisa de tudo pronto 15 dias antes de fechar. Foi o pedido que a gente fez no Primeiro Tudo Sobre, em junho ou julho de 2013. Até hoje esse pedido não foi atendido.

**Thiago Almeida:** É, por exemplo, os “Sobrinhos”, a gente fica no dia em que vai sair, a gente está mexendo, no dia que saiu ainda.

**Rogério Pilker:** Eu fiquei aqui até 2h30. Oficialmente, entrava no ar às duas da manhã. Meia hora depois de começar eu ainda estava... Três dias seguidos, do meio-dia até duas e meia da manhã.

**Thiago Almeida:** E aí sobrecarrega todo mundo.

## APÊNDICE B– TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM O EX-EDITOR ADUNTO DE ARTE DA FOLHA DE S.PAULO, MÁRIO KANNO.

### **Autora: Quais as ferramentas (*softwares*, linguagens de programação) são utilizados para a construção dessas GRMs?**

**Mario Kanno:** Foi desenhado todo em HTMLs. A gente tem um padrão da Folha que a gente tem que seguir, e as páginas do Tudo Sobre têm que ter um visual diferente. Então foi criado um produto para cada um dos Tudo Sobre. Para cada um dos Tudo Sobre foi criado e modernizado. Antes de Belo Monte a gente já tinha feito, o que pouca gente sabe, é que antes de Belo Monte a gente já tinha testado. A arte, a gente já estava trabalhando paralelo da redação, sem a redação, sem o consentimento até da redação. O jornal, ainda hoje, aposta muito no impresso. Muita energia dedicada ao impresso. E, para fazer as coisas para a internet, tinha que fazer as coisas meio às escondidas até. Não era visto com bons olhos estar ali apostando na internet. Eu era o editor adjunto, o editor mesmo era o Fábio Marra, e ele me deu essa liberdade de falar: “a gente tem que estar lá. Sei que a secretaria de redação não está com essa vontade toda de investir na internet, só que vai virar lá, não tem como”. Isso, há muito tempo atrás. Então, a gente começou a fazer algumas iniciativas, ele deixou eu contratar algumas pessoas, a gente fez umas maracutaias ali para contratar *designers* que soubessem programação, e eventualmente um programador. E, assim, a gente começou a aprender a fazer esses negócios. Então, quando entrou o Tudo Sobre, ele tem que funcionar com toda a questão que tem o site. Se tivesse começado ali, não teria feito, porque não ia dar certo, é muito complexo, muito difícil. Não fazer o produto, não programar o HTML, só que você tem que programar e tem que funcionar dentro do site que é a Folha, que tem milhares de particularidades, um sistema de publicação que é só da Folha, não é *wordpress*, não é nada, um sistema que foi criado para a Folha. Então, a gente já tinha trilhado um caminho bem grande e a gente já estava com vontade de fazer coisas legais, de fôlego, e barrados pela secretaria. “Não, não pode, não tem gente, não tem dinheiro, não vale a pena...”. Até o New York Times fazer o *Snow Fall*. Aí o pessoal falou: “Olha, que legal isso daí!”. “Então vamos fazer?”, “Vamos fazer”. Mas aí a gente já tinha um pouco de conhecimento sobre isso. E daí foi ter que construir. A publicação dela foi toda redesenhada, refeita, montada desde o zero, tanto que o primeiro, o Belo Monte, ele é todo feito do zero, o texto inclusive, é tudo colocado à mão lá dentro, não tem nada de puxar um arquivo externo, é tudo enfiado lá dentro. E o *software*, a gente sempre tentou usar tudo que tem de novo. Então a gente usa 3D, cinema 4D e Illustrator, lógico, usa After Effects para fazer filmes, usa Unity para fazer games, (?) para fazer 3D interativo. De acordo com que a gente precisava ia usando para fazer coisas diferentes. Mas a estrutura é toda HTML5.

### **Autora: como era a aquisição dessas ferramentas?**

**Mario Kanno:** HTML5 tem que ser o código. A pessoa tem que sentar lá e fazer. Não tem um *software* que faz. Tem que pagar pelo programador. Eu preferia muito mais pagar um *software*, do que um programador, que é um inferno. Você não sabe quanto custa isso. De noites mal dormidas, de problemas, de *bugs* que dão. Tem que pagar e paga-se muito caro, até. Na verdade, é barato, isso mesmo que você falou. Você faz, você programa, você não depende de ninguém. Depende de vontade editorial. O cara: “ah, eu quero fazer isso. Eu vou precisar de mais um programador, um não consegue fazer sozinho. Vou precisar de apoio da TI”, coisa que não tinha, porque eu queria fazer uma coisa, a TI não deixava. Então uma demanda grande de coisas que a gente queria fazer na arte, eu vou falar eu aqui, mas é lógico que eu, Marra, equipe, é só um jeito de se expressar, muitas coisas que havia pedido da arte para a TI, que é um departamento novo que entrou. E a TI tem o dever de proteger o sistema, na cabeça deles é isso. E se, para proteger o sistema, você tem que atrasar o jornal, tem que

parar o jornal no tempo, tipo, você não pode colocar uma novidade da internet no jornal porque vai acabar o mundo. Então, eles não deixavam a gente fazer nada. Aí, com o Tudo Sobre, eles tiveram que abrir uma porta para a gente, e aí começamos a fazer coisas. Todas as coisas que eles falavam que não dava para fazer, a gente conseguiu começar a fazer.

**Autora: Antes do Tudo Sobre, as produções multimídia eram feitas com Flash?**

**Mario Kanno:** A gente fez flash. Tudo o que é novidade eu gosto. Então teve o meu tempo de Flash, segurei as eleições com Flash, fiz páginas com Flash, game. Daí depois matou o Flash, Steve Jobs matou o Flash, aí fiquei órfão um tempo. Aí a Adobe lançou um programa chamado Adobe Edge, aí eu comecei a usar, mas tinha um outro, tipo dessas publicações que você só copiava e colava o código, mas não eram tão boas, mas você usava para experimentar. Tudo o que era para experimentar, diferente, eu gostava de ficar testando.

**Autora: E a iniciativa era sua ou do jornal?**

**Mario Kanno:** era iniciativa da editoria de arte. Porque a demanda do digital, tinha uma ou outra pontual, mas era muito em cima do impresso. “Ah, vai sair um negócio hoje, eu tenho que fazer isso para a internet”. E, para você fazer o HTML, para desenvolver essas coisas, você demora um tempo. Para fazer uma coisa que tenha interatividade, mesmo que fosse com Flash, isso demora um tempo. Então, você tem que saber antes, não dá para você saber no dia e produzir no dia. Então isso dava um certo descompasso. Se era um projeto como eleições, ou alguma reportagem especial, a gente conseguia fazer alguma coisa acontecer bem. No dia era mais difícil.

**Autora: Houve alguma dificuldade nessas linguagens de programação, além de ter que contratar os programadores?**

**Mario Kanno:** é que o HTML você faz e testa local. Funcionou. Aí você faz e testa no seu computador um pedaço do código. “Ah, funcionou aqui, tá joia”. Aí, você tem que pegar esse pedaço do código e colocar na rede, na internet mesmo, escondido que seja para você fazer um teste para ver se está funcionando. Aí você tem que testar isso no servidor da Folha, que é completamente maluco, é diferente, pode bloquear várias coisas. Às vezes, o servidor da Folha vai bloquear o Java que está sendo utilizado lá. Beleza, aí funcionou. Aí você fez milhares desses pedaços, tem que juntar tudo, colocar no produto, fazer os testes e jogar lá. E até os jornalistas, por herança do impresso, só deixam para ver as coisas quando já está no papel. Você pode passar o texto, o PDF, milhares de vezes para ele, ele só vai ler esse texto quando estiver impresso. Aí, ele vai ver com atenção. “Ah, olha, isso aqui está assim”. Então, quando terminava a página, estava mais ou menos pronta, aí que a pessoa ia revisar. “Não está bom esse botão, não está ok isso daqui...”. “Cara, a gente está trabalhando com isso aqui faz um tempão”. Então, a redação também tem que aprender com a TI que tem uma série de passos, que não dá para resolver tudo em um dia, que você tem que ter uma certa programação já, e que isso tem que ser respeitado. Então, a redação também tem que aprender essa parte. Aí depois que você fez tudo, isso tudo está funcionando, aí que as coisas começam a funcionar. Por isso que, no primeiro Tudo Sobre, nesse formato, que era grande, robusto, que foi Belo Monte, eu já tinha pedido para o Marcelo Leite, inclusive, “eu preciso destes textos fechados 15 dias antes”. Esse projeto começou com uma previsão de demorar seis meses. Lógico, esse tempo, consome tudo, desde viajar, editar, montar os vídeos, fechar, escrever. A gente montar toda a programação, montar tudo como iria ser feito. E nenhuma das pessoas parou para ficar fazendo só isso. Depois, o texto chegou ao final, nos últimos dias, na última semana. Quando o Pilker ainda estava corrigindo coisas que estavam dando problema, quando subiu na Folha, tudo que estava lindo, funcionando, não andava. Isso porque a gente já estava fazendo testes antes. E o Marcelo Leite, com uma lista de correção de texto. Porque

ele tinha passado o texto, mas não estava revisado. Aí ele foi ver o que era corrigir um texto no HTML direto. Cada vez que trocava, o Pilker tinha que refazer e trocar, porque o Marcelo não via como aquilo era feito. Mas aí, não dava mais, ele teve que sentar do lado e ver. Você sabe aquela tela do Matrix, preta, com 80 mil quilômetros? Agora procura a palavra que você vai achar lá e troca cada um dos parágrafos. Aí ele falou: “puta merda! É assim?”. “Pois é, cara. Entendeu agora, porque eu precisava de tudo com 15 dias antes?”.

**Autora: Você acha que a largura da banda influencia nisso ou não?**

**Mario Kanno:** Influencia muito. E alguns conteúdos, alguns Tudo Sobre que a gente fez, as pessoas não sabem, mas no *mobile*, algumas coisas tiravam, não funcionavam, já eram feitas para não funcionar lá. Chegava no tamanho de *mobile*, o cara detecta que você está no *mobile*, essas coisas aqui joga tudo fora para você entrar e ficar levinho, carregar o texto e carregar as coisas, para dar uma experiência boa para o usuário. Tudo isso é levado em conta.

**Autora: Para o serviço de vocês a largura da banda da internet não influencia, mas na hora do usuário acessar sim?**

**Mario Kanno:** É isso. A gente faz isso pensando que isso vai ser usado por alguém. Vai fazer uma coisa que é superlegal, tá funcionando superbem, quando for publicado vai ficar dando relógio.

**Autora: Há dificuldade na hora de reunir os diferentes códigos?**

**Mario Kanno:** Tem uma coisa que é fazer o código, é isso que a gente está conversando bastante. Isso é uma coisa. A parte que interessa para o jornalismo mesmo, é a parte de fazer o conteúdo. Quando o Marcelo Leite começa a fazer o negócio, a gente vai acompanhando os textos dele desde... “Marcelo, eu preciso do primeiro texto seu”. “Não tenho o texto ainda”. “Quando você tiver o primeiro texto, a gente vai prever algumas coisas que você vai precisar. Vai precisar de um infográfico aqui, isso aqui, isso aqui...”. Mas eu precisava do texto dele para saber, para dar um ritmo na leitura dele. Então, aqui vão entrar as fotos, depois vai ter um gráfico, depois vai ter isso. Aí, depois, quando ele entendeu isso, ele já passava o texto marcado onde entrava cada uma das coisas. Eu já sabia mais ou menos onde estavam as figuras, que figurava que estava, como ia ser contada a história e como a gente ia mudar isso. “Aqui tem muita foto, então aqui vamos diminuir aqui, vamos fazer uma galeria. Aqui tem um texto que está muito grande, então uma frase, um mapinha que está relacionado com esse momento do conteúdo”. Então, isso só funciona com a integração do desenho, da arte, do *design* com o conteúdo. As pessoas leem diferente hoje em dia. Se você pegar o Tudo Sobre a Água, a primeira parte dele tem um monte de coisas. Tem um vídeo, aí tem um mapa interativo, tem estático do lado, tem gráfico... Só na primeira parte tem cinco ou seis coisas, só na primeira página. E textos. Se você trocasse tudo aquilo ali por textos, imagina o tamanho que ia ficar aquilo? E a impossibilidade de você ler aquilo inteiro, as pessoas não iam ler. Porque as pessoas leem cada vez menos, essa é a realidade.

**Autora: Então a base de tudo era o texto e a partir dele vinha o restante?**

**Mario Kanno:** Não, a base de tudo é a história. Vamos entender melhor. O texto não é base porra nenhuma. O texto é uma das maneiras de você contar a história. Você não conta tudo com o texto. Você mesmo, na sua vida pessoal, você não conta, você aponta, você mostra, você gesticula. Você quer contar uma história. Como você conta uma história? Você viajou, você foi para a Espanha, aí você volta e monta um texto para as pessoas. “Agora vocês leem essas 40 páginas e vocês vão saber sobre a minha viagem para a Espanha”. É assim que você conta a história? Não, você mostra as fotos, as melhores fotos, você conta um

detalhezinho. Então, é do mesmo jeito que você vai tratar o leitor. Se tem foto, vamos mostrar foto, se é melhor ser contada com vídeo, vamos dar vídeo, se é melhor você fazer um diagrama, um esquema para contar a história, vamos fazer um infográfico. E se é melhor escrever um texto, vamos fazer um texto, mas não vamos partir do texto. É que, como o Marcelo Leite é um repórter de texto, a gente usava esse texto como guia. Você olhava, você via os textos, mas as artes, os infos e as fotos já estavam lá. É que, se elas já estivessem todas lá montadas (?)... O texto é a espinha dorsal nesse caso. A gente escolhia depois não só a melhor linguagem para contar certa coisa para o leitor. “Ah, mostrar a Cantareira”. Aquele é o momento, tem lá um drone, viajando sobre a Cantareira para mostrar como ela estava seca. Para mostrar o que era o sistema, como o sistema era interligado, daí era tipo um vídeo. Cada uma escolhida de acordo com o que você queria contar, mostrar.

**Autora: Mas vocês recebiam esse material e já pensavam nas interações como você disse, né?**

**Mario Kanno:** Já pensávamos em tudo. Como eu falei, no primeiro capítulo do Tudo Sobre a Água, dá para ver bem isso. Abre um vídeo, depois tem um mapa, depois tem estático... Não tem repetição. Do mesmo jeito que o texto não repete, a gente tentou dar vários tipos de informação, vários tipos de linguagens, para dar variedade.

**Autora: Você falou que a pessoa que trabalhava no Tudo Sobre não ficava só por conta disso, é isso mesmo?**

**Mario Kanno:** Às vezes, no fechamento, acaba ficando. O Pilker, que estava com a programação, em um certo momento, ele começa a fazer só isso mesmo. Fora isso, menos. Fazer *layout* e tudo. Quando estava o Simon, que participou comigo de alguns projetos, tem que fazer um game, igual ele queria fazer, aí deixava ele mais com isso. Mas ficava 90%, 80%. Acontecia alguma coisa, caía um avião, para tudo e vamos cuidar do avião. Fim de semana, fazer plantão. E eu muito menos, porque era cuidar do Tudo Sobre, fazer essas coisas, administrar as pessoas envolvidas ali da arte. Não dava para você parar oito pessoas, mas, se cada um fizer um pouquinho, você dilui isso, um nem vê o que o outro fez. E eu fazia isso, mas, ao mesmo tempo, já estava fazendo reunião, cuidando de especiais, fazendo outras coisas. Tudo Sobre era mais uma coisa. Era um projeto de seis meses e uma reunião a cada quinze dias, ficava administrando o que cada um estava fazendo. Não ficava seis meses parado fazendo, seria realmente... Seis meses é o tempo que durou. É que nem uma gestação. A pessoa não fica nove meses deitada. É uma gestação, as coisas estão rolando. Mas a gente vai fazendo as coisas ali. Quando chega ao trabalho de parto realmente, aí beleza. Agora vai. No trabalho de parto, foi o Pilker e eu que demos à luz. Basicamente, no final mesmo, foi... Porque, o Pilker que estava com todo o código, sempre tem aquela coisa de descobrir uma surpresinha no final, que não está dando certo. Algum Java, algum *script* que a gente não estava atento. E o meu na reta, né? Porque você fazer um produto para a internet é legal, porque você não precisa ter um dia para você publicar, na verdade. Mas, na cabeça do jornal, tinha que ter o dia. E aí, tem que dar chamada no impresso. Você dá a chamada e dane-se. Cada um é cada um.

**Autora: há mais alguma coisa que você gostaria de acrescentar?**

**Mario Kanno:** Para funcionar um Tudo Sobre, não dá para você funcionar em uma estrutura tradicional de jornal. Hierarquia. “Eu sou o chefe, eu mando em tudo e vocês fazem”. Isso não é mais. É uma coisa o Brasil não está muito acostumado, que é o trabalho em equipe. Isso é, tem chefe, o chefe tem que ser respeitado, mas você tem que conviver melhor. Principalmente quando você tem uma fluência, você tem o cara do vídeo, você tem o cara do texto, você tem o cara da imagem, você tem o ilustrador, você tem o infografista, tem o

*designer*, o programador, você tem um monte de pessoas com talentos diferentes, todos eles têm que ser jornalistas. Cada um deles vai saber dar a melhor solução ali. Que é mais próximo do que a gente vai ver aí, hoje em dia, nas empresas que estão dando certo. Menos militar um pouco. Mas isso não quer dizer que não tenha que ter menos chefia, um pouco diferente da nossa cultura. Tem uma certa dificuldade no Brasil de trabalhar em equipe. As pessoas confundem um pouco equipe com... “Ah, agora todo mundo pode tudo! Eu tenho que falar, eu não tenho que obedecer”. Não, equipe é ao contrário. Tem que ter compromisso entre as pessoas. Então, isso é meio difícil. E é muito confortável você trabalhar com chefe; “Por que você está fazendo isso?”. “Ah, porque me mandaram. Mandaram eu fazer, estou fazendo. Tem até e-mail, quer ver?”. Aí é difícil. Só que isso acontece em equipe também. É tudo novo, tudo legal de fazer.

APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM A EDITORA DE DIGITAL DA FOLHA DE S.PAULO, CAMILA MARQUES.

**Autora: Qual é o grau de prioridade dado por esta empresa para execução de Grandes Reportagens Multimídia?**

**Camila Marques:** Grandes reportagens e grandes reportagens multimídia são quase sinônimos. Quando uma pauta extensa e especial é proposta e começa a ser executada, ela já nasce com o enfoque de ser também multimídia (fotos, vídeos, uma narrativa especial mais longa na *web*, etc)

**Autora: Por que a empresa começou a produzir este tipo de reportagem? De onde surgiu a ideia de construir reportagens utilizando múltiplos códigos?**

**Camila Marques:** Se por múltiplos códigos você quer dizer recursos (texto, infografia, vídeos e fotos), a Folha já trabalha com tais recursos há anos. Reportagens mais contínuas, com a narrativa encadeada, a Folha passou a fazer após a publicação, pelo NYT, de um especial nestes moldes (<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall>).

**Autora: Qual é a expectativa de vocês em relação à recepção destas matérias que envolvem diversos códigos? Que tipo de leitor vocês esperam atingir?**

**Camila Marques:** Trata-se de um formato interativo, que aumenta o nível de engajamento e imersão. A expectativa é ser mais atraente e relevante para o leitor, seja para o que conhece a fundo o assunto seja para o leitor casual, que se sente atraído pelo publicado. A expectativa é atingir o máximo de leitores possíveis.

**Autora: A empresa investe recursos financeiros e tempo na execução de Grandes Reportagens Multimídia?**

**Camila Marques:** Sim. O investimento é alto para pautas especiais, da coleta de dados e reportagens à finalização, com programadores, editores e infografistas.

**Autora: A Folha disponibiliza as suas grandes reportagens multimídia gratuitamente. Sendo uma matéria maior e mais profunda, parece-me que mais trabalhosa, por que então esse conteúdo não é cobrado?**

**Camila Marques:** As grandes reportagens multimídia são enquadradas nas mesmas regras de todo o conteúdo do jornal, dentro do *paywall* poroso (hoje, a leitura de cinco URLs é gratuita, sendo necessário cadastro para ler até dez. Depois disso, é preciso ser assinante). A Folha faz outras grandes reportagens, dá furos e publica especiais exclusivos tão importantes quanto as grandes reportagens. Assim, por enquanto, não pensamos numa cobrança diferenciada.

**Autora: Por que há poucas matérias neste estilo? Seria por que demandam muito esforço e, assim, demoram mais a ser produzidas ou por que a empresa acredita que o esforço para produzi-las não está valendo a pena?**

**Camila Marques:** Primeiro, sim, pois é muito caro e demanda muito investimento, de dinheiro e de tempo. E isso não quer dizer que não achemos importante, pelo contrário, mas que é inviável produzir mais do que produzimos hoje. Segundo, pois nem todo o conteúdo especial tem apelo para se enquadrar neste tipo de narrativa -e isso não quer dizer que não sejam importantes.

**Autora: Há uma política para que essas reportagens continuem a ser produzidas ou uma política contrária a isso?**

**Camila Marques:** A política existe, é debater, escolher, moldar e planejar que pautas no ano serão feitas com esse formato.

**Autora: Quais as características necessárias para um repórter atualmente? Quando um repórter vai ser contratado atualmente, o que vocês levam em consideração?**

**Camila Marques:** As características não mudam na essência das mesmas exigidas: se interessar por assuntos diversos, ler, se informar, ouvir. Mas no mundo atual, entender a dinâmica das produções, do tempo real e de tecnologia são diferenciais importantes.

## APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM O EDITOR DE VÍDEO DA FOLHA DE S. PAULO, DOUGLAS LAMBERT

**Autora:** para edição de material bruto, desse vídeo, quais são as ferramentas, os softwares utilizados?

**Douglas Lambert:** Na Folha, usava todo o pacote Adobe. Então a gente usava o Premiere para fazer edição de vídeos.

**Autora:** como eram tomadas as decisões referentes ao que iria ser apresentado ao público em vídeo?

**Douglas Lambert:** Eu posso falar mais pelo Belo Monte, que foi o que eu me envolvi mais, e o outro que eu me envolvi mais é um que você não está estudando, é o desmatamento. Que aí dá para você ter mais ou menos uma ideia. Os outros, que eu fiquei mais de fora, só ajudando as pessoas que estão produzindo aquilo, aí eu tenho menos a dizer. Mas o de Belo Monte, a produção de vídeo, a produção geral de vídeo na Folha, ela segue a produção de vídeo com roteiro em pós-produção. Isso quer dizer que, o repórter, quando vai para a pauta, ele tem pouquíssima informação sobre o que de fato vai precisar ser filmado. Isso é bom e ruim ao mesmo tempo. É bom, porque você abre mais a possibilidade de pauta para o que você vê no local, que é diferente de um modelo de documentário que você sai com o roteiro pronto. Mas isso é ruim, porque você pesa muito o trabalho do editor. Então o editor fica meio sobrecarregado dependendo do prazo que ele tem para trabalhar. O repórter geralmente sai com a pauta que ele precisa apurar. E aí eles dividiam: “Ah, você vai fazer essa pauta com tal pessoa”, aí eles meio se dividiam. Às vezes eles iam juntos, cada um fazia uma câmera e coisa do tipo. Então, a parte do repórter fotográfico em si e do cinegrafista, eles não tinham muita decisão sobre o conteúdo que eles estavam de fato gravando, era mais a ver com o que os repórteres estavam apurando. Eles têm liberdade de inserir coisas na hora, como um trabalho em equipe. Quando o material chegava para mim, eu não tinha poder de decisão nenhum. Como eles iam fazer uma segunda viagem, acho que eles fizeram uma em agosto e outra no começo de setembro, eu já tinha visto o material bruto e dito: “tem essa deficiência. A gente não tem um personagem de vídeo, de um funcionário da obra. E a gente não tem um índio para falar da questão indígena”. E aí, nessa segunda viagem, só o Lalo e o Marcelo foram e aí eles meio que focaram a produção de vídeo para esse conteúdo que estava faltando em vídeo. Belo Monte foi o primeiro material produzido desta forma. Quando este material foi produzido, eu virei o especialista não oficial em vídeo para Tudo Sobre da Folha. E aí, toda vez que tinha uma produção desses vídeos para Tudo Sobre, eu era automaticamente chamado para participar do projeto. Mas aí, a minha participação era, eu chegava nas reuniões e eles tinham a pauta dos temas que eles queriam tratar no projeto e quem eles iam entrevistar, os assuntos a serem tratados e tudo o mais. Eu meio que indicava as dificuldades para produzir isso em vídeo. Falava assim: “Esse material vai ser filmado em tantos dias, isso vai gerar em média tantas horas de material bruto a partir do modo como a gente filma. Esse volume de material bruto gera tantos dias de edição. E aí eu preciso de um prazo tal ou de tantas pessoas para entregar o material”. Eu fazia essa logística da produção de vídeo, mas eu não tinha controle nenhum sobre o que vinha. A gente nunca tem controle sobre o que vem.

**Autora:** Então, há a reunião de pauta, com várias profissionais, em que já surgem algumas ideias de vídeo. Mas a decisão mesmo ocorre durante a apuração?

**Douglas Lambert:** É mais ou menos isso. Essas reuniões de pauta eram mais para o começo do projeto. Na de Belo Monte, eu não participei. Eu só fiquei sabendo quando o Lalo foi pedir ajuda que ele precisava de um auxiliar ou alguém para fazer a assistência de fotografia para ele e fazer a parte de vídeo. A partir do momento que eu fiz esse projeto do

Belo Monte, que eu fiz toda a parte de pós-produção sozinho, desde (?), tratamento de cor, a definição dos temas dos próprios vídeos fui que fiz. A parte de vídeo, o Marcelo Leite confiou muito em mim. Ele falou: “Eu não entendo nada de vídeo”. Eu desenvolvi um método para conversar com ele, para ele ter acesso ao material que tinha sido filmado, porque, do jeito que a Folha trabalha, o vídeo não é acessível para todo mundo, porque é um sistema bem arcaico de distribuição de material. E aí eu criei um sistema para ele consultar esse material, e a gente foi discutindo, vendo junto com o texto onde cabia. Por exemplo, no multimídia onde cabia fazer as inserções daqueles videozinhos que vêm no meio do especial. O material da TV Folha mesmo, que é o documentário de 30 minutos, esse aí foi que eu fiz inteiro. Eu fiz baseado no texto, mas eu não consultei ninguém, foi tudo escolha minha. Aí, depois das reuniões de pauta, o que acontecia era, vinham os temas: “Vamos falar da seca em tal lugar, da água em tal lugar...”, e já ia uma pré-pesquisa feita, uma pré-pauta. E aí, o repórter, na produção da pauta dele, ele já via quem ele precisa entrevistar, os temas que precisavam ser filmados e, *in loco*, era decidido meio que na hora. Essas reuniões que antecediam as viagens não eram tão fechadas na produção, era mais para ter ideias de custo, quantas viagens iam precisar, mais ou menos quantos vídeos seriam feitos. Mas isso tudo na medida em que o material ia vindo, porque, como eu falei, a gente trabalhava com o roteiro em pós, que fica mais aberto para ver o que funciona e o que não funciona. Geralmente cabia. A gente conseguia fazer os vídeos que eram planejados. Tinha coisa que caía por dificuldade, coisa que aparecia. Mas a conta meio que batia com o que era pensado na reunião de pré-pauta. E essa reunião de pré-pauta era aberta para todo mundo decidir. Não era a ponto de fazer *brainstorming* para todo mundo saber o que ia fazer, mas era aberta à sugestão.

**Autora: E na hora em que esse vídeo bruto chegava para vocês, como vocês decidiam o que seria trabalhado em vídeo e o que seria representado por meio de outras linguagens?**

**Douglas Lambert:** Então, essas coisas já vêm decididas, no fundo, pelo o que foi gravado. Você não tem muito poder de decisão depois que foi gravado. O que aconteceu no caso do Belo Monte, o projeto em vídeo do Belo Monte cresceu muito, a partir do material que chegou. Se não me engano, tinha quase 40 horas de material bruto, e aí eles queriam fazer os vídeos para o site. E aí, o material quando chegava, ele já chegava meio que decidido. Então, vão ter essas entrevistazinhas que vão entrar no meio do texto, o motivo era meio arbitrário, no caso de Belo Monte. Parecia que, no começo, isso parece mais alguma coisa para mostrar a capacidade de produzir aquilo, porque essas entrevistas não necessariamente acrescentam algo que o texto não coloca. Em vários casos sim, mas não é obrigatório. Pragmaticamente, o vídeo não faz a menor diferença dentro de Belo Monte. Você pode ler o texto e uma boa reportagem, mas se você ver o vídeo separado, ele não faz muito sentido, os vídeos dentro do material. Então, ele serve só meio como ilustração. E isso vale para todos os Tudo sobre que a Folha fez. Eles nunca são pensados do começo integrados com o texto. Isso vem do acaso depois, da produção. “Vê uma aspa interessante de colocar em tal ponto”. Aí ia recortando. O meu trabalho com o Marcelo foi, eu assisti tudo, eu decupei todo o bruto e cataloguei todo o bruto em texto. Eu descrevi todas as cenas que foram filmadas. Coloquei em uma tabela gigantesca para ele e falei assim: “está aqui todo o material que foi filmado, descrição de absolutamente todos os vídeos que foram gravados e a transcrição de todas as entrevistas. Agora você use isso para decidir o que você quer colocar dentro do especial, porque eu não tenho conhecimento da pauta inteira para decidir isso para você”. E aí, o Marcelo leu esse material e chegou com umas ideias de vídeo. “Vamos pegar essa aspa aqui, essa aspa aqui, essa aspa aqui e colocar em tal ponto”. Aí, eu montava esse vídeo e falava para o pessoal que estava fazendo a diagramação e a gente colocava na página. Então a produção do vídeo vinha dessa forma no Belo Monte. Nos outros projetos, o que é decidido em vídeo

segue o mesmo critério. Porque isso era uma crítica que eu fazia lá dentro, eu sempre falava: “o problema desses especiais é que o vídeo e o texto nunca são pensados de forma integrada desde o começo”. Eles são pensados: “ah, vamos colocar um vídeo aqui, vamos fazer uma animação aqui...”. Mas você nunca pensa em algo de fato multimídia. Porque uma coisa é você colocar texto e vídeo dentro de uma página, a outra é você pensar o texto e o vídeo se complementando desde o princípio da ideia. Então, é você criar um roteiro, que não é um roteiro de pós, para você ver o que você tem, então um roteiro em pré, pensar em como você vai usar esse vídeo. Por exemplo, o *Snow Fall*, o paradigma que era usado na época, ele pensava o vídeo de começo. Então, você abrindo a página, você ia rodando o texto, em determinado momento o texto se sobrepõe ao vídeo e aí entrava uma animação com depoimento e aí você continuava rolando, que você tinha parado, e o texto entrava integrado. É um exemplo mais simples.

**Autora: Você acha que essa falta de integração ocorre por que ainda há uma mentalidade muito ligada ao jornalismo impresso, em que prevalece o texto em detrimento dos outros elementos?**

**Douglas Lambert:** Dentro do jornal, eu acho que acontece por esse resquício de mentalidade de texto mesmo. Mas é uma mentalidade de texto que eu não vejo como eles mudariam pelo modo de produção dentro do jornal, que ainda é um modo muito arcaico e muito pautado pela velocidade desnecessária em alguns casos. Então, você não tem tempo de instrumentar, você não tem tempo de produzir, de gestar uma ideia e pensar o conceito e o formato dela até a execução. Você tem que pensar, produzir e entregar sem pensar. A gente brincava que a gente não tinha direito ao erro. Faz a primeira ideia, se tiver errado vai errado, porque você não tem tempo de corrigir. E aí, é um pouco disso. É um pouco dessa produção feita a partir da cabeça de uma pessoa que só pensa o impresso a vida inteira e parte porque é muito difícil de você ter tempo de criação, de fato pensar e produzir algo diferente. Eu mesmo, na minha própria crítica, não conseguia fazer isso, porque não tinha tempo. Você precisa de tempo, ócio para fazer isso. Você precisa de tempo para pesquisa. E você não tinha tempo de fazer nada.

**Autora: Então, você acha que, do jeito que está sendo feita, a Grande Reportagem Multimídia é uma nova forma simbólica de expressão, ou apenas tentar repetir e atualizar a grande reportagem do impresso?**

**Douglas Lambert:** Eu vou pela segunda opção que você deu. A gente falava, a gente nunca fez multimídia, a gente fez texto com vídeo dentro. O Marcelo Leite parou para fazer Belo Monte. Ele ficou um mês escrevendo texto. Eu não tive esse luxo. Eu fechava o programa da TV Folha quarta, quinta e sexta, às vezes sábado; segunda e terça eu trabalhava em Belo Monte. Então, eu não tive tempo de me dedicar ao projeto como o pessoal do texto tinha e como o pessoal da foto, porque a pós-produção deles é bem mais curta, é edição e tratamento. A nossa do vídeo, que era tipo roteiro, finalização, tratamento de cor, tem que fazer integração com a arte, produzir os gráficos e tudo mais, demanda muito mais tempo do que o texto às vezes. E a gente não tinha essa dedicação exclusiva. Do tempo que eu comecei até mais ou menos um mês antes da publicação, que foi 15 de dezembro, se não me engano, trabalhava neste esquema. De segunda a terça eu fazia a decupagem desse material e depois eu trabalhava na TV Folha novamente. Daí, quando chegou um mês antes da publicação, eu falei: “não tem condições, eu preciso me dedicar a isso”. E aí, a condição que eu precisei aceitar para fazer isso é que, o vídeo de Belo Monte a princípio eram fazer os videozinhos para a página, uma reportagem de seis a oito minutos para o programa da TV folha, virou: os videozinhos para a página, três vídeos para o programa da TV Folha e mais o especial de meia-hora para o primeiro programa de janeiro. Então, o mês que eu tinha para editar a

reportagem, eu fiz os três vídeos para o programa e aí, entre o Natal e o dia 12 de janeiro, eu produzi a reportagem especial. Então, a minha dedicação, foi depois que todo mundo já tinha feito. Então, a minha dedicação funcionou mais no meu tempo livre, que eu estava de folga entre o Natal e o Ano Novo e eu precisei trabalhar para entregar esse material. Então, a integração não tem de fato. É muito separado ainda. E o Belo Monte foi o projeto que talvez tenha sido o maior. Os outros tinha menos tempo ainda. Os editores conseguiam tirar os caras, ficar um mês para fazer isso. Depois eu assumi um cargo de chefia e eu consegui tirar eles. Você vai ficar um mês fora, mas era um mês na pós, não era um mês ajudando no planejamento, no conceito do Tudo Sobre.

**Autora: Além da dificuldade de falta de tempo, havia alguma outra dificuldade que você percebia na hora de mexer com os vídeos?**

**Douglas Lambert:** Específico do Tudo Sobre eu não tenho. Era a dificuldade de produção de vídeo no jornal mesmo. A dificuldade maior era o volume de material, que geralmente, como esses projetos eram grandes e ficava três, quatro dias de viagem, dependendo do projeto, o material era bastante volumoso. A gente gravava, talvez, duas horas por dia de material, parece pouco, mas, para edição de vídeo, é bastante. O cálculo que eu fazia lá, que é o cálculo inclusive que eu uso hoje para fazer orçamento quando eu vou trabalhar, é que, para cada hora de material, isso pensando num trabalho bem rápido, eu preciso de quatro horas para assistir e decupar e quatro horas para editar. Então, se eu for pensar no modo pauleira, trabalhando freneticamente, eu faço o vídeo em um dia. Se eu tivesse uma hora de material eu faria o vídeo em um dia, dentro da Folha, como a lógica de trabalho não é tão eficiente assim para vídeo, a média era, uma hora de material, os vídeos foram ficando mais sofisticados também, para cada hora de material bruto, eu dava cinco dias úteis de edição para o editor. E aí, ele entregava o vídeo pronto na sexta-feira, se ele começasse na segunda. Isso começou quando a gente estava fazendo o programa. Que, geralmente, as pautas eram fechadas na segunda, terça e quarta começava a gravar, na sexta o vídeo estava pronto. Então, a dificuldade era essa. A dificuldade maior de todas e que continuou, além da duração, era que os repórteres não sabem fazer entrevista para vídeo. Então, às vezes, você tinha entrevistas longuíssimas, absolutamente desnecessárias, que se permitia que o entrevistado divagasse, coisas do tipo, que podem ser muito boas para outros tipos de vídeo, mas para vídeo de jornal era o pior que você podia fazer, porque era muito pouco produtivo. Você perdia muito tempo decupando esse material para pegar muito pouco e fazer um vídeo muito curto. Os nossos vídeos, os mais longos tinham oito, seis minutos. Belo Monte foi o caso mais... Com material que no final teve 27 minutos, somando que foram três blocos do programa.

**Autora: Tem uma pergunta que eu esqueci de te fazer. Qual é o grau de prioridade (dinheiro e tempo investidos) da Folha em relação às Grandes Reportagens Multimídia?**

**Douglas Lambert:** O gasto é grande. Eu não sei como o projeto do Belo Monte começou. Mas o que eu posso te dizer é que eu acho que esse tipo de projeto ele nasce mais por influência de repórteres já influentes. O Marcelo Leite já é um repórter bem conhecido. Ele já está há muito tempo na Folha, ele já cobre a questão de meio-ambiente há muitos anos, foi editor de caderno e tal. Então, acho que, quando ele entra com uma proposta dessas depois do *Snow Fall*, do New York Times, o jornal meio que abraça, talvez por tentativa de atrair investimento, ou coisa do tipo. E aí o jornal bancou do próprio bolso. Ah, não! Acho que foi uma sugestão de uma agência de comunicação: “por que vocês não fazem essa matéria e a gente dá acesso ao canteiro de Belo Monte”. Mas aí, o Marcelo Leite estava envolvido, não foi qualquer repórter. Se eu chegasse lá e falasse: “Quero não sei quantos mil reais para fazer um Tudo Sobre do meu interesse”, não iam bancar tão fácil assim. Então, eu acho que existe o

interesse, mas é o interesse a partir de quem o jornal deseja ajudar já. E aí, hoje, que a crise já está bem amis apertada do que na época do Belo Monte, pelo o que eu me lembro, todos os Tudo Sobre, com exceção do da Ditadura, eu acho, foram feitos por patrocínio. O da Água eu não lembro se teve, mas o do contrabando eu sei que teve e o desmatamento também teve. O da ditadura não, porque, enfim, era a Ditadura. Ou teve? Não lembro, agora, não sei te dizer. O grau de interesse do jornal eu acho que é mais pela pompa da grande reportagem, pela pompa de apresentar esse material. E não é ruim, não é para jogar fora, eu não estou dizendo que o material é um lixo. Mas me parece que a questão financeira, que o jornal não quer investir nisso, para sustentar outras áreas da redação, que, a meu ver, nem sempre valem a pena serem sustentadas. Aí é outra questão. Mas eu acho que o jornal tem interesse, mas, hoje em dia, é: se conseguir patrocinador faz, se não conseguir, não vai fazer.

**Autora: que outros setores da redação você acha que existe essa preferência?**

**Douglas Lambert:** Ah! Essas revistas que todos esses jornais têm, é um lixo. Podia acabar com essas revistas todas! Gastando dinheiro com papel, repórter. Manda esses caras produzirem umas reportagens melhores! Ficam querendo copiar Veja São Paulo, Veja Rio, Veja Minas. Para que isso? Tipo, umas revistas especiais, maior caro, não dá retorno financeiro. Podia fazer reportagem melhor, podia fazer um monte de coisa melhor. Ficar gastando gente, recurso, um monte de coisas para sustentar isso. Eu cortaria isso tudo.

## APÊNDICE E – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM O REPÓRTER ESPECIAL DA FOLHA DE S.PAULO, MARCELO LEITE

**Autora: No seu ponto de vista, qual é o grau de prioridade da Folha em relação às GRMs do Tudo Sobre (investimento de tempo e dinheiro)?**

**Marcelo Leite:** Prioridade talvez seja uma palavra um pouco difícil de aplicar neste caso. O que eu encontro é uma receptividade. Os projetos que a gente tem apresentado tem sido aprovado quase na sua totalidade. No caso de Belo Monte, que foi o primeiro, nem foi uma proposta minha nem do grupo, foi na verdade, uma demanda da própria secretaria de redação do jornal, que manifestou a vontade de fazer algo nesse campo multimídia, não tínhamos experiência nenhuma anterior, e sugeriu esse tema que obviamente me pareceu apropriado e adequado para o tipo de informação, de trabalho anterior que eu tinha feito, que é a cobertura de ciência, meio-ambiente. Desde então, a gente fez outras propostas e foram todas aprovadas, aquele da água, o Líquido e Incerto, e mais recentemente esse sobre Zika, que saiu também de uma proposta minha. Mas, então, para responder a sua pergunta, eu diria que a prioridade, a receptividade tem sido boa, grande. Evidentemente não é um projeto que você possa fazer um a cada dia. São coisas caras, envolvem muita gente, tirar pessoas do dia a dia do jornal, da edição diária para cuidar disso. Especialmente, nessa época agora, de demissões, de recursos escassos, é difícil aprovar um projeto desses, mas não tem sido impossível. A gente tem feito na média um por ano, eu, com essa equipe mais reduzida, eu, o Lalo, algumas pessoas da editoria de arte, a gente tem conseguido fazer um por ano. Me parece bastante bom.

**Autora: Quando um profissional participa de um projeto do Tudo Sobre ele fica só por conta disso ou faz outras reportagens também?**

**Marcelo Leite:** Depende muito do caso, depende do tema, a gente monta um esquema bem flexível. O que eu posso te dizer, o meu caso. Eu tenho um regime de trabalho bastante flexível, faço editoriais e reportagens especiais, coluna, só, então eu posso me dedicar, não é 100% do tempo, eu continuo fazendo editoriais. Um projeto desses pode durar meses. No caso de Belo Monte, foram dez meses, no caso da Água, um pouco menos. Ah! Teve o Desmatamento Zero, também, que eu esqueci de mencionar. O Desmatamento Zero tomou uns quatro meses. Nesse período, não é que eu fique 100% do tempo dedicado a isso. Mas, especialmente na reta final, no mês final antes da publicação, é comum que eu fique 90%, 100% dedicado ao meu trabalho. Tem que juntar texto, com vídeo, enfim, tem toda uma parte de programação. Precisa ter pelo menos uma pessoa dedicada a isso. Mas, ao longo do projeto todo, algumas pessoas ficaram algumas semanas dedicadas exclusivamente, seja repórter, durante as viagens, sejam os infografistas que fazem as infografias animadas que é muita programação, mas não é o tempo todo, todo mundo 100%. É uma equipe, digamos, variado.

**Autora: quais características um profissional precisa ter para desenvolver esse tipo de reportagem?**

**Marcelo Leite:** São várias coisas e a gente tem dificuldade de encontrar pessoas com esse perfil mais adequado. Em primeiríssimo lugar, eu diria que a pessoa tem que ter disposição para a narrativa, que é uma coisa pouco comum hoje em dia em jornais diários. Que a capacidade de contar uma história, não apenas fazer um levantamento dos dados, ou declarações e meio literatura especializada, como no caso da Zika, mas, sobretudo, ser capaz de articular esse conteúdo todo, mais técnico e objetivo, com a narrativa de alguma ou algumas histórias, de maneira que a leitura seja uma leitura em que o leitor possa de alguma maneira se identificar e se interessar, ou por histórias de vida ou por histórias de algum lugar,

de coisas que aconteceram com determinada pessoa. Enfim, vai depender muito de caso a caso. Mas, isso não é muito comum. O jornalista de jornal diário, pelos menos na Folha, que eu posso falar, ele está muito acostumado a fazer aquela matéria pequena. Vai até o local, observa certas coisas, ouve certas declarações, grava ou anota, volta, senta e escreve. É muito mais que isso. E precisa, além dessa disponibilidade de escrever narrativa de texto, ele precisa estar preparado para fazer um trabalho de profundidade de apuração, que também não é o dia a dia do jornal, uma pesquisa mais profunda. É porque a gente pretende, como o nome diz: “Tudo sobre”. Então a gente quer fazer a coisa mais compreensível possível em termos de quantidade e de qualidade da compreensão daquele tema, daquele assunto. A terceira coisa que precisa ter e é muitíssimo importante, talvez fosse o caso de colocar em primeiro lugar junto com a narrativa, é a disponibilidade para trabalhar junto, pensar junto, com o pessoal de imagem, como apresentar o conteúdo. Porque a gente pretende, nem sempre é bem-sucedido, que exista um casamento muito próximo entre texto, foto, vídeo e infografia. Então, isso envolve uma série de decisões sobre o que colocar no texto, o que apresentar no vídeo, o que reservar para a fotografia, para as legendas. E isso não pode ser só o repórter de texto a decidir. Ele tem que discutir isso com o editor, com o responsável pelas imagens, quais infografias. Então é um trabalho que demanda muito tempo também por causa disso. A gente tenta se antecipar a própria reportagem, a própria apuração, eu quero dizer, pode ou não envolver uma viagem, e começar a definir, ter algumas ideias já antes, porque a produção dos vídeos, a produção das imagens vai depender de algumas dessas, senão decisões, pelo menos uma lista de desejos, vamos dizer assim. A gente faz algumas reuniões prévias com o pessoal da arte, do vídeo, da fotografia, com a equipe toda, depende um pouco do tempo disponível, às vezes, esse processo é um pouco atropelado. Mas, a ideia é, por exemplo, o pessoal que vai editar o vídeo nos dê uma ideia assim: “Olha, seria bacana se vocês tivessem (no caso de Belo Monte) imagens de cobertura (como a gente fala) que mostrem a água do rio, o voo de helicóptero, imagens aéreas disso ou daquilo”. Que, às vezes, o repórter de texto pode não pensar, não ter ideia de que precisa também fazer essas imagens chamadas de imagens de cobertura. Se você não tiver um planejamento e se o repórter de texto não se dedicar também a pensar sobre isso junto com os outros elementos da equipe, na hora de editar começa a faltar muitas coisas. Então, a edição fica mais pobre. Então, um perfil em geral não muito comum no jornalismo. Eu mesmo posso dizer que tive que aprender a fazer isso, porque não era a minha experiência.

**Autora: Eu gostaria de saber como funciona esse trabalho em equipe, como cada profissional atua na produção da Grande Reportagem Multimídia.**

**Marcelo Leite:** O processo geral, nem sempre ele segue todos os passos da mesma maneira. Teve projeto que a gente fez mais reuniões, como Belo Monte, e teve projetos que a gente fez menos reuniões, como agora, no caso da Zika. Mas, basicamente, é o seguinte: primeiro eu faço um pré-projeto, que é bem sumário, dizendo: “gostaríamos de fazer uma reportagem sobre tal coisa, em princípio dividida em X capítulos, precisamos de uma equipe de X pessoas, para publicação em tal época”. Enfim, uma coisa bem genérica, geralmente tem uma página ou duas só, bem um esquemazinho. Se a direção do jornal, a secretaria de redação, aprova esse pré-projeto, o passo seguinte é ou fazer uma primeira reunião, já para começar a fazer um brainstorming, ou um orçamento. Às vezes, uma coisa é feita antes da outra mas digamos que, em princípio, os dois próximos passos são esses. Às vezes, a gente faz uma reunião antes justamente para ter ideias de possíveis custos. Ideias, por exemplo, é o caso de viajar ou não e para qual lugar? Isso, às vezes, é decidido na reunião, às vezes, faz parte de um segundo projeto, um projeto mais executivo, que eu também faço, com base no qual será feito um orçamento. Já definiu a equipe, já definiu para onde a gente vai precisar viajar se for o caso, custos envolvidos. O custo mais alto, em geral, é de viagens. Mas

envolve, às vezes, contratação de *freelancers*, por exemplo, a editoria de arte fala: “para dar conta desse projeto, nesse prazo, a gente não tem como usar nossa equipe normal, a gente precisa contratar um infografista a mais ou um editor de vídeo”, alguma coisa desse tipo. Isso tudo vai sendo discutido nessas reuniões até que a gente bate o martelo, tipo “é essa, precisa contratar dois *freelancers* para a arte durante dois meses”. Enfim, quando essas coisas são definidas, vai ser feito um orçamento, que varia bastante, mas é um orçamento bem alto, pode variar entre, sei lá, sem contar a equipe fixa do jornal, pode variar aí da ordem de cem, duzentos mil reais, dependendo do trabalho. Isso sendo aprovado pela direção do jornal, também, em geral, a gente comunica o setor de marketing da Folha para ver se eles veem algum potencial de obter patrocínio para esse tipo de coisa, e, às vezes, a gente faz associado com um seminário também, como no caso do Desmatamento Zero, nesse caso, a gente tinha patrocínio, foi feito também um seminário em paralelo, nos outros casos não. Mas, em seguida, a gente começa de fato a produzir. Fazemos outras reuniões periódicas, uma vez por mês, uma vez a cada dois meses dependendo da duração do projeto, mais para trocar as fichas, para dizer: “isso aqui andou, isso não andou. Falta tal coisa. A arte está sentindo falta...”. Ah! Nesse projeto executivo eu coloco também um cronograma, onde eu marco as datas em que cada coisa tem que estar pronta. Então, em geral, primeira coisa é viagem, marca as datas ou pelo menos o período em que a viagem tem que ser realizada. Depois, uma data para a entrega da primeira versão do texto, uma data para a entrega das propostas de infográficos, os próprios redatores, editores já fazem uma lista também de possíveis infográficos, marca a data para entrega do material, do conteúdo que demanda apuração, depois a finalização. Enfim, é um cronograma bem detalhado ali, que cada passo tem que ser realizado. Sempre tem um atraso ou outro, é evidente. Enfim, a gente vai fazendo reuniões justamente para fazer esse acompanhamento, se alguma coisa vai ficar pronta no prazo ou não vai. A viagem não pode ser realizada em tal data, porque não é o momento apropriado para viajar para a Amazônia, por exemplo. Ou o pesquisador que eu quero entrevistar *in loco*, gravar um vídeo, não está naquela semana lá, ele está na Europa então precisa remarcar. Enfim, coisas desse tipo a gente vai adequando, melhorando e vai fazendo essas reuniões de coordenação. Principalmente no caso de Belo Monte e Desmatamento Zero, que foram projetos maiores, a gente fez muita reunião desse tipo. São coisas desse tipo que a gente vai adequando e, nessas várias oportunidades, nessas várias reuniões, as ideias vão surgindo, e as demandas. Então, o pessoal da arte, de vídeo, de infografia, o pessoal do texto, vai falando: “olha, tive a ideia de fazer a coisa de tal jeito”. Enfim, a gente vai acertando os ponteiros ali.

**Autora: existe uma regra ou orientação para a utilização de cada tipo de linguagem?**

**Marcelo Leite:** Em geral, o grosso dessas decisões é feito e cima do material já apurado. Você vê o que você tem e separa. Mas a gente tem algumas orientações gerais. Precisamos ter bons personagens, tanto para o texto quanto para o vídeo. Então, desde o início, a gente orienta os repórteres que concentrem muito esforço nisso. E personagens, não é uma coisa folclórica, pegar gente curiosa. É encontrar pessoas que sejam realmente decisivas para contar aquela história. Pode ser uma pessoa muito conhecida, como a médica que fez a primeira hipótese entre Zika e Microcefalia, ou o primeiro engenheiro canadense que propôs a construção de uma usina no rio Xingu, né, Belo Monte. O engenheiro da Eletronorte que lá em mil novecentos e oitenta e poucos, acho que 86, foi afrontado por uma índia, índia Tuíra, que pôs um facão na cara dele em uma reunião pública... Essas coisas a gente vai orientando para que eles busquem esse tipo de personagem. Isso é desde o início. Eu insisto muito nessas reuniões e mesmo em conversas pessoais, antes mesmo de o repórter ir a campo, falo: “Olha, precisa ter esse tipo de coisa e também precisa preocupar com infográfico. Você já pensou o que você vai propor de infográfico? Vamos conversar, então, vamos ter ideias juntos”. Algumas surgem nessa reunião maior, algumas outras surgem dessa conversa pessoal minha

com o repórter. E a gente vai decidir, ao longo do caminho, que dá para fazer assim, dá para fazer assado, tal, tal coisa. Desde no início, no caso de Belo Monte, a gente tinha certeza que o funcionamento da usina mesmo tinha que mostrar em um infográfico, a localização... Enfim, funciona mais ou menos assim, não é bem uma receita, mas tem uma série de demandas, às vezes demandas bem abertas. Não é assim que eu chego e falo: “Eu quero isso”. “Eu quero tal tipo de coisa”. Algumas dão certo, outras, não, porque a informação não existe, ou porque é impossível realizar a filmagem do jeito que a gente gostaria, porque o orçamento para voo de helicóptero não foi aprovado, coisas desse tipo, a gente vai se adaptando. Aconteceu por exemplo, em Belo Monte, eu tive que ir duas vezes, a primeira vez com uma equipe maior de cinco pessoas, da segunda vez, só eu e o Lalo. A gente foi em agosto e setembro com a equipe grande, e, depois, eu e o Lalo, a gente voltou em dezembro para eu cumprir algumas finalidades: atualizar tudo o que a gente tinha apurado em agosto e setembro, porque já podia ter envelhecido, alguma informação sobre o número de funcionários, o andamento da obra, se estava em dia ou estava atrasada, coisas deste tipo. E segundo, para completar ou refazer as imagens que a gente sentiu falta na hora de começar a editar fotografia e vídeo, a gente sentiu: “poxa, mas seria legal se tivesse tal imagem, seria legal se tivesse tal coisa”. O dia de um funcionário, por exemplo, acompanhar a rotina de um operário da obra ao longo de sua jornada de trabalho. Isso foi uma coisa que a gente só fez em dezembro, porque era uma ideia que não tinha surgido antes. O processo é mais ou menos assim.

**Autora: Esse material produzido, como ele é recebido e trabalhado depois para chegar ao usuário do modo como ele acessa?**

**Marcelo Leite:** Olha, em geral, o próprio Lalo de Almeida faz uma edição dessas fotos. Se a gente já tem a estrutura de capítulos definida, ele já entrega para o editor de fotografia, em pastas separadas, as melhores fotos, na opinião dele, ele tem para cada capítulo. Aí, na sequência, eu, ele, o editor de foto, o editor de arte decidimos juntos o que vai ser editado em formato grande, aquela imagem que ocupa a tela inteira do computador ou do celular, e o que a gente vai editar em formato menor dentro das galerias, aquelas que você vai clicando e vai passando de uma foto para a outra. Isso é uma definição um pouco com base no texto, que já foi entregue ou, pelo menos, está em uma de suas versões finais. A gente vai decidindo ali, é muito intuitivamente, mas a gente sabe quais as imagens melhores e quais são as galerias que procuram ser mais informativas. Enfim, são decisões que a gente vai tendo com base no material fotográfico e pensando em paralelo com o material de texto onde se encaixa melhor. Isso para a fotografia. O vídeo, que tem sido feito pelo Lalo ou por alguém da TV Folha que vai junto com ele, é entregue de forma bruta para um editor de vídeo. Ou seja, ele recebe aqueles montes de arquivo de vídeo e assiste tudo, faz a chamada decupagem. Ele anota cada sequência de vídeo, quanto tempo dura e qual o conteúdo dela. Ele precisa ter uma lista disso tudo para começar a pensar no roteiro que ele vai apresentar no vídeo. Aí, ele faz uma primeira pré-edição, ele lê o capítulo do texto, o texto tem que estar pronto, o editor de vídeo lê o capítulo, ou pelo menos uma versão final, para ter uma ideia do conteúdo geral da reportagem, porque o vídeo vai tentar, um pouco, espelhar a mesma história, contar a mesma história ou, pelo menos, mostrar isso de outra maneira. Então ele lê e faz uma primeira versão, onde ele vai casar as entrevistas com algumas cartelas de informação, aquele escrito que aparece no vídeo, e as imagens de cobertura e a trilha sonora. Ele faz uma primeira pré-edição, em geral fica mais longo do que oito minutos, e, aí, ele apresenta isso para a gente, para o editor, para o próprio Lalo, provavelmente, o editor de arte também participa, mas, em geral, eu e o autor das imagens assiste e fala “isso aqui está bom, não está, era melhor encurtar. Esse cara não é tão importante, ganhou muito espaço, é melhor concentrar naquele outro fulano. Faltou tal coisa. Aqui seria o caso de entrar um dado por escrito na tela”. A

gente faz algumas sugestões, inclusive para encurtar. “Aqui está redundante”. Enfim, esse tipo de coisa. Ele faz uma versão final com base no *feedback* da gente. E para a arte, ou seja, infografia, funciona mais ou menos assim também, mais parecido com foto. A gente já pré-definiu quais seriam as artes, o infografista confecciona estas artes, a programação, enfim, com informações que a gente fornece, mas ele também faz pesquisa própria, descobre certas coisas. Ele apresenta uma primeira versão, eu olho e falo: “Não, não, isso aqui está bom, aquilo lá não está bom, essa informação está errada, a grafia deste nome está errada, precisa ser trocada ou está muito longo, precisa encurtar”. Enfim, aquele trabalho normal de edição, aí, ele faz uma nova versão, eventualmente uma terceira versão, se for o caso, porque a editora de arte também opina, várias pessoas ali podem pedir modificações. Mas, em geral, são duas ou três pessoas, no máximo: o repórter, o editor, no caso eu, ou o editor de arte, pode pedir modificação no *layout*, no conteúdo ou na duração, por aí afora. Funciona mais ou menos assim. No geral, pelo menos duas versões de cada coisa.

**Autora: Qual é a expectativa de vocês para quando essa reportagem chega ao usuário? Querem causar alguma emoção, reação ou conscientização?**

**Marcelo Leite:** O objetivo primário da gente tem sido colocar o leitor de frente para essas pessoas, para esses locais, para esses acontecimentos. Como eu digo internamente, é levar a pessoa até o lugar que ela nunca vai ou muito dificilmente iria. Seja o canteiro de obra de Belo Monte, seja a floresta Zika em Uganda, seja aquela casa daquela mãe no interior da Paraíba, Campina Grande, aquela casa no meio da Caatinga, onde ela teve duas meninas, gêmeas, nascidas com microcefalia. É esse efeito maior que a gente busca no leitor. É dar o conhecimento em primeira mão por via de imagens, de narrativa, de vídeos, de realidades, de coisas, de pessoas, de lugares que ele não terá oportunidade se não for dessa maneira. Ou, pelo menos, a imensa maioria dos leitores não terá a oportunidade de conhecer como o repórter conheceu, de maneira que ele se informe, se emocione ou, enfim, crie uma ideia mais concreta, pela via da empatia, pela via visual, pela via da informação numérica, pela via do infográfico bem feito. Um projeto mais profundo, mais completo daquela questão que a gente está querendo apresentar. Esse é o objetivo geral.

APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM O REPÓRTER COLABORADOR DA FOLHA DE S.PAULO, MARCELO SOARES

**Autora: Para você, qual é o grau de prioridade da Folha na Produção destes tipos de reportagens? Porque eu percebi que não há muitas reportagens deste estilo.**

**Marcelo Soares:** Esses especiais são muito caros. Para Belo Monte, só de avião foi uma fábula. Esses projetos acontecem muito esporadicamente, porque dependem de um investimento muito grande. Belo Monte é um padrão ouro. É muito difícil você conseguir um anunciante para bancar isso. Você imagina, a Usina de Belo Monte não vai anunciar no projeto Belo Monte, porque, por mais que ela tenha dinheiro para anunciar, é um projeto com tendência crítica, que tende a mostrar um lado negativo. Que empresa se interessaria por anunciar no Tudo Sobre a Ditadura? Não tem interesse comercial. Mas são coisas que um jornal da importância da Folha precisa produzir. É o que diferencia a Folha da Gazeta de Pinheiros, de um jornal regional. E a imprensa brasileira em geral tem perdido essa capacidade financeira. É uma crise financeira que caiu sobre toda mundo violentamente. E com isso, as empresas vão perdendo a capacidade de produzir coisas.

Em 2014, teve uma questão, que foi quando se fez muito Tudo Sobre, mas nem todos tinham um padrão Belo Monte. Eu acredito que, em certo ponto, acabou se usando demais a marca e, para evitar se desgastar essa marca... Como Belo Monte ganhou muitos prêmios, tem uma marca muito forte ali e, para desgastar menos, decidiu-se por usar menos essa marca. Está se produzindo multimídia, mas em outra escala. Tem projetos menores, ou projetos que envolvem outros aspectos. O Golpe e a Ditadura está no mesmo nível de Belo Monte. Mas nada foi tão caro quanto Belo Monte. Nada consegue ser tão caro quanto Belo Monte. Mas a intenção quando se foi fazer Belo Monte era se fazer em um padrão ouro, fazer o melhor que se pudesse. Eu acho que o resultado ficou muito bom.

Vamos qualificar. Belo Monte é caviar. Muita gente não viu, não comeu, só ouviu falar. E não dá para comer todo o dia. Então Belo Monte é mais uma vitrine do que é possível fazer, um laboratório, do que algo para ser feito cotidianamente. No dia a dia, tem muitas possibilidades menores que dá para articular. Várias dessas possibilidades também não têm sido exploradas, talvez por falta de pessoal. O Jornal tem toda a intenção, até onde eu saiba, de produzir conteúdo multimídia. A maior questão que ele encontra é custo. Como ele faz isso de uma maneira menos cara, e como faz isso com a equipe quem tem, uma equipe cada vez mais enxuta, cada vez menor. Infelizmente essa é uma realidade.

**Autora: Quando o repórter está produzindo matérias como as da série Tudo Sobre, ele fica só por conta disso?**

**Marcelo Soares:** Depende. Geralmente essas produções são ancoradas em um repórter especial. No caso do Belo Monte, foi o Marcelo Leite, que foi editor de ciência, foi Ombudsman da Folha, ele cobre ecologia faz 30 anos. Então, o Marcelo Leite ficou focado nisso. Acho que ele escrevia a coluna dele durante este período, mas ele era o ponto focal nisso. Os outros repórteres, o pessoal da TV Folha... Eu lembro que o Lalo já não estava mais na Folha, e ele foi contratado para fazer as idas ao Belo Monte. O Mario Kanno ele não saiu do dia. Ele era subeditor de arte, continuou fazendo a arte digital. A cronologia que fiz ali, eu acompanhei, então eu fiz no final do processo, porque eu não podia deixar a cronologia incompleta. Eu acompanhei desde o começo, participava das reuniões etc., dei meu palpite lá no meio, mas a parte que eu produzi, eu só produzi no final, porque eu tinha que fazer minhas outras coisas, exceto dois dias que eu fiquei focado só nisso. Então, não é a equipe inteira do projeto que é deslocada só para isso. Mas tem um repórter, e esse cara é o editor do projeto, que era o Marcelo Leite. O trabalho que ele fez foi muito minucioso.

**Autora: Você disse que trabalha com dados. Você acha que foi por isso que você foi escalado para trabalhar nessas duas reportagens?**

**Marcelo Soares:** Mais ou menos, não só por isso, na verdade. Eu fiz um caminho muito louco na minha carreira. Até hoje continua louco. Eu comecei na Folha, 16 anos atrás, saí da Folha em um corte que teve em 2001. Depois de lá, eu trabalhei para a mídia internacional, eu sou membro do (?). Trabalhei para a MTV. Então, quando eu voltei para a Folha, em 2012, eu trazia essa bagagem muito grande de experiência com outras linguagens. Então, sempre que tinha um planejamento de um projeto como esses, eu era chamado para participar das discussões. E aí, neste projeto, a minha participação, eu dei algumas opiniões na questão da navegação, dos vídeos, da maneira de distribuir esse material. No final de 2012, me convidaram para ser tutor da turma dos *trainees* (uma turma de 12, 13 *trainees*). Era a primeira eleição em que o financiamento de campanha seria divulgado quase em tempo real. E a gente foi fazer um projeto do financiamento de campanha daquele ano, fazer essa análise. E a gente fez um projeto chamado O Custo do Voto, que ele foi planejado por um pacote de matérias todo para o digital. Foi uma experiência muito legal, a gente quebrou lógicas. Até 2011, a atribuição dos *trainees* era mais voltada para o impresso. Aí, a gente quis fazer um negócio digital. Se o impresso quisesse, poderia publicar. Seria um conteúdo de qualidade, mas a carne dele estava no digital. Então, a gente fez um pacote bem interessante de análise dos dados, entrevistas, perfis de financiamento de campanha, um panorama dos financiamentos de campanha pelo mundo, um infográfico interativo com a realidade da cidade, ver como foi o voto e a receita. E a gente criou a ferramenta para isso. Quando a gente fez O custo do voto, a Folha ainda não tinha internalizado essa coisa. Foi o primeiro teste da Folha. E a gente fez uma bela pesquisa histórica do financiamento de campanha no Brasil, todos os escândalos, cada escândalo levou a uma mudança na lei, a gente foi mostrando como a lei foi se moldando ao longo do tempo. Internamente isso foi um sucesso, mostrava muito potencial para aquele conteúdo que não funciona no papel, não tem como dar essa profundidade no papel, eu soube que o Otávio (Frias) gostou bastante, achou interessante. E aí, quando veio Belo Monte, lembrou-se de O Custo do Voto. Hoje, todo mundo faz, mas ali a gente começou, queria dar um olhar mais aprofundado. E essa cronologia foi pensada como outras possibilidades de análise. E também recupera a história da Folha com a obra de Belo Monte. A Folha acompanhou durante anos. O leitor que cai ali de paraquedas, ele não faz ideia de quão longe aquilo vem.

No tudo sobre a ditadura militar, eu tinha feito, uma vez, em 2009, eu não estava na Folha, não tinha voltado para a Folha, mas eu estava trabalhando no (?). Qual era a minha função no digital: eles tinham um correspondente em Buenos Aires, um em Bogotá e um no México que trabalhavam os três cobrindo Brasil em assuntos diferentes. Um era mais assuntos sociais, outro economia e outro cultura. E eu colaborava com todos eles. Eu ficava passando pauta, pautas que fossem diferentes da imprensa brasileira. Aí, um dia, o governo lança um livro “Direito à memória e à verdade”, que conta a história de todos os mortos e desaparecidos políticos no Brasil, com cento e setenta e tantos perfis. Quando saiu o livro, a minha matéria ia sair depois de todo mundo, então eu não podia fazer uma matéria igual a de todo mundo. Então, eu transformei aquele livro em uma planilha, que eu uso até hoje nas minhas aulas. É uma planilha em que todo morto tem um nome, ano de nascimento e morte ou desaparecimento, um sexo, sabendo mais ou menos o ano de nascimento e o de morte, sabe-se a idade (que idade faria quando morreu) e o ano em que o governo reconheceu que essa pessoa morreu na mão do estado. Aí, quando saiu a ideia de fazer o Tudo Sobre a Ditadura, eu levei essa planilha para o conhecimento do Baltazar e ele falou: “legal isso aqui”, e aí fez aquele infográfico das carinhas. Acho que ele poderia ter ficado melhor, mas as fotinhas eu acho que ficou legal.

**Autora: Como a equipe que produz a grande reportagem pensa a integração dos códigos na matéria multimídia?**

**Marcelo Soares:** É muito pelo contexto, na verdade. Isso a gente vai conversando e vai vendo: “isso aqui só dá para ser contado como vídeo”. Pelas características do tema. Agora, vai explicar toda a controvérsia legal, funciona muito melhor com texto contar o vai e vem burocrático de Belo Monte do que em vídeo. Mas mostrar o tamanho da coisa, um Folhacóptero mostra muito melhor do que um gráfico estático. Mostrar como é a vida do peão, um vídeo mostra muito melhor do que um texto. Então, era nessa base de raciocínio que a gente ia decidindo isso.

**Autora: Seria uma decisão menos como profissionais e mais com o que vocês gostariam de ver como usuários, então?**

**Marcelo Soares:** As duas coisas. A gente pensa um pouco no que nós gostaríamos de ver, mas também tem um pouco de experiência profissional. Às vezes uma grande ideia vem do Lalo, que o Lalo é aquele cara que tem aquela imaginação visual que falta a mim, que falta a Marcelo Leite, imagino. O Kanno tem uma outra coisa, de recurso interativo. O Folhacóptero é criação dele. O joguinho foi criação de um cara da arte, não lembro se foi o Rubens, que ele cria o aplicativo, criação de um cara que conhece *games*. Então, essa linguagem aqui é legal para contar isso aqui. Era muito uma questão de quais referências cada um tem e juntam dez cabeças que pensam melhor do que uma. Se o Marcelo Leite fosse pensar sozinho Belo Monte, não seria a grandiosidade que foi. Seria muito bom, mas não teria tanta coisa como foi.

**Autora: Então as decisões sobre a reportagens eram tomadas em conjunto?**

**Marcelo Soares:** Era sim. Tinham muitas reuniões, toda semana, eu acho, tinha reunião. Exceto nas semanas em que eles estavam viajando. Então eram decisões colegiadas.

**Autora: A gente estava falando sobre o uso das linguagens e na hibridização dessas linguagens. Há uma decisão prévia sobre em que momento entrará cada linguagem? Ou isso ocorre depois que o material já está pronto?**

**Marcelo Soares:** Tem coisas que se aprende errando. O Marcelo Leite, se você perguntar para ele, ele vai te mencionar várias coisas assim, várias coisas que ele aprendeu fazendo o Belo Monte, porque era uma experiência nova para todo mundo, especialmente para ele. Houve uma pauta pensada antes. Como tudo na vida, depois que você pega o material tem coisa que é ouro garimpado. Eu lembro que o Douglas assistiu cada minuto. Foram horas e horas de vídeo gravado pelo Lalo em Belo Monte, e o Douglas assistiu aquilo para decupar, para tirar o ouro dali. Isso foi uma coisa que foi um aprendizado também.

**Autora: Você acha então que há diferença na produção de uma reportagem para o impresso e na produção de uma Grande Reportagem Multimídia?**

**Marcelo Soares:** Sim. Muita, muita diferença. A lógica em si não é tão diferente. Quando eu fazia uma matéria há 16 anos atrás, quando eu era redator e repórter de política da Folha, eu ia fazer uma matéria com o advogado do Paulo Maluf, o João era o fotógrafo, eu iria com fotógrafo e tal. Enquanto eu ia entrevistava o advogado, o João tirava foto. Eu, quando eu escrevia a matéria, eu praticamente não precisava conectar com o que o João trazia. Nestes especiais em que a imagem, o vídeo, todos estes elementos são muito fortes, não tem como não trabalhar junto para não ter redundância. Até porque é um texto fabuloso, comprido. Tem um preceito antigo no manual da Folha que é: o que pode ser dito em imagem, não deve ser dito em texto. Então, tem que estar coordenando o texto, tem que se perguntar o que tem na

imagem. Esse negócio que seria minha aula na ESPM hoje se os alunos tivessem ido. Se você olhar o *The Economist*, por exemplo, para mim a melhor revista do mundo, as matérias deles, eles cobrem economia, negócios do mundo inteiro, e aí tem bastante gráfico, mas dá para contar nos dedos quantos números eles usam. Porque o texto, a função dele é narrativa. Então, o número, eles usam para fazer gráfico. E esses especiais multimídia têm essa característica elevada ao cubo. Além do que pode ser tirado do texto para virar infográfico, também tem o que funciona melhor em vídeo do que como texto, como sobrevoo, como interatividade. Mas, o primeiro instinto do repórter de jornal é pensar no texto, sempre foi e está mudando aos poucos.

**Autora: Quando esse tipo de matéria é feita, como vocês esperam que o usuário a receba? Vocês querem criar algum tipo de sensibilidade, de ação?**

**Marcelo Soares:** Não sei se é nesse sentido que o pessoal pensa. Acho que a ideia é dar uma visão mais redonda do que é aquele fenômeno, contar direito a história, contar a história da melhor maneira possível, de forma que a pessoa possa entender de uma maneira mais completa do que se fosse apenas o texto, apenas o vídeo. E o leitor também escolhe o que ele vai ler. Se a gente olhar vai ter um funilzinho ali. Muitos leem a primeira parte, outros a segunda, se tem uma parte mais top ela acaba sendo mais lida, se ela tem personagens mais diferentes, ou um título mais chamativo.

O leitor na internet tem uma dificuldade grande. Um Belo Monte é um pacote completo. A gente não dá o vídeo separado do texto. Então vai depender muito de como o título vende o texto. O Rio (matéria Rio em Transformação) teve muito isso, algumas partes que foram muito mais lidas. Porque o assunto era mais chamativo. O título é a capa do jornal hoje em dia. Na internet, o título é tudo, a capa, o home, é o que tu tem para puxar o leitor. E isso condiciona, de certa maneira, a forma como o conteúdo é absorvido. Tem uma questão interessante que a Ombudsman, a Vera, levantou uma vez, que era o quanto as pessoas de fato leem. Porque é um pacotão que está lá, como esperar que as pessoas se sentem na frente cinco horas para a leitura? E é verdade. Ao mesmo tempo, os leitores também selecionam ali dentro que vão ler. Isso é, ao mesmo tempo, uma possibilidade e um desafio, que é interessante verificar. As pessoas ficam com dedo nervoso na frente da reportagem. Imagina ver o Belo Monte no celular. É uma narrativa comprida, e o celular é hoje onde está 60% dos leitores. Nos sites de jornais, 50 e tantos, 60 e poucos. E isso impõe uma outra maneira de consumo dos leitores. Complexo.

## APÊNDICE G– TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM O CRIADOR DE ANIMAÇÕES DE O TEMPO, BRUNO GROSSI.

**Autora: Qual é o grau de importância que você acha que o Tempo dá para essas grandes reportagens na internet**

**Bruno Grossi:** Geralmente, quando a gente vai fazer essas matérias maiores, são os especiais. Sai um caderno no impresso, sai na internet. É bom para o jornal, porque a gente participa de alguns festivais, de algumas concorrências, de alguns prêmios. E isso é bom para dar visibilidade para o jornal. E o jornal já tem um certo *Know How* nessa área, já ganhou vários prêmios, tem muitos jornalistas aqui que são ótimos, que ganham prêmios. Então, isso é uma coisa que eles viram que dá certo. Então, quando tem alguns temas legais, alguns temas importantes até, aí a gente sempre prioriza esse trabalho grande, que a gente coloca tanto na parte impressa quanto na digital. E, aí, eu acho que a seleção está a partir do tema mesmo. De acordo com a secretaria, direção, eles que denominam quais matérias vão virar especiais. E eu acho que eles dão uma boa importância para isso. Estão investindo. No impresso já é mais normal. Tudo que sai tanto nos especiais, quanto na parte digital, sai no impresso também. Tudo no impresso sai. Algumas coisas que não são viáveis para o jornal impresso ou não cabem, mesmo assim a gente coloca para o digital. Mas os especiais sempre saem no digital e impresso. Aí, essas matérias, eu acho que eles ficam bem antenados mesmo no que é legal mostrar dessa maneira.

**Autora: é um trabalho mais em equipe?**

**Bruno Grossi:** É, totalmente em equipe. Tem essa parte da hierarquia também, que eles vão discutindo, até chegar na parte de quem vai fazer a produção mesmo do especial. Aí, a gente senta e discute, faz um arquivo *online*, onde fica todo mundo discutindo, coloca todas as ideias, referências. E aí, o meu trabalho é pegar as informações e fazer a parte visual que seja melhor adaptada para o internauta, para o leitor, não sei, dependendo do formato.

**Autora: Você mexe mais com a internet, então?**

**Bruno Grossi:** Agora eu estou mexendo mais com essa parte do portal, que é colocando essa parte impressa na versão digital. Mas faço a parte de diagramação para o impresso também. Mas, às vezes, quando não fico muito sobrecarregado ou o especial é maior, a gente pega outro diagramador para fazer só a parte impressa e eu pego só a parte digital. E aí, no digital, a minha parte é essa de fazer os infográficos animados ou animação ou edição de vídeo, de escolha das trilhas também. E tem as meninas da *web*, que fazem a programação, para colocar essa parte visual dentro da programação que a gente estabelece.

**Autora: quais os softwares são utilizados para o seu trabalho na internet?**

**Bruno Grossi:** Eu uso, para a parte de criação visual, Photoshop e Illustrator, e para a parte de animar essa parte visual, eu uso o After Effects e o Premiere. São basicamente essas que são integradas com o que a arte faz também, que a *web* faz também. Então, a gente meio que casa tudo. Já é um pacote que o próprio jornal tem e que todo mundo usa as mesmas ferramentas.

**Autora: O jornal tem resistência de comprar?**

**Bruno Grossi:** Não, não. Se a gente precisa de um certo *software* para poder fazer bem o trabalho, aí a gente conversa, explica. Mas esse já é o pacote básico do jornal. Então todo mundo já sabe usar, fica mais fácil.

**Autora: Como foi a evolução na construção dos especiais na internet? Antes era utilizado Flash?**

**Bruno Grossi:** isso nem é com a gente mesmo. É mais com a tendência, da atualização da internet. Porque o Flash é mais difícil de carregar, não é todo mundo que sabe usar, não é todo sistema operacional que lê direitinho. E aí, a própria internet foi evoluindo e criando outras ferramentas. Então, dá para fazer animações no próprio HTML, na programação, hoje já dá para fazer. Aí, nessa parte que a gente está usando mais vídeo, mesmo para animação, o After Effects ele possibilita isso, essa ferramenta tipo o Flash, e eu exporto em vídeo, porque vídeo qualquer computador consegue ler, é mais levinho, porque é curtinho, se estiver pesado, a gente passa em um programa para ficar mais leve, para poder carregar legal. E com o canal no YouTube do jornal, a gente coloca todos os vídeos lá. Então, automaticamente, a gente coloca no YouTube e puxa para o site. Então, não tem aquela coisa de carregar antes para poder abrir o site, o que fazia demorar antigamente.

**Autora: Então, a largura da banda da internet influenciam no seu serviço e também na maneira como as pessoas recebem o conteúdo?**

**Bruno Grossi:** Influencia muito. Só que, com as ferramentas que a gente usa, o texto não tem muita necessidade, que você abre, já aparece tudo. Alguns elementos do site podem ficar um pouquinho pesados, dependendo do tamanho, o tamanho do vídeo, às vezes, o vídeo é um pouquinho maior, se for um documentáriozinho, que a gente já fez, como a questão de Mariana, essas coisas que precisam de mais informação, ou a gente divide em blocos para poder colocar pequenos vídeos. Ou a gente faz um vídeo grande, aí depende da banda da pessoa. Mas eu acho que, como as coisas são muito rapidinhas agora, não faz tanta diferença, porque a gente não vai fazer nada pesado que faça o leitor desistir, sair no meio do caminho.

**Autora: Mas acaba que vocês fazem as coisas mais leves, então?**

**Bruno Grossi:** Sim, tem que ter essa preocupação. Além de tudo, de fazer esses trabalhos, eu faço algumas especializações, eu fico estudando essa parte de usabilidade, de interação. Então, a gente tem que estar antenado a tudo para poder fazer o melhor possível para não incomodar o internauta.

**Autora: Você estuda por que o jornal cobra ou por uma questão sua?**

**Bruno Grossi:** São coisas minhas mesmo, que eu gosto. Aí eu aproveito e utilizo no meu trabalho, eu já trabalho nessa área. Mas aqui também tem uma abertura legal. Se tiver algum evento, como já teve, tipo de Wordpress, de algumas ferramentas, a gente pediu para o jornal, aí eles liberam para poder ir. Então, eu acho que é bem aberto. Pensando na melhoria tanto da empresa, quanto dos trabalhos que a gente faz aqui, é bem satisfatório. E acaba sendo bom para todos os lados.

**Autora: E há alguma dificuldade de adaptação para os diferentes sistemas operacionais, dispositivos e browsers?**

**Bruno Grossi:** A gente olha isso tudo também. Quando a gente faz, a gente já faz no formato de desktop, de PC, e a gente faz um outro formato para celular. Na programação, a gente define os tamanhos, aí, vai mudando automaticamente.

**Autora: Isso muda alguma coisa na maneira que você tem que fazer a animação ou o infográfico?**

**Bruno Grossi:** Também. Às vezes eu faço duas imagens, às vezes eu faço dois formatos, para quando mudar, ele automaticamente ler e puxar um outro arquivo. E depois

que a gente faz, a gente abre em todos. Todo tipo de computador, todo tipo de tela, todos os celulares, todos os *browsers*. Aí, tudo que tiver um defeitinho, alguma coisa, a gente vai consertando, até estar beleza. Aí a gente já fez aquela verificação toda.

**Autora: Há alguma outra dificuldade que você encontra na hora de fazer as animações e os infográficos animados?**

**Bruno Grossi:** Acho que a dificuldade maior pode ser, às vezes, com o tempo. Tem épocas que é muito punk. Em um ano tem Olimpíadas, eleição, final de campeonato que são os dois times da mesma cidade, daqui, no caso, aí tem ocupações. Quando acontece muita coisa, e é legal a gente fazer matérias mais bem trabalhadas, com mais informações e tudo, aí acaba ficando um pouco tumultuado. Mas aí, é só um pouquinho de organização mesmo.

**Autora: Se você está fazendo material para um especial, fica só com isso ou faz as outras coisas do dia-a-dia também?**

**Bruno Grossi:** É tudo junto. Eu, particularmente, fico fazendo mais os especiais, não fico fazendo as coisas diárias não. Eu fazia a diagramação diária, mas agora eu saí e estou fazendo essas coisas mais pontuais, os especiais. Mas tem vezes que a gente faz três especiais por mês. Então, dá para eu focar bem nos especiais. Mas, às vezes, o pessoal está precisando de uma ilustração para amanhã, para o magazine de amanhã, e está todo mundo muito ocupado, aí eu pego, faço. Como eu tenho mais esse tempo livre, que é o tempo do início de um projeto até o outro, eu consigo colocar algumas coisas diárias dentro dele e fazer. Já os meninos são frenéticos. Como a produção é diária mesmo, tudo é para amanhã, para o jornal de amanhã, aí tem que ser tudo misturado mesmo.

**Autora: Acaba que você está mais separado para os especiais, então.**

**Bruno Grossi:** Estou. Eu acho ótimo, porque acaba que eu tenho mais liberdade, mais tempo para pensar e fazer um trabalho melhor.

## APÊNDICE H– TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM AS *WEBDESIGNERS* DE O TEMPO, LARISSA FERREIRA E ALINE MEDEIROS

**Autora:** Primeiramente, gostaria que vocês me explicassem um pouco sobre o serviço de vocês, como ele ocorre no dia a dia e em relação à Grande Reportagem Multimídia.

**Larissa Ferreira:** Basicamente, a gente cria as versões para a *web*, sejam elas site ou infográfico, e, em alguns casos, a gente faz a adaptação do conteúdo do impresso para a *web*.

**Aline Medeiros:** E, em grandes conteúdos, que foi até por onde você viu a gente, tem todo um processo. Que eles começam trazendo o assunto para a gente, aí a gente começa a pensar qual é a melhor manipulação daquele assunto, se vai ter infográfico, videográfico, como vai apresentar a matéria, foto, vídeo. Enfim, cada matéria tem muita particularidade. Tem matéria que rende vídeo bacana, tem matéria que é mais conteúdo de texto. Aí, a gente tenta trabalhar melhor, quando é essas grandes matérias, nos tipos de *hotsites* distintos, e de acordo com o que consegue de conteúdo daquela determinada matéria.

**Autora:** então, no caso dos especiais, vocês já participam desde o início?

**Aline Medeiros:** É, tem um problema que você já deve ter verificado. A questão da adaptação do jornalista para a internet. Normalmente, a gente participa da reunião, entra em consenso, verifica alguma coisa. Só que, eu acho que, devido até as graduações mesmo, o pessoal ainda está bem imaturo para projetos na *web*. Aí, normalmente a gente participa, tenta dar um linear para eles: “é bacana isso, a gente pode trabalhar com isso”. Eles trazem algumas ideias de outros sites que eles viram.

**Larissa Ferreira:** Eles trabalham também, em alguns casos, com o conteúdo de acordo com o que a gente sugere. Por exemplo, o futebol, a gente precisa de muitas imagens. Então, eles levantam as imagens. Aí a gente fala: “esse tipo de modelo que vocês estão querendo de navegação, por exemplo, a gente precisa que vocês usem menos texto, mais imagens”. Então, a gente dá uma direcionada nesse comecinho. E aí que eles pecam. Muitos têm a cabeça fechada demais.

**Aline Medeiros:** Na cabeça de muita gente é o seguinte: é *web*, eu posso colocar 30 páginas de texto que ok. Só que eles não percebem que, até mesmo eles como usuários, não vão ler 30 páginas. Você adapta? Sim, muitas vezes sai caderno até no impresso. Mas, não é porque é a *web*, um ambiente ilimitado, que você não tem que limitar o texto. Porque, se não, fica chato. Falta também pensar como usuário. Você vai abrir isso aqui? Isso vai te instigar a ler, isso vai te chamar a atenção? É questão desse limiar mesmo, você tem que definir o que o usuário quer ver e como ele quer ver.

**Autora:** no trabalho de vocês, quais as principais ferramentas são utilizadas?

**Larissa Ferreira:** Com *softwares*, é Photoshop, Illustrator, Dreamweaver, o (?) que a gente usa também.

**Aline Medeiros:** o jornal tem o próprio sistema, um sistema que chama Polopoly.

**Larissa Ferreira:** E a gente trabalha nesse pedaço também, na manutenção do portal em si, criamos elementos novos, igual, a gente tem as Olimpíadas, que a gente precisa criar elementos para cada Olimpíadas. Não é só o conteúdo de especial. Tem essa parte de manutenção.

**Aline Medeiros:** E quando é um especial, a particularidade do especial mesmo, além dos *softwares* que a gente falou, a gente usa normalmente HTML, o CSS, o Bootstrap, que é um *framework*.

**Larissa Ferreira:** o Bootstrap é o responsável pela adaptação do site nas plataformas.

**Aline Medeiros:** Para as telas. E JQuery, não sei se eu disse, que é mais animação, vínculo, é mais para animação mesmo, criação de movimento.

**Larissa Ferreira:** É biblioteca de JavaScript.

**Autora:** Essas ferramentas são gratuitas ou pagas?

**Larissa Ferreira:** Os *softwares* são pagos, mas o HTML, o CSS são as linguagens que a gente programa.

**Aline Medeiros:** são linguagens livres.

**Larissa Ferreira:** A biblioteca é grátis. Só mesmo os *softwares* que são pagos.

**Aline Medeiros:** Mas, por exemplo, no caso do Dreamweaver, nada impede que você use uma outra plataforma de HTML, CSS. A gente usa ele porque, como a gente tem o pacote da Adobe, é mais tranquilo para a gente trabalhar com o pacote mesmo. Mas, aí, tem o Notepad, o Sublime.

**Larissa Ferreira:** Em qualquer editor de texto você consegue trabalhar. Até bloco de notas mesmo. Então, ele é pago, mas ele não é necessário.

**Aline Medeiros:** o que seria necessário mesmo na questão de ser pago, mais seriam os *softwares*. Porque hoje, o Illustrator e o Photoshop, não tem ninguém que bate com eles. Tem mais ou menos, mas mais fraquinho, o Corel, mas eu nem sei dizer como está o Corel com relação à *web*. Porque, os dois já têm uma plataforma que aguenta, prepara vários arquivos para a *web*, você consegue cortar o arquivo, todo voltado para a *web*. O Corel eu já não sei como ele está. Tem muito tempo... E ele não é gratuito também, ele é pago.

**Autora:** E o jornal adquire esses *softwares*, se necessário? O pacote da Adobe parece que todo mundo da arte trabalha, não é?

**Larissa Ferreira:** Sim.

**Aline Medeiros:** Sim. Antigamente, o pacote da Adobe você comprava o pacote, hoje você compra uma assinatura. Nós aqui, acho que a Rose e o Hélivio, não sei, acho que só quatro pessoas têm assinatura. Que a assinatura, atualizou, a gente atualiza. O pessoal está com uma versão mais antiga, se eu não me engano, acho que é CS4, que foi até onde era pacote.

**Autora:** E isso atrapalha? Uns terem uma versão e outros, outra?

**Aline Medeiros:** Como a gente não trabalha diretamente com eles, até que não interfere. Quando você trabalha com uma versão antiga e uma nova, tem incompatibilidade. Por exemplo, o Illustrator, você tem que salvar na versão antiga, às vezes, o que você está usando não existe na versão antiga ainda. Aí, dá uns conflitos assim, mas, nesse caso do nosso serviço, não é nada muito relevante.

**Autora:** como vocês aprendem a utilizar essas novas linguagens e ferramentas?

**Larissa Ferreira:** ué, na vida.

**Aline Medeiros:** nossa área é muito complicada. Todo dia vai lançar uma coisa diferente. Normalmente, é em grupo de Facebook que aí você tira dúvida, você corre atrás, sei lá, de vídeo no Youtube, fórum de discussão.

**Autora:** é mais uma coisa que vocês correm atrás, não é o jornal que oferece?

**Aline Medeiros:** É autodidata. Na verdade, a empresa nunca investiu nisso não. Só nos *softwares* mesmo e em maquinário para a gente.

**Larissa Ferreira:** E a gente tenta fazer, por exemplo, projetos de acordo com o que a gente vê que tem de novo. Então, às vezes, a gente fala: “vamos aprender como faz isso para a gente poder usar no especial tal”. E a gente aprende fazendo o especial.

**Aline Medeiros:** Até porque, nessa área nossa, por exemplo, agora que estão aparecendo os cursos de CSS3 e HTML5. Porque, é tão novo, que todo mundo aprende junto. Todo mundo apanha daquilo junto. Normalmente, você não acha curso. Você vai achar curso daqui uns três anos, aí, o que você tinha que apanhar, você já apanhou e já aprendeu daquilo, não vai te acrescentar tanto. Mas, o que te acrescenta mesmo é você pesquisar pela internet. Às vezes, alguns sites, você consegue ver como ele foi estruturado. Aí, eles são novos, a gente abre o código: “vamos ver o que eles estão fazendo aqui”. Vai trabalhando dessa forma, vai evoluindo assim.

**Autora: vocês tiveram alguma dificuldade específica para construir essas grandes reportagens multimídia?**

**Aline Medeiros:** os problemas que a gente mais enfrenta é questão de conteúdo mesmo, de prazo. Porque, tem uma visão de que, como você consegue mudar o texto ali, na hora, aquilo é rápido. Aquilo ali não é rápido. Aquilo ali foi estruturado, todo construído para que aquilo ali, na hora que você resolva mudar um erro ortográfico, por exemplo, seja rápido. Mas tem uma construção por trás daquele projeto.

**Larissa Ferreira:** Na verdade, é que o jornalista se apega ao direito de editar as coisas. Porque, eu acho que eles estão tão fixos com o impresso, aí eles acham que a gente pode mudar tudo a qualquer momento. E isso é o que é pior para gente.

**Aline Medeiros:** O que pega mais realmente é prazo. Por exemplo, tem vezes que era para fazer um projeto legal, fez um planejamento bacana, mas, não cumpre. Aí, chega um dia antes e a gente está sem conteúdo nenhum. Às vezes, tem o nome e olhe lá. Isso é muito comum. Já melhorou perto do que era, melhorou sim, mas ainda tem muito do que ser construído.

**Larissa Ferreira:** E os jornalistas estão tentando acompanhar, a gente vê que eles tentam. Igual a Natália, por exemplo, ela já tem um cuidado maior. A gente fala: “aqui você precisa colocar um texto de três linhas”. Ela vai e... Eles já estão começando...

**Aline Medeiros:** a criar uma maldade.

**Larissa Ferreira:** E preocupação também. Porque eles veem que não dá resultado. A gente tinha projeto muito legal aqui, tipo a revista, que não tinha acesso, porque não era um conteúdo de interesse da galera ou era texto demais. E aí, acaba que eles começam a entender que parte disso é o conteúdo.

**Aline Medeiros:** Até porque, nosso público está muito assim: imagem, bigode e, pronto, já sei a matéria toda. A gente tem que trabalhar com essa visão que o público agora está exigindo. Eles querem uma coisa muito rápida. É imagética e é rápida mesmo. Você quer a informação, capturar o global daquela informação, se interessar, ele vai ler. Até esses leitores de Facebook da vida. Você vê os críticos lá falando e, na hora que você vê, ninguém leu a matéria. Ele tá lidando, geralmente, com esse tipo de público.

**Autora: como é pensada a utilização dos diferentes códigos nestas matérias?**

**Larissa Ferreira:** Eu acho que é mais a questão de conteúdo mesmo. Porque aí, a gente monta uma ideia do que precisa e, aí, depois, a gente parte para desenhar a tela. Quando a gente desenha que a gente coloca: a imagem entra aqui. É lógico que a gente segue umas estruturas do que a gente viu na faculdade, por exemplo, o que a gente tem de conteúdo teórico, que é, por exemplo, o *layout* não pode ficar pesado, o conteúdo principal tem que ter mais destaque. Então, a gente considera isso tudo na hora de desenhar de acordo com o conteúdo que a gente tem.

**Aline Medeiros:** E é, principalmente, o tipo de conteúdo mesmo. Por exemplo, vamos pensar esporte, esporte tem uma liberdade maior de movimento. Agora, a gente está montando aqui um do Atlético, ele tem muito movimento para a lateral, tem muito efeito.

Porque, o público do futebol tem um acompanhamento maior desse tipo de conteúdo. O que não ficaria muito interessante, por exemplo, a gente pegar esse conteúdo e fazer especial de Lama sem Fim, que é um conteúdo muito sério, muito pesado, muito tenso. Tem essa influência, também, que tipo de conteúdo a gente vai trabalhar. E aí, aquele conteúdo define também, de uma certa forma, o público que vai abrir aquilo.

**Autora: Há alguma dificuldade na hora de fazer o casamento das diferentes linguagens? Larissa Ferreira:** Eu acho que a gente já está tão treinado.

**Aline Medeiros:** O *software* te permite fazer qualquer coisa, desde que você tenha tempo e conhecimento. Ele não te limita em nada. O que limitaria a gente, normalmente, é prazo para execução de entrega daquilo. Mas, questão de *software*, questão de linguagem, ele não limita você em nenhum processo. Pelo contrário, ele te amplia. Mas, uma das coisas que limita, às vezes, a gente é a API de aplicativo que é bloqueada. Por exemplo, teve uma época, aqui, que eles queriam divulgar, no WhatsApp, eu acho que era o Carnaval, a programação do carnaval. O WhatsApp não permite isso, porque é considerado *spam*.

**Autora: Tem alguma dificuldade na adaptação do layout para as diferentes plataformas, browsers e sistemas operacionais?**

**Larissa Ferreira:** Tem, tem uma dificuldade enorme, inclusive. Inclusive de conteúdo. O conteúdo que você apresenta no *desktop*, nos computadores, não pode ser o mesmo conteúdo que você vai apresentar nos celulares, tanto de quantidade de texto, quanto de imagem mesmo, porque, às vezes, uma imagem não fica tão boa no celular. Então, quando a gente vai fazer o código, por mais que o Bootstrap ajude bastante, acaba que muita coisa a gente precisa refazer mesmo, tratar de uma maneira diferente. Inclusive, a versão do celular, não é a mesma do portal, a gente já usa uma outra tecnologia, que a gente chama de AMP, que ela otimiza o carregamento. Então, por exemplo, a gente não pode usar Java Script nenhum. E o Java Script é o que faz as animações. Então, é muito, muito restrito.

**Aline Medeiros:** A proposta da AMP que eu entendo é a seguinte: a AMP, inclusive eu acho que é do Google, você tem que pensar que você está com uma conexão ruim, com um 3G ruim, e eu não quero “firula”, “frescura”, eu quero o conteúdo e pronto. O que ele faz, ele tenta coibir ao máximo essas animações, porque isso sobrecarrega, pensando que o usuário está com a pior internet possível no celular e eu preciso fornecer para ele rápido. Porque tem isso, se o site pesa, nós mesmos, você vai ficar nele? Não vai. Na hora: “isso não presta para mim” e saio.

**Larissa Ferreira:** E o nosso portal, ele não é responsivo. Porque antes ele era. A gente pegava a versão que a gente tem aqui e adaptava. Hoje não, hoje são duas coisas distintas. Então, essa é mais uma dificuldade que a gente tem, porque a gente acaba tendo que produzir o mesmo conteúdo, em alguns casos, duas vezes. O *tablet* ainda pega a versão responsiva do portal. Então, essa lacuna a gente já não tem tanto.

**Aline Medeiros:** isso aí é aquele negócio que você estava perguntando de aprendizado. O AMP está tão recente, que, à medida que ia construindo, eles iam acrescentando coisas. É uma linguagem que ele vislumbrou para agilidade.

**Larissa Ferreira:** Ele é ótimo. Tanto que, se a gente sobe alguma coisa que está fora do API deles, ele gera um erro e não te deixa subir. Então, a proposta dele, é que você consiga carregar o site inteiro em apenas quatro segundos. E a nossa meta antes era 20, se carregasse, Mas aí, é essa dificuldade que a gente tem.

**Autora: Então as linguagens do portal e do mobile são diferentes?**

**Larissa Ferreira:** Não, as linguagens são as mesmas. A gente usa HTML e CSS. O que difere, que é o AMP, que é a linguagem do *mobile*, ela é muito mais restrita. Mas são

duas coisas diferentes, é a mesma linguagem, mas são arquivos diferentes. E aí, você perguntou dos *browsers* também. Até que *browser*, hoje em dia, até que a gente não tem tanto problema mais.

**Aline Medeiros:** Não tem, porque a gente tem o Analytics, né? Onde a gente vê o acesso dos usuários. Que, antigamente, todo mundo usava o Internet Explorer e ele é um maldito. Para código, ele é terrível, porque ele não acompanha a evolução. Você está inserindo um determinado código, trabalhando de uma determinada forma e não vai pegar nele. Hoje, a gente está mais tranquilo, porque ele está no último lugar de uso. Ou seja, não vai ter uma interferência muito crítica na produção de conteúdo. Mas, antigamente, ele era terrível. A gente tinha que fazer praticamente dois projetos: um para abrir no Internet Explorer e um no Mozilla Firefox, porque ele era terrível. Tudo dele dava errado.

**Larissa Ferreira:** Mas, graças a Deus, ele já foi, junto com o Flash.

**Autora: No caso do celular, então, vocês têm que fazer uma adaptação?**

**Aline Medeiros:** O Bootstrap já auxilia muito. Mas, sempre tem uma coisinha ou outra que não fica legal, aí a gente tem que substituir mesmo, tem que trocar, mais trabalho. Na verdade, ele vai trocar mais estética, o conteúdo em si, ele mantém.

**Larissa Ferreira:** Mas, a gente pode trocar, se for o caso. Tem casos que realmente a gente tem que fazer de novo um pedaço.

**Autora: E aí, como vocês fazem? Testam para ver se está dando certo?**

**Larissa Ferreira:** A gente fica com um Ipad ali. Inclusive, a gente precisa de um Android, porque é bem diferente também. E aí a gente fica testando no celular.

**Aline Medeiros:** A gente rouba o celular de todo mundo também. Porque, é meio difícil, né? Quantos modelos de telefone têm? Então, a gente vai roubando o celular de todo mundo para tentar cercar ao máximo os problemas. Em alguma plataforma vai dar problema? Provavelmente vai, porque não tem como a gente prever todas as telas, de todos os aparelhos. Mas a gente tenta cercar o máximo possível

**Autora: Vocês acham que a largura da banda da internet influencia, de alguma forma, a maneira como vocês fazem o serviço de vocês e como o leitor recebe?**

**Larissa Ferreira:** Claro. A gente ainda tenta cercar esse problema, a gente pensa tanto no código em si, porque tem algumas coisas que a gente faz que podem otimizar o carregamento, mas tem também as imagens, que a gente sobe as imagens todas em um site que a gente usa e ele reduz o tamanho da imagem sem tirar a qualidade. Então, a gente tenta facilitar.

**Aline Medeiros:** O máximo que a gente consegue diminuir o peso dos arquivos, de tudo, a gente executa, para facilitar justamente para as pessoas que não estão com uma banda bacana para receber aquele conteúdo.

**Larissa Ferreira:** E tem o problema que pode dar no servidor aqui do jornal, que foi o do América. A gente subiu um *hotsite*, a gente estava superatolada, a gente fez supercorrendo, esqueceu de passar por esse processo todo, e aí, quando o América ganhou o campeonato mineiro e eles subiram o site, a quantidade de gente que acessou. E, como estava pesado demais, isso acabou derrubando o portal inteiro.

**Aline Medeiros:** A gente vai fazer pesquisa, pega muito site de referência, que às vezes nem carrega, de outros países. E aí, você pensa: “Só pode ser a nossa internet, porque, o que leva a o pessoal a fazer um site superbacana que não vai carregar?”. Tem internets piores do que a nossa e melhores. Mas você percebe até pelo tipo de projeto que a galera faz. Porque, o carregamento para eles, você pisca, vai. A gente fica uns 15 minutos morrendo de raiva,

porque a gente quer muito ver o especial e não funciona. Seria um limitante principalmente para projetos muito grandes, muito dinâmicos.

**Autora: Quem está produzindo o especial fica só por conta disso ou não?**

**Larissa Ferreira:** Em teoria, eu fico com as demandas lá de baixo (equipe de TI), de manutenção etc. E a Aline cuida dos especiais. Só que a gente acaba fazendo de tudo.

**Aline Medeiros:** Porque, as demandas são muito grandes. É muita demanda para pouca gente.

**Larissa Ferreira:** No especial, um dos problemas é esse. Porque acaba que a gente tem que fazer sozinho. A gente subiu um especial com problema de código, é só eu e a Aline que consegue resolver. Tem os meninos do TI lá em baixo também, mas eles não têm nada a ver com essa parte. Então, acaba que o especial fica na nossa mão mesmo.

**Aline Medeiros:** Tem uma responsável, que é a Karol. Mas o jornalista, raramente eles liberam, tipo, um dia da semana para eles poderem dar uma mexida. Muitos deles, inclusive, fazem fora do trabalho, quando eles querem fazer uma coisa muito bacana. Porque, eles têm que manter a produção deles aqui, a rotina deles. Porque a equipe do jornal, em si, está muito justa. Aí, se tira um do dia a dia, já começa a complicar para eles também. É muito correria. Estava montando um especial, já me pararam, que até me chamou aqui, por conta do acidente. Tem essas coisas também, da rotina, que vão adiando, vai demorando, atrasando.

## APÊNDICE I – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM A COORDENADORA DE CROOS MEDIA DE O TEMPO, KAROL BORGES

### **Autora: Explique-me, por favor, como funciona o seu serviço**

**Karol Borges:** Eu entrei no jornal há pouco mais de cinco anos. E, aí, esse cargo foi criado meio que para mim mesmo, eu entrei para ocupar esse cargo, não foi criado para mim, mas eu fui a primeira pessoa que ocupou esse cargo. A gente estava começando a entrar na era *mobile*, então era aplicativo, a gente estava começando a ter o aplicativo de Ipad e para *smartphone*. O nosso portal ainda era antigo, porque a gente fez uma remodelagem do portal, visualmente falando, e aí mudou algumas coisas também. E há cinco anos, ainda era muito impresso, o mesmo pensamento. Por mais que a gente já tivesse um portal, não tinha o pensamento de fazer reportagens especiais nem um conteúdo específico. Então, eles criaram esse cargo exatamente para ser essa pessoa que puxava as matérias, as pautas, para o *mobile*, na época, e para o portal, para o digital. Então, por isso que tem esse cargo. Na verdade, o que eu faço é isso: pensar em todas as pautas como elas podem ser apresentadas em todas as mídias que o jornal tem. Então, vai desde rede social até o próprio portal. E aí, meu nome aparece em todos esses especiais, porque eu coordeno... Porque como a nossa equipe é bem integrada, a gente não tem uma equipe do portal que faz as matérias especiais que vão para o *hotsite*. Ou, então, a equipe do impresso faz só para o impresso. Então, meu papel é pensar como integrar as duas.

### **Autora: E como se define essa pauta para ser multimídia? Como é essa montagem? Você participa?**

**Karol Borges:** Tem vários tipos. Eu vi que você está com o “Adeus ao Rio Doce”, tinha esse factual, a gente estava produzindo muito conteúdo na época, porque era uma coisa que estava aqui do lado, e a gente fez muita coisa. E aí, beleza, surgiu essa pauta. Era um mês do desastre de Mariana, da barragem, e aí: “ah, vamos fazer um caderno especial para poder falar como... a lama indo para o rio”. Aí, na hora em que foi decidido que a gente ia fazer um caderno especial, então foi decidido que a gente também faria um especial para o site. Aí, a gente pensou: o que vai ser o especial para o site? Sentei com a Flaviane e a Marina, que são as editoras de cidade e, aí, falei: “a pauta vai ser essa, essa e essa. Então, aqui, vamos fazer um mapa? Em todos os lugares a gente tem que ter um mapa, tem que ter uma coisa”. Então, a pauta é meio decidida em conjunto.

### **Autora: é um trabalho em equipe?**

**Karol Borges:** Às vezes não, às vezes, tem as reuniões especiais. Às vezes, nem toda matéria, nem todo conteúdo multimídia que a gente faz vem de um caderno especial ou de uma série. Então, às vezes, é reunião dos especiais, eu participo, e a pessoa fala: “tem essa pauta aqui”.

### **Autora: Tem uma reunião para definir os especiais, então?**

**Karol Borges:** Tem. As matérias especiais que saem domingo e segunda. Essa reunião é toda terça-feira. Aí eu participo da reunião, tem alguma coisa, eu: “isso aí rende um bom multimídia”. Aí, eu pego a partir de uma pauta que já foi definida, que já está sendo trabalhada, e aí eu trabalho em cima dela. E, às vezes, é a gente que pensa também. Um repórter do portal vem com uma pauta: “vamos fazer isso aqui”. Aí eu falo: “Ah, isso daqui pode render uma matéria para o impresso”. E aí o impresso pega e transforma o conteúdo que a gente fez em impresso.

**Autora: E é você que reúne os diferentes códigos produzidos?**

**Karol Borges:** É, porque eu que coordeno. Porque, por exemplo, normalmente, no site, os textos são maiores, tem mais textos. Então, a pessoa produz um texto X, que aí o impresso pega para poder editar, para caber. Eu edito para poder ver como fica melhor e tal, às vezes eu corto algumas coisas. Às vezes, no impresso, sai em uma ordem e eu acho que vai ficar melhor em outra ordem. Mas eu que vou pegando tudo, pego as galerias, escolho as fotos.

**Autora: E quais são as ferramentas que você utiliza no seu trabalho?**

**Karol Borges:** Eu não produzo o *hotsite* em si. A gente tem duas meninas, que são as desenvolvedoras, a Larissa e a Aline, então elas que produzem. O que mais a gente usa é Google Docs. Na verdade, é uma coisa que funciona muito para mim, que é: eu crio um *folder*, faço um esqueleto do que vai ser o *hotsite*, crio um documento que é onde os meninos vão colocando o texto, já vou editando na medida em que eles vão colocando. Aí, já tem uma pasta para as fotos, já coloco assim: “isso aqui é na página 1, esse na página 2...”. Aí, por exemplo, a arte: “Ah, isso aqui dá para fazer um videográfico”, aí, eles criam a arte e eu já passo para quem faz. Por exemplo, a gente faz videográficos e tem o Bruno que faz, que é uma pessoa que faz. Normalmente, quem faz o texto é quem faz a matéria. Porque, às vezes, você escrever um texto de matéria é muito diferente de você escrever uma coisa que vai virar um vídeo.

**Autora: Você faz essa adaptação?**

**Karol Borges:** É. Mas os meninos já fazem pensando nisso também. Nesses cinco anos a gente já conseguiu colocar isso na cabeça da maioria dos repórteres, de não ter mais: “ah, só escrevo para o impresso”. Dá mais trabalho, mas, em compensação, a gente consegue fazer muito mais coisa.

**Autora: Você fala sempre em *hotsite*...**

**Karol Borges:** Porque *hotsite*, normalmente, é quando tem várias matérias. Essa é a nomenclatura que a gente usa mais ou menos - *hotsite* é quando “Atlético pode ser campeão da Copa do Brasil”. Aí, a gente vai produzindo um monte de matéria e é um site feito especificamente para isso, que a gente consegue ir alimentando ao longo do dia, das semanas, que não é uma coisa pronta. Aí, especial multimídia é quando já vem pronto, quando a gente lança, ele já está pronto. A gente chama de especial multimídia, tipo *longform*.

**Autora: como você decide quais linguagens vão ser utilizadas?**

**Karol Borges:** A gente tem a reunião de pauta. E aí, nessa reunião, a gente consegue já pensar em muitas coisas. Por exemplo: “vou circular o rio”. “Ah, então a gente precisa ter uma mapa dos lugares que a gente vai passar”. Então, vai meio do que a gente vai fazer, pensando na melhor forma como mostrar isso. Mas, muitas vezes, o próprio repórter já vem... Porque a gente se programa, se planeja, mas, muitas vezes, as coisas acontecem quando a gente está na rua. Aí, o repórter vai e fala assim: “teve uma personagem, em tal lugar, que é incrível. Fiz um multimídia dele. Acho que rende um multimídia”.

**Autora: você encontra alguma dificuldade na hora de trabalhar com as diferentes linguagens e casá-las?**

**Karol Borges:** A gente tem dificuldades técnicas. Porque, às vezes, a gente vai para a rua e fala: “Nossa! Isso aqui rende um videográfico incrível”. Mas aí, a matéria precisa sair amanhã e a gente não tem como fazer. Ou então, a gente quer fazer um vídeo, mas... A

nossa equipe é muito reduzida também, então não dá tempo de editar. A gente tem dificuldades mais nesse sentido. E o que a gente tenta fazer é não se repetir também. Porque, se você já escreveu isso no texto, você não precisa repetir no vídeo. Mas aí, na hora de editar o texto, por exemplo, eu posso cortar. Porque, às vezes, como no impresso não vai sair um personagem bom, eu posso editar de uma forma que eu não fale tudo no texto e que o vídeo realmente seja relevante. Porque uma coisa tem que completar a outra, não adianta ficar falando a mesma coisa em cada lugar. Eu tenho mil lugares para poder apresentar aquele conteúdo e aí eu falo a mesma coisa. A gente tenta ser uma coisa transmídia mesmo, que você vai de um para outro, para outro... E que eles funcionem sozinhos também.

**Autora: Na sua opinião, o jornal dá prioridade, investindo tempo e dinheiro, na construção de Grandes Reportagens Multimídia?**

**Karol Borges:** Investe. Investe em pessoal, investe em tempo. Às vezes, as coisas acontecem no tempo do próprio multimídia, que é diferente do tempo do impresso. E há um olhar para isso. Diferente de cinco anos atrás, a própria chefia, eles realmente veem... No fim das contas, é mais fácil você espalhar a ideia. Você fica menos engessado no que quem vai comprar e tal. Então sim, acho que tem investimento. A gente teve investimento de material, de equipamento. Não é o carro chefe, mas...

**Autora: Continua sendo o impresso?**

**Karol Borges:** sim, acho que sim. Mas está crescendo. É muito difícil a gente ter um especial que é só *online*. Eu estou pensando aqui se a gente já teve algum que foi só *online*. Às vezes, tem um que é supergigante no *online* e que sai uma página no impresso. Mas é muito difícil que seja uma coisa só *online*.

**Autora: Como você recebe o material bruto produzido e organiza?**

**Karol Borges:** Então, é isso, o Google Docs. Eles vão colocando as coisas no estado bruto e eu vou organizando de acordo com o esqueleto que a gente já tinha pensado. Pode ser modificado, geralmente é. É muito difícil sair exatamente como a gente tinha pensado. Às vezes, a gente pensa, aí reúne com as meninas do desenvolvimento, aí a gente pensa um negócio incrível para o desenvolvimento, porque eu penso no *layout* também: “acho que isso daqui pode ser uma navegação diferente, vamos fazer através de foto e não por meio de texto e foto...”. Aí, na hora que chega o conteúdo, que a gente vai montar, a gente vê que não dá. E aí, a gente tem que repensar. Porque, acaba que as meninas têm uma dificuldade que elas só conseguem pegar para fazer mesmo depois que já está tudo organizado. E aí, não dá tempo. Falta de tempo é o que mais acontece. Como a gente tem que produzir para muitas mídias, aí, o repórter que está fazendo o especial tem que fazer a matéria que vai sair dia tal. E aí, quando a gente consegue pegar tudo e deixar organizado para poder dá para fazer o especial, já tem pouco tempo. E, às vezes, a gente tenta se organizar melhor, mas acho que é meio uma coisa que foge ao controle.

**Autora: E como você espera que esse conteúdo chegue ao leitor? Espera criar algum tipo de emoção, ação ou raciocínio?**

**Karol Borges:** Sim, a gente pensa em como ele vai receber aquilo, independente de que mídia, acho que a intenção é meio a mesma. Só que a gente quer potencializar essa emoção, ou o sentimento que a gente quer despertar no leitor.

## APÊNDICE J – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM O SECRETÁRIO DE REDAÇÃO DE O TEMPO, MURILO ROCHA

**Autora: Todas essas grandes reportagens multimídia tem uma correspondente no impresso?**

**Murilo Rocha:** Uma ou outra não. Porque, apesar de a gente tentar funcionar de forma integrada, o portal tem uma equipe própria. Algumas que eles mesmos fazem lá, às vezes, a gente não aproveita, não é porque o material é diferente, mas foi feito de forma muito específica para o portal, às vezes, com menos texto. E outras coisas que eles gostam muito de escrever matéria nesse formato, da grande reportagem, é por causa do jornal ter a limitação física. Dá para você fazer uma matéria com dez páginas, até dá para fazer um caderno, mas, no portal, você pode escrever o quanto você quiser, os textos do tamanho que você quiser. A turma gosta de escrever. Eu acho que é um outro atrativo.

**Autora: Você acha que o tempo hoje dá prioridade para a Grande Reportagem Multimídia, investe tempo e dinheiro?**

**Murilo Rocha:** Eu não vou te falar que dá prioridade, mas uma orientação da secretaria é que, quando se pense em uma grande reportagem, se pense em algo em todos os formatos possíveis. É impossível você fazer uma grande reportagem pensando só para o impresso. Às vezes, vai viajar, vai gastar dinheiro e não vamos usá-la só em um veículo, pensando no portal como um veículo independente. Não vamos usar só em uma mídia, vamos usar em todas as mídias que temos, que, no caso, é o portal e o jornal impresso. Então, até do ponto de vista mercadológico, é interessante que se pense em todos. Apesar, e aí é o grande dilema, eu acho, desse modelo de jornalismo, o portal e a internet ainda não têm o peso de anunciante que o impresso tem. Está mudando, alguns jornais já têm mais anunciante no digital do que no impresso. Mas é uma realidade de poucos jornais ainda.

**Autora: Vocês não usam *paywall*?**

**Murilo Rocha:** Não, não usamos. O portal tem o acesso todo livre. A única coisa, é que você não consegue ver o PDF do jornal. Aí, você, assinante do jornal impresso, com a sua senha, você pode ver todas as páginas em PDF, baixar páginas... Você, que não é assinante, você não consegue. Agora, o nosso acesso de conteúdo é todo liberado. É uma decisão nossa. Alguns investimentos são caros, porque tem equipamentos, os equipamentos estão sempre em manutenção, câmera, os equipamentos multimídia são caros, drones... Então, tem sempre que estar investindo e, às vezes, não tem esse retorno tão grande. Mas, não tem jeito, é uma tendência e um pensamento nosso, uma determinação do jornal. Realmente, hoje não existe uma grande reportagem só para o impresso. Sem chance. Às vezes, ela fica só no multimídia, uma ou outra, mas, só no impresso, não existe mais como pensar.

**Autora: quando um repórter é escalado para fazer uma grande reportagem dessa, ele fica só por conta disso?**

**Murilo Rocha:** Essas maiores, 90% das vezes, a gente deixa ele por conta, mas nem sempre. Vou falar a verdade, eu fui repórter anos e anos. Às vezes, não tem gente, tem muito factual. Você dá dois dias para ele ficar por conta e os outros dias ele vai ter que ficar fazendo aquilo junto com outra coisa. Essas maiores, geralmente, ele tem um tempo para fazer a matéria, apurar, viajar, se tiver que viajar, se for o caso.

**Autora: Em média quanto tempo?**

**Murilo Rocha:** Depende. Não mais que uma semana. O cara voltou com o material, do tamanho que for, prazo máximo para ele ficar por conta é cinco dias, com o

editor: “anda, anda, anda. Não acabou ainda?”. Tem que ter uma dinâmica rápida. Então, a ideia de redação é, quando você está apurando, você já está pensando, na sua cabeça, no formato da matéria, como você vai editar. E você orienta todo mundo: “já tá saindo lá, já pensa no multimídia”. Quando você está entrevistando a pessoa, já pensa: “oh, esse cara aqui falou bem”, já marca lá. “Esse aqui eu vou usar”. Porque, quando você volta, realmente... Porque, também tem isso: se você demora, você perde o *timing*, nesses casos que estão ligados a algum factual. Essas outras que são mais atemporais, às vezes, tem um tempo maior para trabalhar. Mas, é sempre curto. A gente enche o saco mesmo para ser rápido, nossa equipe não é muito grande, para poder liberar e investir em outra matéria, para fazer mais coisa.

**Autora: Há um perfil de repórter para fazer esse tipo de reportagem?**

**Murilo Rocha:** Claro que tem. A gente tenta priorizar os melhores repórteres. Ao mesmo tempo, a gente quer que todo mundo faça. Às vezes, a pessoa propõe a pauta e a gente deixa ela fazer também, mesmo ela não sendo considerada a melhor repórter. Mas a nossa ideia é identificar dois, três repórteres na editoria, que a gente considera que tenham os melhores textos, agilidade, organização. São essas características que eu estou te falando para você produzir rápido. Então, a gente tenta priorizar essas pessoas. Uma dessas é a Joana, eu falo, porque eu acho ela uma das melhores repórteres que nós temos hoje. Ela gosta muito, não é uma dessas repórteres chatas, insistentes; é uma repórter que faz muito material especial, por exemplo. Agora, não há uma proibição de ninguém fazer. É realidade, porque é investimento: investimento financeiro, de tempo, demanda mobilização. Então, a tendência é que a gente coloque as melhores pessoas para ter melhores resultados. Mas não é uma coisa fixa, mesmo por que a gente convida todo mundo para participar. Só que, a gente não tem muito dinheiro para fazer, a gente faz poucas, não faz tantas assim. Queria fazer muito mais, viajar muito mais. O número de pautas é muito maior do que a gente consegue fazer. E tem repórter que fala: “Eu não vou gravar não, eu só vou fazer para o impresso”. Esses estão fora. É uma coisa que as pessoas têm que pensar. No mercado, não tem mais isso, não tem mais espaço para esse profissional. As redações, as chefias, e nesse caso aqui do jornal eu me incluo, a gente, na escolha do perfil, a gente escolhe as pessoas que têm mais intimidade, e, às vezes, nem tem mais intimidade, mas tem vontade de fazer isso. De fazer um material gravado, em áudio, em vídeo, de pensar um infográfico interativo, não ficar só aquela coisa estática. Sem dúvida, prioriza essas pessoas.

**Autora: em um projeto como esse, como vocês pensam a interação dos múltiplos códigos?**

**Murilo Rocha:** Por isso a importância de escolher um repórter que já pense de forma digital e não só analógica. Porque, isso é muito do repórter. Eu acho, claro, que também é do editor, de quem está pensando, da arte, da infografia, que nos dá uma consultoria. Fala: “isso aqui fica bom na infografia e tal”. Às vezes, você conversa com a pessoa, você vê na hora: esse cara é o personagem, tem expressão corporal, falou uma coisa contundente. Aí você fala: “esse cara tem que ter um vídeo dele”. Nesse Morte Invisível que a gente fez, por exemplo, entrevistando a mulher, ela começou a ler a Bíblia, ela chorou; uma menina que foi trocadora de ônibus e está com síndrome do pânico. Na hora em que ela começou a falar, eu já falei assim: “não tem como não usar essa pessoa”. Então, isso é muito do *feeling*. E claro, quando você faz a edição, também está pensando. A Karol, que é subeditora, a Karol Borges, ela tem essa visão também. Ela é quem realmente monta. Porque eu estou falando tudo isso contigo, mas, na hora de botar no portal, a cor que a gente vai usar de fundo, vai entrar primeiro a foto, o vídeo vai entrar aqui, isso é realmente a Karol lá. O repórter tem toda a autonomia, e o editor também tem. Mas, às vezes, a Karol entra nesse processo, porque ela

fala: “olha, esse vídeo vai ficar muito pesado, vamos intercalar aqui, nessa infografia, vamos usar esse recurso aqui”. Ela é a pessoa que conversa, que faz essa interface. Porque, às vezes, a gente quer fazer uma coisa que o nosso sistema aqui não vai dar conta, vai ficar muito pesado. Ficou muito legal, mas você entra no especial, ele lento. A gente melhorou um pouco, mas isso é uma crítica que eu faço ao jornal, a gente pode ser melhor ainda. Isso é uma conversa que geralmente a gente da secretaria tem com a infografia, com a Karol. É uma coisa meio: erra, acerta, uma coisa bem empírica mesmo, não tem um modelo. E esse eu acho que é um trabalho decisivo. Esse trabalho de saber qual recurso você vai usar para quê. Se não, às vezes, você vai encher de vídeo, vai ficar aquela coisa chata, longa. Às vezes, você usa um bom recurso... Essa é uma discussão que eu acho que tem que ter. Mas é uma discussão geralmente em conjunto. O repórter, eu acho que tem participação fundamental nisso. Igual eu te falei, ele está vendo e ele fala: “Vi uma outra matéria que tem isso, acho que isso funciona”.

**Autora: Então é um trabalho mesmo em conjunto, com diferentes profissionais, ainda que a pauta venha da secretaria de redação?**

**Murilo Rocha:** Sim, tem que ser. Porque, às vezes, realmente ele tem uma ideia, que chega ali, o pessoal da infografia diz: “impossível fazer essa infografia nesse tempo, nesse tamanho. Se fizer, vai ficar uma coisa muito pesada”. Que, às vezes, a gente tem ideias que parecem mirabolantes, a gente acha fantástico, mas não dá para executar. Tem que estar sempre conversando. Esse é um trabalho em conjunto.

**Autora: como repórter, editor e secretário de redação, quais as principais dificuldades você vê na hora de produzir uma matéria multimídia?**

**Murilo Rocha:** Eu acho que é uma dificuldade financeira, estrutural, que, às vezes, você precisa ficar mais tempo em um lugar, mais dias, e isso exige dinheiro. E, hoje, há uma limitação, em todos os veículos. Então, as pautas, a gente fica um tempo menor do que precisava. E a gente tem que fazer um tempo menor do que seria o ideal. Então, essas limitações estruturais, financeiras, acho que talvez sejam o maior problema, porque, aqui, a gente tem uma equipe superdisposta, com bons profissionais. Transformá-la em multimídia eu acho que não é uma dificuldade, eu acho que é uma facilidade que nos deu, você poder explorar um áudio, que às vezes, no impresso, você não conseguia, você pegar uma foto, fazer ela 360. Eu acho que para a gente, enquanto jornalista, a grande reportagem na forma digital, no portal, é tudo o que a gente quer. Pode dar mais trabalho, mas o resultado... Você consegue dar vida para o negócio, você sai do impresso, que eu adoro, acho que tem uma função, você lê de outra forma, até com mais atenção; mas no portal, você pode explorar uma série de recursos.

**Autora: para você, quais as principais dificuldades de produzir esse material que engloba diferentes mídias?**

**Murilo Rocha:** A dificuldade é você ter um pensamento organizado e saber, está estudando, está vendo o que está se fazendo para não ficar essa coisa que eu te falei. Às vezes você pega um especial e tem um milhão de recursos, mas ele é chato, uns com vídeos longos. É você saber usar. Às vezes, é desnecessário você usar um vídeo, um áudio, às vezes, a foto resolve tudo. Mas isso aí, você quer ou não, tem que usar todos os recursos disponíveis, aí fica aquela miscelânea que, às vezes, não casa. A outra dificuldade que eu te falei é essa, que é a dificuldade financeira, a gente quer fazer um milhão de coisas que a gente não consegue. A gente fica limitado.

**Autora: Em relação ao leitor, como são utilizadas várias linguagens. Você acha que há margem para múltiplas interpretações, uma interpretação mais aberta?**

**Murilo Rocha:** Vocês da academia que têm que nos responder. Porque, ao mesmo tempo em que a gente tem a possibilidade de oferecer maior número de apresentações, vídeo, áudio, o próprio texto, eu não sei o quão comprometido está este leitor com isso. Que, às vezes, eu vejo que é um leitor meio fugaz, meio distraído. Ele está passeando no Facebook e vê aquilo, enquanto quando você vai ler um texto impresso, o jornal, seja um livro, você tende a se concentrar naquilo. Eu não sei te falar o poder da informação que está no jornal impresso. Mas eu acho que, de qualquer forma, ele está vendo aquilo no vídeo, está reunindo várias mídias ali. Eu não sei se aquilo ajuda a elucidar de forma mais clara, se ele fica mais convencido de alguma coisa. Eu acho que é bom, eu gosto quando eu vejo. Eu gosto quando eu estou lendo uma matéria, logo depois tem um vídeo mostrando aquilo. Eu, enquanto leitor, me acrescenta. E tem um retorno bom. As pessoas, geralmente, nessas grandes reportagens: “que legal! Me emocionei!”. Mas eu acho que o impresso também tem esse poder. Claro que a gente pensa, se tem mais forma de apresentação, ajuda mais nesse trabalho de ilustração e formação. Na teoria sim, na prática, eu não sei se ocorre isso mesmo. Porque, se você pensar, o leitor de jornal impresso geralmente é mais crítico do que um leitor meramente de telejornal. Como a gente está reunindo tudo, texto, imagem, pode ser que sim. Agora, você abre isso, está chamando um leitor que não abre jornal para ler e está levando ele para ali, às vezes, aquela pessoa nem estaria lendo aquela reportagem, ele está lendo. Então, é uma coisa legal, está trazendo alguém de fora, que não compraria o jornal, que tem preguiça, que acha aquilo atrasado, ele está vendo aquilo dentro de uma linguagem que ele quer, que tem videozinho, infografia animada, tem o texto. Então, a gente está abrindo para mais gente. É interessante por esse ponto de vista, uma coisa mais abrangente.

**Autora: Mais alguma coisa que você gostaria de acrescentar?**

**Murilo Rocha:** A grande reportagem é importante, seja no impresso, no multimídia, no portal, no rádio, na televisão. Acho que a Grande Reportagem é o que nós jornalistas gostamos de fazer, é o filé do jornalismo. A notícia do dia a dia é muito importante, fundamental para informar, formar, para criticar. Mas a gente, enquanto jornalista, e para o público também, você poder ler uma coisa aprofundada, um trabalho maior, mais tempo, eu acho que é legal. Vida longa aí para a grande reportagem, seja ela em qual plataforma for.

APÊNDICE K – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM A EDITORA EXECUTIVA DE O TEMPO, LÚCIA CASTRO.

**Autora: qual a prioridade que O Tempo dá para a execução dessas Grandes Reportagens Multimídia?**

**Lúcia Castro:** No grau de hierarquia, eu diria que hoje é prioridade. Por quê? Por que todo mundo quer ver grandes reportagens. Então, eu acho que a grande reportagem, no impresso ou no *online*, é a mesma coisa, é uma grande reportagem. E tanto no impresso quanto no *online*, ela tem que ser prioridade sim. A gente investe recurso, investe o que a gente consegue fazer, sempre buscando uma conectividade com o momento, com a sociedade, se aquele assunto vai trazer alguma coisa nova ou uma luz nova, um novo olhar. Ou colocar em debate uma questão que está esquecida e merecia estar sendo debatida.

**Autora: Ainda há prioridade na grande reportagem do impresso?**

**Lúcia Castro:** Claro. O impresso não morreu. Tem que parar com essa história. Eu acho que essa situação dá mais trabalho para nós, profissionais. Porque a gente tem que continuar fazendo um super impresso e, ao mesmo tempo, fazendo um super *online* sem perder de vista essas mudanças. Mas, uma coisa que eu acho importante a gente refletir, que não importa onde, como você consome informação, de todas elas, em todas as plataformas, de todas as formas, ela tem que ser o melhor que você pode fazer. Então, eu acho que a função nossa é oferecer o conteúdo de qualidade, o maior possível, o mais amplo possível, porque hoje você tem várias maneiras de ver aquela notícia, não dá para esquecer, você não pode tratar de uma coisa só. Você tem que ver os periféricos, o outro lado, as consequências e tal. Então, acho que a nossa obrigação é meio isso e atender o leitor. O leitor hoje é difícil, porque ele se informa, ele consome informação de várias formas. E a gente tem que estar pronto para oferecer daquela forma e bem.

**Autora: Por que O Tempo resolveu começar a fazer esse tipo de reportagem, então? Para atender o leitor? Quais outros motivos?**

**Lúcia Castro:** claro, porque O Tempo, assim como qualquer outro jornal decente, de qualidade, ele não pode abandonar essa demanda que já existe. Não dá para você falar que não existe. Demanda do leitor internauta de grandes reportagens que explorem esse lado mais visual, o áudio. E o detalhe é o seguinte, uma coisa muito interessante que eu acho, é que a reportagem no *online* parece que ela é muito mais fiel. Porque esse daqui (impresso) é de ontem. Eu estou contando para o leitor o que o cara falou ontem. O outro, tudo bem, ele está falando o que o cara falou há um mês para a repórter, mas ele está vendo o cara falar, ele está vendo a fonte dar entrevista, ele está vendo o problema. Então, eu acho que é mais rico para o entendimento do leitor/internauta.

**Autora: Você falou do seu filho. É este tipo de leitor que vocês querem atingir?**

**Lúcia Castro:** Todos. Como eu te falei, a nossa obrigação é atender todos. Então não dá: “vou para de investir no impresso e vou investir só no *online*. Porque agora a geração só lê...”. Não, eu tenho leitor de impresso. Uma coisa também que já ficou conhecida, já virou fato, você deve saber, é que a credibilidade do *online*... Porque hoje, você sabe que o *online* hoje é um lugar que você se informa muito, mas também você se desinforma muito. Você se informa errado e se desinforma. Então, uma coisa que já ficou caracterizada, é que o *online* crível é aquele que está vinculado a um grupo de mídia crível. E, para você ter um grupo de mídia crível, você tem que ter um grupo de mídia mais antigo que vai ter os seus impressos, entendeu? Então, o conteúdo do impresso está muito ancorado na credibilidade da marca O Tempo. E a marca O Tempo é o impresso.

**Autora: Além da veracidade da notícia, você acha que chama mais atenção do leitor, gera mais reações, sentimentos, mais fidelização do usuário?**

**Lúcia Castro:** com certeza. A experiência multimídia é muito diferente da experiência do impresso. Então, eu acho que o multimídia te dá a oportunidade de ver a coisa *in loco*. A foto ela é estática. Eu mostro uma foto de uma ocupação, igual o especial que a gente fez que é um dos meus favoritos, do mineroduto que destruiu a vida de milhões de pessoas. Uma foto estática, do cara sentadinho falando: “aqui eu tinha uma horta. Olha o que eu tenho hoje, eu tenho lama”. É muito melhor no multimídia, você vê aquilo, parece que você sente mais o problema, você se relaciona mais com aquilo. Então, eu acho que a experiência é diferente.

**Autora: você acha que fideliza o leitor?**

**Lúcia Castro:** Acho que a grande reportagem, independente de impresso ou *online*, ela fideliza leitor, internauta. Não por ser só profunda, de qualidade. Você pode ficar fazendo um vídeo de cinco horas e ser um lixo. Você pode fazer uma reportagem excelente de cinco minutos, de três minutos.

**Autora: Porque vocês também disponibilizam essas grandes reportagens, que são mais trabalhadas, gratuitamente?**

**Lúcia Castro:** Isso aí é uma coisa difícil. Nós também vivemos uma crise, já tem um tempo em que o meio está vivendo uma crise, o mercado, comunicação, empresa, não só o jornal impresso, rádio, TV... Está vivendo uma crise de questão financeira. Então, eu acho, no meu modo de vista, não tem como eu limitar, por exemplo, as reportagens especiais. Ou eu faço um *paywall* decente, igual o da Folha, do Globo, você tem tantos textos por mês, na hora em que ele começa a avisar, sua última matéria e aí acabou, ou você não faz. E acho que nós, no nosso caso, a gente ainda não se sentiu preparado, talvez amadurecido o suficiente, para tomar essa decisão. Porque, é uma decisão que ela vai te trazer consequências. Você vai perder, você pode ter gente que não queira assinar. Sei lá, você tem mil, vão ter cinco que vão querer assinar, vão ter cem que vão querer assinar. Então, eu acho que é uma decisão que a gente ainda não tomou e nem sei se é a mais certa. Acho que, por isso mesmo, a gente ainda não decidiu. A equipe executiva, como um todo, ainda não avaliou que está na hora.

**Autora: Você diria, então, que há uma política da empresa para se continuar fazendo essas matérias multimídia?**

**Lúcia Castro:** Eu diria ao contrário do que você está falando. Não existe uma política para não fazer e nem para fazer. Isso é normal para nós. Igual a gente fez uma grande cobertura de Fidel na edição de domingo, a gente fez uma grande cobertura do Fidel no portal. Todo final de semana, você sabe que o jornal trabalha com especiais, que a gente chama de peçoção. Toda semana ele tem que ter um especial também. Então, é uma coisa meio rotineira. E, se você me perguntar: “vai virar política?”. Não vai virar política, porque já é rotina. Agora, quero continuar com ela, quero, dentro das minhas possibilidades quero muito.

**Autora: É como se fosse uma rotina do impresso?**

**Lúcia Castro:** É, e hoje virou uma rotina do *online*, é normal fazer especial, fazer matérias mais elaboradas, investir nessa coisa do multimídia. Tem coisas que a gente fez, de repente, não valeriam tanto? Tem. Hoje a gente analisa, não sei te citar não, que a gente fez, de repente nem precisava tanto. Só que isso só está fazendo a gente aprender mais e mais e mais... Mas também não é uma orientação: “não, parem com isso!”. É normal.

**Autora: Eu percebo que há uma preocupação primeiro com o impresso e depois com o *online*. É assim?**

**Lúcia Castro:** Não, você está enganada. Primeiro, vamos pensar diferente. Todo material especial para o impresso tem que ter multimídia. Agora, o portal, ele faz multimídia independente do impresso. São matérias que nem saíram no impresso. São produções para *online*. A gente faz produções que são só *online*, nem tem nada no impresso. Várias foram aproveitadas no impresso de uma outra forma. O que eu estou querendo dizer é que as coisas não são muito pensadas: “vou fazer isso agora”. Não, é normal, é assim que acontece. Não existe essa preocupação, porque já é uma rotina. Então, não é uma coisa que a gente tem que se preocupar com isso e determinar que a gente tenha multimídia. Graças a Deus, já é uma coisa que está incutida no nosso DNA. A gente já está fazendo essas coisas, desse jeito. E a gente tem ganhado prêmio, a gente já ganhou alguns prêmios de material *online*, as meninas da Economia, a Keyla e a Ana Paula fizeram, esse mineroduto é delas.

**Autora: Mais alguma coisa que você gostaria de comentar e eu não perguntei?**

**Lúcia Castro:** só acho isso, o que você tem que trabalhar é que grande reportagem é grande reportagem onde for: no impresso, na rádio, na TV, no *online*, não muda. É lógico que a diferença é: uma grande reportagem no *online*, eu vou explorar esse tipo de recurso: o visual, o áudio... No impresso, eu não tenho, então vou o estético, a arte mais completa. E outra coisa, nós temos que ser capazes e competentes suficientemente para dar isso para o leitor. Porque, para o leitor, é um *plus*. Ele lê uma matéria no jornal e depois vê um vídeo, não com o mesmo texto, porque a matéria é uma coisa, ele vai lá e vê o vídeo, o áudio, uma entrevista e tudo, aquilo, a informação dele fica muito melhor. Ele se informa muito mais do que só o impresso.

APÊNDICE L – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM A REPÓRTER DE O TEMPO, JOANA SUAREZ.

**Autora: Quando o repórter vai fazer uma matéria especial, ele fica só por conta disso?**

**Joana Suarez:** Infelizmente não. O ideal seria se a gente pudesse se dedicar *full time*. Eu estou fazendo uma outra agora, que eu estou acompanhando durante muito tempo, e que, aí, eu tenho um dia da semana para fazer essa pauta, para ir na personagem. Nos outros dias da semana, eu estou envolvida com outras coisas completamente diferentes. E aí, fica até meio perdido. No dia em que eu chego dessa pauta, eu tenho que anotar as coisas, porque ela só vai ser escrita muito lá na frente. E eu vou me envolvendo com outras coisas. Igual nos Meninos de Abrigo, teve Mariana no meio do caminho, a tragédia de Mariana. Fui para Mariana, inclusive. Teve fim de ano, Carnaval no meio do caminho.

**Autora: Qual a prioridade você considera que o jornal dá hoje para essas reportagens multimídia?**

**Joana Suarez:** Na verdade, eles têm até tentado investir mais nessas grandes reportagens, mas o foco nunca é uma mídia, sempre o impresso e o portal. Nas grandes coberturas factuais já tem sido exigido ser multimídia.

**Autora: E no Especial?**

**Joana Suarez:** No Especial, ser multimídia eu acho que é fundamental, nos grandes especiais, não tem como não ser mais. Hoje eu entendo que o vídeo tem um acesso muito grande, eu sinto falta, às vezes, eu até quero aprender a fazer vídeo. Como repórter, eu sei que meu texto pode ser muito bom em termos de acesso às pessoas, mas eu sinto falta de ter uma identidade visual do que eu estou fazendo. Porque, o personagem falando e chorando na câmera é tão emocionante quanto uma escrita também. Eu faço muita pauta especial aqui no jornal, eu tento fugir do dia, então eu sugiro umas pautas especiais que eu consigo fazer. E todas que eu faço têm vídeo. É difícil, é raro não ter. E sempre tem esse esquema de pensar para o *hotsite*. Mas eu confesso que para a gente ainda é um pouco difícil. Para a gente que é originalmente do impresso, eu estou há cinco anos no jornal, pensar em termos do *online*. Pensar em formato mesmo, em tamanho, tudo. Porque, eu que sou do impresso, eu penso muito como vai ser meu título, o abre, a retranca, no desenho da página, no Hermes, que é o sistema que a gente usa para escrever direto na página. Se eu vou ter uma arte, um infográfico, se eu quero uma peça-frase. Penso em páginas. E o *hotsite* tem outros elementos que eu não consigo pensar ainda, justamente porque a gente não teve um treinamento para fazer um *hotsite* ainda. O que eu tenho de elemento para um *hotsite*, eu não sei, te confesso. Então, o que costuma acontecer aqui, por enquanto, é eles pegarem esses elementos do impresso e transformarem em elementos para um *hotsite*. No meio da barra que você vai rolando tem uma frase maior com uma fotinha. É uma adaptação. Ainda acontece isso. Adaptação do impresso para o *hotsite*, 90% das vezes, eu acho.

**Autora: O Menino de Abrigo, quando você pensou, você não pensou em um especial multimídia?**

**Joana Suarez:** a gente pensou em caderno. A gente sempre pensa em vídeo. Multimídia, na minha cabeça, além do impresso que eu vou fazer, eu vou fazer vídeo. Como se fossem duas reportagens, uma escrita e uma, não televisionada, uma *online*, porque é um formato completamente diferente de televisão. Para mim é mais difícil, porque, no impresso, o repórter é o produtor da matéria, a gente não tem produtor aqui, aí, a gente está sendo produtor de vídeo e de impresso, que são duas coisas diferentes também. Que a gente produzir para o impresso é outro esquema. Inclusive, eu só me preocupo com foto, mas, às vezes, eu

consigo fazer tudo por telefone. O personagem que não vai aparecer na TV, que ele vai falar comigo em *off*, é muito mais fácil de conseguir do que um personagem que queira falar em *on*, porque eu preciso do vídeo. E é um personagem mais difícil de conseguir. Então, tudo para produzir quando tem vídeo, é mais demorado. Nem sempre as pessoas entendem isso aqui. E aí, a gente faz os vídeos, a gente produz os personagens para vídeo, para o texto, e faz os dois. Mas eu só falei assim, a adaptação acontece na questão da página na internet, no *hotsite* que eles chamam. Que aí, nisso eu não penso. Eu penso só no vídeo e no texto, em foto. Porque, o que seria multimídia, seria isso, a matéria ser vista em foto, vídeo e em texto. No caso desse do Menino de Abrigo, a gente já tinha a pauta, então, eu não tinha que caçar personagem, produzir tanto. A pauta era ir ao abrigo. Eu só tive que achar um abrigo que topasse e tivessem meninos que iam fazer 18 anos daí dois meses e tivessem que sair. Eu dei muita sorte de achar, nesse abrigo tinha dois meninos que iam fazer 18 anos dois meses depois, iam ter que sair. Nessas reportagens especiais, é supertranquilo, possível, lidar com essa coisa do multimídia. Só é mais difícil, como eu te falei, na produção. E até, na verdade, porque o impresso antes, a gente até podia dizer que tinha vantagem de a gente conseguir fazer muita matéria sem muita dificuldade, que nem a TV tem, que ela precisa que a pessoa fale. Essa vantagem que a gente tinha do impresso, hoje está se perdendo um pouco, mas, às vezes, a gente consegue até ganhar nisso. Porque, a gente consegue fazer um texto diferenciado da TV, por exemplo, do rádio, porque a gente faz só com nosso olhar, com a nossa observação, com nomes fictícios. Por isso, já teve matéria que a gente fez vídeo e texto, e as pessoas gostaram muito mais do texto do que do vídeo. Porque o texto trazia mais elementos, porque, no vídeo, nem tudo a gente conseguiu gravar. Mas tem casos contrários, que o vídeo emociona muito mais.

**Autora: Você disse que pensa mais no texto e no vídeo. E nos outros elementos, como infográficos animados, por exemplo?**

**Joana Suarez:** Eu ainda não. Por coincidência, está rolando agora uma matéria que eu estou fazendo, que é um especial para o aniversário de BH, e a gente está fazendo especificamente um *hotsite*. Ia sair uma ou duas páginas no impresso. Uma ou duas páginas? Então, vamos preocupar com o *hotsite*, porque o *hotsite* a gente precisava de muita coisa. Eu tenho dificuldade com internet, porque internet não tem limite, né? E eu sou difícil de não ter limite, porque, se não tiver limite, eu escrevo para a vida.

**Autora: Isso é um problema?**

**Joana Suarez:** Da gente se adequar a esse portal ilimitado. Esse especial de BH é um exemplo muito claro disso, porque, foi isso. A minha chefe falou: “Você vai fazer, junto com a Nath, um especial, um *hotsite*”. Aí eu perguntei: “Mas você vai me dar quantos dias para fazer isso?”. Eu não tenho ideia de quantos dias, de quanto tempo, quanto espaço eu tenho. Aí ela falou: “você vai ter uma semana”. “Em uma semana eu consigo fazer isso”. E aí nesse, tinha que pensar nesses elementos: videoanimação, porque a gente começou a fazer essas videoanimações recentemente, e a Nath é uma pessoa focada nessas coisas de multimídia. Na verdade, é a única repórter aqui, até onde eu sei, que é focada em pensar o jornal multimídia. Como ela é a repórter aqui que a função dela é essa, pensar em coisas multimídia, por isso que eles fazem isso, pegam ela e outro repórter para ajudar no impresso. Porque ela também só preocupa com o *online*. Igual nesse caderno do abrigo, eu que pensei tudo do caderno. E aí, ela pensou tudo do *hotsite*. Em compensação, eu acho que a gente devia fazer até um treinamento para pensar quais são os elementos do *hotsite*. Aí, no dia que a gente reuniu aqui para decidir como vai ser o especial, aí as meninas falaram que ia ter isso, aí eu falei: “Ah, então eu posso fazer um videográfico, esse negócio que eu entrevistei rende essa

videoanimação”. Entendeu? Mas eu não tinha pensado nisso entrevistando o cara, eu pensei em foto e vídeo.

**Autora: Então, falta orientação para se saber utilizar o multimídia?**

**Joana Suarez:** Talvez, ainda. Porque a gente ainda não tem esse tempo para focar tanto. Eu confesso que eu vejo aqui que o impresso ainda é o carro-chefe. Enquanto o jornal ainda pensar o impresso como carro-chefe, a gente não vai ter tempo para dedicar ao *hotsite*. Vai ser sempre adaptação do impresso, eles mesmos que adaptam os elementos. Fica massa, eu vejo o *hotsite* e vejo como é, mas, no Menino de Abrigo, se você vê o *hotsite*, é completamente adaptado do impresso. Porque, as artes, por exemplo, virou uma foto, a arte que estava no impresso, o infográfico, no *hotsite*, veio como foto, porque não deu tempo de eles pegarem os textinhos e fazerem uma arte mais animada, que era o ideal. Teve quatro meses, mas, no final, sempre tudo é de última hora. Então, não deu tempo, não sei como foi, a maioria das artes virou uma foto, o que é péssimo, se você está pensando em elementos para o *hotsite*. Mas é isso. O jornal ainda dá muito mais valor ao impresso. Nessa matéria, eles editaram o caderno impresso, a secretária de redação que editou esse caderno, ela preocupou com o caderno inteiro, mas o caderno, o papel. Quando sai o *hotsite*, os vídeos mesmo que os fotógrafos fazem, costumam ser entregues um dia antes, ninguém vê como ficou antes. Enquanto meu texto tem que ser entregue duas semanas antes para o povo editar e o caderno sair bonitinho, o *hotsite* fica pronto no dia, porque, teoricamente, veio de um material editado para ser adaptado. Mas tinha que ficar pronto antes para ver o que mais dá para fazer. Eu queria ter muito tempo para fazer matéria para o impresso para poder pensar depois para o *hotsite*. Que aí, para o impresso, eu faço o que coube ali, normalmente é muito pouco, eu sofro com isso, o espaço é muito pequeno, e podia fazer um texto melhor e maior para o portal, para o *hotsite*. Mas não dá tempo. Eu mal tenho tempo de concluir o texto do impresso e tenho que entregar e acabou, já partir para outro. Porque, o portal não tem limite, mas, na verdade, tem, né? Ninguém aguenta ler uma coisa gigante. Mas, também não precisa ser tão pequeno como o limite do impresso, que é um tablóide, né? Um dos maiores abre nosso, dá uma página e meia de Word, para você ter uma ideia.

**Autora: Você disse: “ah, isso cabe no vídeo”. O que você pensa que cabe no vídeo?**

**Joana Suarez:** Na verdade, eu tenho até uma facilidade com isso, porque eu trabalhei com TV, trabalhei um ano e meio, quase dois, com produção de TV, jornalismo. Então, eu sei produzir. Aí, eu sempre penso na imagem, fazer imagem de alguma situação, de algum lugar, eu consigo visualizar um vídeo pronto, o que ele precisaria ter. Eu nem sei se os outros repórteres têm alguma dificuldade nisso.

**Autora: então, acontece mais é uma adaptação do impresso para o multimídia, como você tinha falado?**

**Joana Suarez:** Nesse caso, não deu para dividir tanto, porque nunca dá. Por exemplo, a Nath é a pessoa que pensa o multimídia, já tentaram fazer isso, com que a Nath fosse com a gente. Eu estou fazendo uma pauta especial sobre violência contra a mulher, aí vem a Nath comigo. Aí é esquisito, porque eu já estou lá fazendo, então eu faço para o vídeo também, não precisa a Nath vim e fazer. Só que, em compensação também, na hora de editar o vídeo, às vezes, o fotógrafo não edita sozinho, ele precisa do repórter. Eles não me deixam livre para eu ajudar o fotógrafo no conteúdo do vídeo. Eu até poderia interferir na edição dele, mas eles não me dão tempo para isso. A Nath, como tem tempo para isso, como ela é focada nisso, na hora de fazer o vídeo com os fotógrafos, ela decupa as entrevistas, separa: “quero que use essa e essa entrevista”. Mas eu não tenho como fazer isso. Porque o tempo que eles

me dão é para escrever a minha matéria. Então, os fotógrafos têm que ser bem independentes nesse sentido. O Lincon é uma pessoa legal, porque, como ele é jornalista, ele consegue pensar na narrativa. Porque tem outros fotógrafos que não conseguem. Você vai pegar o vídeo, o vídeo está todo misturado, as falas, fica pensando na parte técnica e não tem uma narrativa. Você não consegue entender o que aconteceu. Então é um problema, às vezes, e eles também não têm muito tempo para fazer. Na verdade, no fim das contas, a gente está nesse processo de aprendizado, de mudança, que O Tempo é muito disposto a fazer, a ser novo, a inovar. Mas ainda falta gente, tempo e dinheiro.

**Autora: Qual é a maior dificuldade na hora de fazer o vídeo e o texto para um especial multimídia?**

**Joana Suarez:** O texto da internet, o texto sem limite é uma dificuldade para mim. Mas, inclusive, eu pedi para desenhar as páginas dele, eu vou escrever nele. Eu só falei dificuldade, mas no início, eu disse que eu acho muito importante ser multimídia, ter os vídeos, porque eu sinto que eu preciso ir além do texto hoje em dia. Tem uns vídeos muito massa assim, que a Folha faz, que é muito mais impactante do que só o texto. Às vezes, eu queria filmar também para passar o que eu estou sentindo. Porque eu não vou passar no vídeo, quem vai passar, no fim das contas, é o fotógrafo, que está editando. Eu produzir para ele filmar e editar. Isso é uma outra dificuldade: quando eu vejo o vídeo, não é nada do que eu pensei. “Nossa, eu teria usado um outro momento que a personagem falou, eu teria feito uma imagem da personagem assim”. Na verdade, é porque ele faz sozinho, para o vídeo, eu só produzo, eu não consigo ir além, ajudar na edição e na finalização do vídeo. Agora, durante as imagens que ele está filmando, às vezes, eu dou um toque: “filma fulano fazendo isso, aquilo”. Nem adianta, porque é ele que está pensando em como ele vai fechar o vídeo, porque eu não vou fechar. Aí, por isso, eu estou falando, às vezes, eu queria também filmar. Tudo o que eu faço na rua, eu consigo transmitir no meu texto. Aí, eu consigo em partes, porque é através de outra pessoa, que é o fotógrafo. Mas é muito legal essa opção de trazer imagens do que você está falando.

**Autora: Quando a sua matéria se torna multimídia, você espera que seja recebida de forma diferente pelo usuário, que cause novos tipos de emoção?**

**Joana Suarez:** Sim. É isso o que eu falei. Eu acho que o vídeo tem que existir, porque ele acrescenta muito ao mesmo texto, porque você vê o personagem. Normalmente, quando é feito junto, é um resumo do que está no texto, porque são os mesmos personagens, mas, às vezes, eu usei, no texto, uma outra fala e no vídeo é outra fala, é muito complementar. Tem que ter. É bom ser complementar, mas, às vezes, pode ser só vídeo, não precisa de texto, ou só texto, dependendo da matéria. Não, necessariamente, a matéria tem que ter vídeo e texto.

APÊNDICE M – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM A REPÓRTER DE O TEMPO, NATÁLIA OLIVEIRA.

**Autora: Qual é o grau de prioridade que você acha que O Tempo dá para esse tipo de reportagem?**

**Natália Oliveira:** Eu acho que, hoje, a gente está cada vez mais conseguindo um espaço maior para fazer isso. O Menino de Abrigo, por exemplo, a gente ficou três meses fazendo, que eu acho que é um tempo longo para jornais diários, que era uma coisa que não acontecia antes e, hoje, eu vejo que está acontecendo bastante. E a gente sempre tem um *hotsite*, a gente está sempre fazendo uma grande reportagem. Eu acho que os jornais estão começando a perceber a importância dessas grandes reportagens para os veículos. De não ficar só nas coisas do dia a dia, de entender que investir em alguma reportagem é realmente muito importante. Então, hoje eu vejo um investimento maior nisso. Eu estou aqui há seis anos e eu acho que nesses últimos dois anos, mais ou menos, essa importância cresceu muito. Esse ano principalmente. No ano passado...

**Autora: Quando você está fazendo uma grande reportagem, você fica só por conta disso?**

**Natália Oliveira:** Então, depende. Geralmente eu, no portal, eu fico mais por conta disso. Consigo ter um tempo maior para isso, é um pouco meio minha função no portal fazer multimídia e fazer esses *hotsites*. Então, consigo ter um tempo maior. Mas isso depende um pouco também. Por exemplo, hoje, que teve um grande acidente, então, talvez, seja um dia que eu tenha que ajudar um pouco. Então, depende muito do que está acontecendo. O Menino do Abrigo, por exemplo, foi bem na época que estourou a barragem de Mariana. Então, a gente teve que ajudar, impossível ficar só por conta. Então, um dia ou outro, acaba que você tem que ajudar, mas nada que atrapalhe o processo. Por exemplo, O Menino de Abrigo, a gente ficou quase três meses fazendo, um dia ou outro, eu acabo ficando no dia, não tem como.

**Autora: Então você é repórter do portal, na verdade?**

**Natália Oliveira:** É, eu sou repórter do portal. Eu era de Cidades do impresso antes e, aí, há mais ou menos uns dois, três anos, eu fui para o portal e comecei a ficar mais com multimídia. Eu fui para o portal para fazer isso. O jornal meio que começou esse investimento nisso. Igual, essas matérias que a gente fez, saiu tanto no portal quanto no impresso. Então, você não fica por conta só de uma coisa ou só de outra. Depende, às vezes, um repórter do impresso faz coisa para o portal e do portal faz para o impresso. A Joana, por exemplo, é do impresso. Então, tem essa conversa, essa interação.

**Autora: E por que você acha que foi colocada nessa função?**

**Natália Oliveira:** Na verdade, nem é só pelas grandes reportagens. Eu fico mais responsável por vídeo. Eu sempre gostei muito de vídeo, então, quando a gente começou a fazer vídeo, eu era alguém no impresso que gostava muito de fazer vídeo. Então, quando surgiu essa oportunidade, eu também quis, eu também demonstrei meu interesse em ir para essa área, porque eu gosto muito de multimídia. E aí, a gente começou a fazer os *hotsites*, logo depois. Primeiro vieram os vídeos e depois os *hotsites*. Mas os *hotsites* são várias pessoas que fazem, não sou só eu, bem como vídeos. Tem a Ana Paula, tem outras pessoas que fazem.

**Autora: Como é pensada a utilização de cada uma das linguagens?**

**Natália Oliveira:** Geralmente a gente faz uma apuração de tudo, do tema, como se fosse escrever uma matéria mesmo normal, e aí você pensa o que dá vídeo, o que pode ser mais visual que a escrita. A gente está fazendo um especial agora, para o dia 12, do aniversário de BH. E aí, por exemplo, a Joana vai filmar uma reforma de hospital, que é uma coisa que é super visual. Menino de Abrigo, a gente tinha muita imagem lá dentro. A gente tem que pensar o que dá vídeo e o que dá mais texto, e tentar conciliar as duas coisas para não ficar um conteúdo repetitivo.

**Autora: E quais são os fatores que dão mais vídeo e os que dão mais texto?**

**Natália Oliveira:** Aí depende, varia muito de tema para tema. Eu, pelo menos, eu penso o tema e o que dentro deste tema seria vídeo, e o que dentro desse tema não dá para ser vídeo e seria melhor se fosse texto. Porque, às vezes, uma entrevista com alguém, beleza, pode ser um vídeo, mas eu posso fazer isso em texto tranquilamente. Eu acho que o legal é pensar o que de imagem fica legal. A gente fez um vídeo, recentemente, por exemplo, da cratera que abriu no Japão, comparando com alguns problemas da chuva aqui. É uma coisa super visual, que tinha carro alagado há seis dias. E isso super dá um vídeo. Eu posso contar em texto, mas não vai ficar tão legal quanto fazer um vídeo.

**Autora: E pensa um pouco na utilização de infográfico, animação?**

**Natália Oliveira:** Sim. A gente tem feito muitos vídeos que são animação. Esse especial de BH, por exemplo, a gente fez um vídeo que são dez passos para criar sua horta urbana, que é uma coisa super infográfico. Que a gente pensa nessa coisa para fazer de visual. Na época das Olimpíadas, a gente fez vários videográficos com animação, explicando alguns esportes que as pessoas não entendem tanto. E aí, tinha umas comparações. Por exemplo, a gente faz algumas comparações com aquele corredor famoso, com animais que correm, o quanto ele corria. Então, algumas coisas nesse sentido, que possam dar uma coisa visual legal. A gente fez um vídeo de dia das mães, que foi o vídeo mais visto do portal. Não sei se ainda é, mas, na época, foi. Era uma matéria da Joana, sobre mães que apoiam filhos gays. Aí, a gente fez um vídeo, com algumas mães e os filhos. E ficou no fim das contas, bem legal. Era só entrevista, não tinha imagem de corte, praticamente. Tinha uma imagem de uma *drag* cantando com a mãe dela, mas o resto era entrevista, a gente fez um vídeo bem dinâmico. Acho que isso contribuiu muito. Isso também é uma coisa. A internet não suporta mais aqueles vídeos gigantescos. A gente teta pensar esses formatos mais dinâmicos.

**Autora: Como os diferentes tipos de profissionais influenciam e dão opinião em um projeto multimídia?**

**Natália Oliveira:** Geralmente, a gente faz uma reunião depois de ter o tema e meio que divide as funções. Por exemplo, eu trabalho diretamente com o fotógrafo. Aí, a gente conversa, pensa: “o que a gente pode fazer para o vídeo?”. Geralmente, a gente tem uma conversa e pensa desde a produção até quando edita o vídeo. E a mesma coisa no momento de fazer videográficos, por exemplo. Até que, aqui, a gente consegue ter essa conversa bem tranquila. Porque aí, tem isso: “ah, vou fazer o videográfico das hortas, o que você acha?”. “Ah, legal”. Aí, eu converso com quem vai fazer o videográfico, ele sempre faz um esqueminha, me mostra: “Ah! Legal”; quando a gente não gosta: “vamos pensar em outra coisa”. E por aí vai.

**Autora: e ele também dá opinião quando ele vê o texto?**

**Natália Oliveira:** Ah, acontece. É mais raro isso acontecer, porque os textos são entregues bem no final. Mas a gente tem um drive, um Google Drive mesmo, compartilhado

com todo mundo, para todo mundo conversar. Porque é importante. Às vezes, ele vê alguma coisa que ele fala: “Olha, isso aqui poderia dar um videográfico legal. Ao invés de usar em texto, vamos usar em videográfico?”. Ou até o próprio fotógrafo: “Tive essa ideia de fazer tal vídeo”. Ele vira para mim: “Fica legal, mas se desse para a gente fazer tal coisa, poderia ficar melhor”. O vídeo do dia das mães, por exemplo, eu fiz com o Douglas, e a minha ideia era gravar filhos e mães separados. E aí, quando a gente foi gravar, ele falou assim comigo: “Eu acho que ficaria melhor gravar junto, porque depois, nas imagens, a pessoa pode não entender quem é quem”. E aí, na hora eu falei assim: “olha, é mesmo”. A gente já troca algumas coisas, muda. E uma outra coisa que a gente tem que tentar fazer no vídeo é não repetir o texto. Porque isso também é um problema, que, às vezes, você coloca uma coisa no texto, que também está no vídeo. É desinteressante para quem vai ler, é meio óbvio, mas pode acontecer. Então, a gente tem que tomar um certo cuidado com isso, para que o vídeo seja realmente um complemento. Por exemplo, esse especial de Belo Horizonte, eu entrevistei alguns especialistas, só que ficou muito grande, então, estava gigante o meu texto. Aí, eu coloquei os especialistas em forma de arte.. Então a gente vai pensando nessas estratégias para dividir, para que não fique aquele monte de texto e seja desinteressante.

**Autora: Em uma matéria multimídia, quais as dificuldades você encontra para atuar como repórter?**

**Natália Oliveira:** Eu acho que a maior dificuldade nem é como repórter. Eu acho que a maior dificuldade para fazer vídeo são os personagens, porque geralmente as pessoas não querem gravar. Elas falam com você, aí na hora que você fala: “mas eu queria gravar”, aí elas não querem. Eu acho que isso é o mais difícil. Eu acho que a montagem é um processo difícil. Eu percebo que a gente ainda está muito ligado à televisão. Então, eu acho que a gente tem que começar a pensar a montagem para a *web* mesmo, uma coisa mais dinâmica. Acho que hoje a gente está conseguindo fazer isso aqui. Mas eu acho que isso já foi um problema, já foi uma dificuldade, porque a gente fazia matéria, aí ficava aquele trem de: “vamos fazer *off...*”, que eu acho que não combina muito com internet, vira muito TV, muito Globo. Eu acho que não é isso que as pessoas querem ver.

**Autora: Você sente alguma dificuldade em saber em que momento você vai passar do texto para o vídeo ou do vídeo para um infográfico, do infográfico para uma animação?**

**Natália Oliveira:** hoje, nem tanto, no começo, sim. No começo, eu pegava tudo e falava: “gente, o que eu vou fazer?”. Mas hoje eu tento pensar no que combina com aquilo dali. Não fazer um videográfico por fazer um videográfico. Acho que o texto só tem que ter um videográfico se tiver um motivo para ter um videográfico. Que é esse da horta, dez passos para se criar uma horta. É uma coisa que, se eu fizer em texto, talvez seja um saco ler, mas, você ver um videozinho com isso, é muito mais interessante. A gente está fazendo, nesse especial de BH, um projeto que chama Favela, que é um projeto que ajuda as pessoas do morro a deslançarem seus empreendimentos. E, aí, um dos vídeos que a gente gravou ontem, foi com umas meninas que dançam. Então, isso para mim, é muito claro, por exemplo. Tem uma mulher que faz o dia da noiva, que a gente também vai gravar com ela. Porque, eu não vou conseguir contar, no meu texto, como as meninas dançam, por mais que eu queira. Eu posso fazer um texto super descritivo, mas isso não vai mostrar para as pessoas como elas dançam, quem são elas. As meninas são lindas, elas são cheias de atitude e tal. Quando eu faço a minha apuração, eu penso: o que pode ser vídeo? O que eu tenho aqui que é visual? Que ver é muito mais interessante que o escrever? Então, tem um pouco essa divisão já na apuração.

**Autora: Você acha que Grande Reportagem Multimídia atinge mais o leitor do que a grande reportagem no impresso?**

**Natália Oliveira:** acho que não, aí depende. Porque, geralmente, as grandes reportagens no impresso também têm esse cunho, esse intuito de um texto literário, um texto diferente. Eu acho que o que o multimídia traz, a grande reportagem, o *hotsite* traz, são recursos diferentes que acabam ampliando essa imersão do leitor. Eu acho que quando você tem um vídeo, por exemplo, mostrando os meninos no abrigo, acho que isso tem um apelo social muito maior. Eu, pelo menos, quando eu via os vídeos eu pensava: “Nossa!”. Porque, ir lá e ver os meninos é muito isso. Você materializa aquela coisa. Acho que o vídeo, ele tem essa função, acaba trazendo isso. Não que ele traga mais do que o impresso. Acho que você pode criar no impresso, também, uma reportagem que sensibilize muito, mas acho que o vídeo traz essa importância do visual mesmo, que o leitor consegue... Da forma como ele vai entrar naquilo ali, imergir na reportagem.

## APÊNDICE N – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM O REPORTER FOTOGRÁFICO DE O TEMPO, LINCON ZARBIETTI.

### **Autora: Para você, qual é o grau de prioridade de O Tempo em relação a GRM?**

**Lincon Zarbietti:** Vou ser bem sincero. O *feedback* dentro da redação, ele é muito diferente de um *feedback* administrativo para essas questões, principalmente quando se esbarra nas questões econômicas, na questão de financiamento, de quanto vai custar a viagem. Óbvio que tem coisas que são meio indiscutíveis, por exemplo, o Adeus ao Rio Doce. Foi uma coisa que nós estávamos lá e precisávamos fazer, nós íamos nos destacar de todo mundo, então, a gente foi sem nenhum planejamento, na hora, os gastos iam aparecendo, mas não teve muito empecilho, não. O maior empecilho, eu acho, que existe, dentro da redação, para fazer um especial de longa duração, primeiro, são os custos que isso vai acarretar, alimentação, hospedagem. Tem toda uma logística financeira para ter isso. O segundo ponto, que é um pouco mais fraco, mas que, às vezes, ainda esbarra, a questão de que a nossa equipe é a mais reduzida que tem em Belo Horizonte. Tirando a do Hoje em Dia que sofreu um corte gigantesco, mas, comparada ao Estado de Minas, a nossa equipe é muito reduzida, sofreu um corte há uns tempos, então ficou mais reduzida. Quando tiram da redação para ir a uma viagem, aumenta muito o grau de dificuldade de trabalho aqui e para administrar as pautas aqui dentro. Acaba sendo um empecilho também, mas bem menor. Só que a questão financeira, às vezes, realmente é um empecilho e a gente tem que batalhar mesmo, porque o administrativo, muitas vezes, acaba que não conversa. A gente está em uma empresa de comunicação, mas acaba que não conversa com a redação para saber qual é a real importância disso. Os repórteres, os editores, têm que ficar brigando ali para conseguir aquela pauta, para mostrar a importância daquela pauta, para que aquela pauta seja realmente interessante e economicamente viável para o jornal. Quanto mais econômica ela for, mais fácil de se conseguir.

### **Autora: Quando você participa de um especial multimídia, você fica só por conta disso?**

**Lincon Zarbietti:** Depende, tem as diferenças. Esse Um Adeus ao Rio Doce, a gente foi viajar, saiu e ficou direitão para fora. Quando eu voltei, eu fiquei mais uma semana fechando o caderno, porque tinha um caderno especial. Tinha algumas matérias que estavam saindo no dia e eu ainda tinha o vídeo para terminar. O vídeo, da outra vez, foi mais curto, só que, como a gente foi pego de surpresa, então, foi mais difícil de editar ele, porque tinha um material mais reduzido. Mesmo quando a gente estava na matéria de Um Adeus ao Rio Doce, a gente tinha os factuais para fazer do dia a dia, então tinha que ficar se desdobrando. O Menino de Abrigo, se eu não me engano, a gente ficou acompanhando quatro ou cinco meses os meninos, então, era uma coisa mais fria, mais calma. Quando a gente saía, no dia, para ir ao abrigo, só ia ao abrigo, só fazia aquilo no abrigo. Se você tem a pauta do especial naquele dia, você vai ficar só por conta daquilo. Um Adeus ao Rio Doce foi uma exceção, porque tinha o factual e a gente era a única equipe lá, não tinha outra equipe para fazer as coisas que a gente estava fazendo. Mas, em geral, a gente fica mais por conta disso, sai e vai fazer só a pauta do especial. E quando edita também, pede alguns dias, calcula alguns dias para editar, às vezes, o material é mais longo, enfim, às vezes, uns três dias fica para editar na redação e aí fico só por conta daquilo. Só se cair um viaduto, como já aconteceu, um avião, acontecer uma catástrofe muito grande, aí a gente é deslocado. Fora isso, não.

### **Autora: Você participa de várias GRMs, por que você acha que é sempre demandado para fazer isso?**

**Lincon Zarbietti:** Eu acabei meio caindo de paraquedas nisso, mas, eu acho, que tudo começou foi porque eu filmava. Eu sempre fiz foto, sempre gostei de foto, entrei aqui

como fotojornalista, mas sempre tive uma quedinha pelo audiovisual, pelo vídeo, principalmente quando a TV Folha começou a crescer muito. Gostei muito, achei uma linguagem totalmente diferente, fiz um curso com o John Wainer, que era editor da TV Folha, curso muito rápido que teve aqui em Belo Horizonte, mas que foi muito legal. Então, eu comecei a me aproximar dessa questão e, como eu tinha uma câmera de filmava, como eu filmei uma vez, aí você vai filmando outra vez, aí uma vez eu me pautei para fazer um outro videozinho bobinho, você vai se pautando, aí você vai criando gosto pela coisa. Digamos que foi por uma iniciativa minha que o jornal viu que tinha alguém ali para fazer. Porque, todo esse processo do multimídia, eu acho que, para muitas redações, e também aqui para O Tempo, é uma coisa muito nova, que a gente vai aprendendo fazendo mesmo. O portal, ele tem mais facilidade com isso, os repórteres também, mas o pessoal da fotografia, tem muita gente que ainda não consegue fazer essa transição para o audiovisual. E aí, beleza, consegue, vai lá e filma, faz uma filmagem legal, mas não sabe editar, e a gente tem um pessoal aqui da TV que edita. Só que a linguagem que o pessoal da TV edita é uma linguagem muito da TV, que é muito diferente. Então, quando não dá tempo, a gente passa para o pessoal da TV editar, mas eu procuro sempre eu gravar o meu material e editar, porque, na verdade, quando você está gravando, você já está com uma cabeça na edição, para fazer. Eu acho que fica uma coisa mais legal.

**Autora: Qual a diferença você na edição para a TV e para uma matéria multimídia?**

**Lincon Zarbiatti:** Eu não sei falar tecnicamente, mas é uma coisa mais formatada, mais rígida, são planos de filmagens diferentes, o tempo das falas e dos depoimentos é diferente, a sobreposição é diferente. Um vídeo de multimídia, hoje em dia, para a internet, tem que ser muito mais dinâmico do que um vídeo de TV. Não tem a presença do repórter fazendo pergunta, a narrativa do entrevistado que comanda todo o enredo, as falas que vão puxando uma a outra. Então, tem tudo isso, por exemplo, quando esse pessoal de TV sai para a rua, sai com o microfone e faz a pergunta, entrevista e o repórter aparece. Já eu não, quando eu saio, saio com um microfone direcional ou de lapela, a gente faz a entrevista, usa duas câmeras para ter um corte mais dinâmico. A questão maior mesmo, eu acho, é tornar mais dinâmico. Porque, hoje em dia, um vídeo de cinco minutos para a internet tem que ser bem forte, de cinco, sete minutos, tem que ter bastante material para prender o leitor. O ideal, dizem, é que se produza de até quatro minutos, um vídeo que não perca muito o interesse do leitor.

**Autora: Como é planejado esse conteúdo de vídeo e foto que vai se reunir com outras linguagens? Você participa do planejamento?**

**Lincon Zarbiatti:** Geralmente, esses especiais maiores, partem de uma iniciativa dos repórteres e eles já comunicaram alguém da editoria ou da redação, então eles já estão um pouco mais conversados, mas depois senta todo mundo: o editor do caderno, o repórter, o editor do portal, eu, e, às vezes, a minha editora de fotografia também, e começa a estruturar a conversa toda. Porque, geralmente, quando é assim, cria-se um *hotsite* bem atrativo, então, a gente já começa a pensar o nosso material para caber dentro de um *hotsite*. Então, pensa todo mundo junto, faz um *brainstorm* bem grande, e aí pensa o que pode fazer de foto, o que pode fazer de vídeo e o restante vai surgindo da apuração, juntamente com o repórter e o fotógrafo na rua, na hora da pauta.

**Autora: Como se decide qual conteúdo se encaixa melhor em cada tipo de linguagem?**

**Lincon Zarbiatti:** A gente sai pautado com algumas ideias, às vezes, chegamos nos lugares e têm ideias que não cabem. Por exemplo, nesse último especial, a gente queria fazer um 3x4 de todos os personagens, mas acabou que não ia ficar legal, um retrato diferente

de cada personagem ia ficar melhor, então, a gente abortou essa ideia no meio do caminho. Aconteceu que outras ideias surgiram ao longo do caminho. Quem comanda mais ou menos o especial mesmo é quem está na rua. A gente senta com os editores, senta com o pessoal do portal antes, para todo mundo fechar mais ou menos, mas quem está na rua é que vai sacar se aquilo vai funcionar ou não. Depois volta para a redação e aí senta de novo com o pessoal do portal, e aí acontece um pouco mais separado: o repórter vai produzir os seus textos, vai passar pela secretaria, que vai corrigir, ver o que muda e o que fica. Ao mesmo tempo em que isso acontece, eu sento com o diagramador e com o repórter e a gente começa a montar as páginas, quando é em um caderno. Quando é no portal, a gente senta com a equipe do portal e conversa, e a gente já sai assim: “vai ser em abas horizontais, cada aba vai contar uma história”. Então, a gente senta e vai ver: “aqui cabe isso, aqui não cabe”. Então, é uma coisa que todo dia muda um pouquinho a edição, você sai com uma cabeça, mas quando você está na rua muda, quando você volta para a redação, também muda, porque tem coisas que você fez lá fora e depois não cabem mais

**Autora: E quais são os parâmetros utilizados para saber o que serve para cada linguagem?**

**Lincon Zarbiatti:** Na verdade, cada caso é um caso, mas nunca tem um negócio assim: “a gente vai fazer só foto, a gente vai fazer só vídeo, a gente vai fazer só áudio”. Acho que, quando você está ali no negócio, se você saiu com a cabeça pensando em um multimídia para um portal, você tem que fazer tudo o que está ao seu alcance. Se você vai entrevistar fulano de tal, você vai, entrevista ele, grava a entrevista, o repórter vai entrevistar ele, vai fazer as perguntas, você vai filmar as entrevistas, você vai botar uma câmera fixa e roda com outra para fazer uns cortes legais. Acabou a entrevista, a gente vai fazer uma foto, porque vai precisar de foto, vídeo e texto. Só que acontece de algumas vezes passar e é incrível: sempre que passa, lá na frente, cobra e faz falta. E é complicado, é difícil até sua cabeça acostumar a essa questão de fazer duas, três coisas ao mesmo tempo, fazer o vídeo e pensar na foto, porque você está ali gravando o vídeo, pensando nos ângulos ali diferentes do depoimento, está ouvindo o que o cara está falando para montar na sua cabeça, e, acabou aquilo, você tem que pensar em uma foto que seja plasticamente bonita e que passe a mensagem do texto da sua repórter. Não pode deixar de fazer nada. Hoje em dia, é aquele negócio, você sai para a rua para fazer o multimídia, você é o repórter que está preocupado com o texto, vídeo e foto. Tanto é que, a última repórter que foi fazer comigo foi a Bárbara e ela tinha boas noções de filmagem também, já trabalhou em uma produtora, então ela me dava uns toques, então acho que essa proximidade, essa parceria com o repórter, essa conexão entre repórter e fotógrafo é muito importante também para não deixar uma coisa passar. Às vezes, ela estava perguntando alguma coisa, eu sugeria uma pergunta para ela fazer, para complementar aquilo que eu já estava pensando.

**Autora: Há alguma dificuldade de se produzir sabendo que estarão reunidas múltiplas linguagens, não só foto e texto?**

**Lincon Zarbiatti:** Muda muito. No começo, eu passava muito perrengue em relação a isso, hoje em dia, eu digo que eu já estou mais vacinado, porque eu comecei a pesquisar mais, eu comecei a estudar por conta própria mais, eu comecei a me interessar mais pelo assunto. Mas, quem vai para a rua, às vezes, acontece de chegar para fulano de tal, que não está acostumado a filmar, e falar que ele tem que filmar, e ele vai filmar, mas vai ter problemas. Tem total diferença, porque você tem que expandir sua cabeça mais do que quando você está pensando só foto. Quando você está pensando em um multimídia, você tem que pensar nessa foto, que vai resumir tudo o que o texto está dizendo, mas você tem que pensar no produto audiovisual que você vai fazer, então, você tem que ficar atento às falas.

Por exemplo, o repórter está conversando com o entrevistado, você tem que ficar atento não só ao ângulo que você está fazendo aqui com a câmera móvel, mas também ao que ele está falando, porque isso vai ser importante na hora de você editar. Porque se você chega na edição com a cabeça que você já ouviu as perguntas, é muito mais fácil de você editar, você já sabe: “ah, isso aqui foi bom, isso é ruim”. Porque aí, você edita, igual da última vez agora, a gente conversou acho que, com 13 personagens, cada um era meia-hora de conversa. E aí, você vai chegar aqui, ouvir 13 personagens de novo, você vai perder muito tempo, então já tem algumas coisas na cabeça, você vai ouvir, mas você vai fazer as marcações do que você já está lembrando. É totalmente diferente, tem que, digamos, expandir mais os horizontes. Porque, a fotografia, você tem que pensar nela estática e, o audiovisual, em movimento, são coisas totalmente diferentes.

**Autora: E você ajuda o repórter na produção da reportagem e ele na edição dos vídeos? Há esse contato para ver o que vai ser colocado em vídeo e o que vai vir em texto?**

**Lincon Zarbiatti:** Sim, tem essa conversa depois, quando a gente chega na redação. Eu nunca precisei sentar com o meu repórter e sentar na ilha e falar: “vamos decupar isso aqui e vamos montar aqui”. Eu, geralmente, consegui montar sozinho e tive a aprovação deles. Porque, por esse fato de você estar ali ligado na reportagem, ligado ali nas perguntas, porque eu sou formado em jornalismo, mas tem gente que não é, mas o jornalismo você pode aprender dentro da redação também, não só na faculdade, mas você consegue construir dentro da redação. Então, você tem que ter essa pegada jornalística para você conseguir contar a história através de um vídeo, aí, a gente já tem um direcionamento. Eu sento com o repórter e pergunto: “você vai falar de fulano de tal, vai falar de tal personagem?”. “Vou”. “Você acha que é importante comentar isso que ele falou?”. “Eu acho”. “Então vou colocar isso no vídeo”. “Ah, não vou falar de fulano de tal”. Aí eu falo: “mas ele tem uma fala muito boa lá no vídeo”. Aí a repórter vai lá rever se fala é boa, às vezes, é, daí, ela vai incluir no texto dela. Tem geralmente essa troca de informações, não existe muito uma interferência, eu chego lá, sento e vejo o texto dela e boto no texto dela, ela chega e vê o meu vídeo. Não. Quando está se encaminhando para o final, que está mais finalizado o vídeo, o repórter vai lá e vê o vídeo todo. E fala assim: “legal, mas gostei disso, não gostei disso”, e, aí, eu mudo o que ela gostou e não gostou, mas geralmente tem uma base que vai ficar. É muito mais fácil eu construir a base e fazer algumas alterações pontuais, do que se eu for construindo junto com ela, isso vai atrapalhar o meu lado e o lado dela. É questão de tempo mesmo.

**Autora: E acontece repetição de algo no vídeo que já está no texto?**

**Lincon Zarbiatti:** Não, não tem problema. Uma informação pode se repetir no texto e no vídeo que não tem problema. Acho que são coisas que se complementam. Porque vai ter gente que vai acabar lendo só o texto, vai ter gente que vai acabar só vendo o vídeo, então é bom que um seja irmão do outro, falem a mesma coisa, com linguagens diferentes.

**Autora: Como você espera que o usuário receba suas fotos e vídeos, interaja com elas, reaja a elas? Quer causar algum tipo de emoção?**

**Lincon Zarbiatti:** Na verdade, o que eu sempre espero é trazer o leitor para mais perto daquela realidade que eu estou retratando ali. Eu acho que isso é o essencial, se eu conseguir fazer isso, eu vou conseguir despertar outros sentimentos nele, sei lá, seja de raiva, de angústia, de tristeza, de felicidade. Mas, se eu conseguir transportar ele para aquela situação que ele está longe, que eu tive a oportunidade de estar perto, se eu conseguir fazer com que ele sintam mais ou menos o que eu estava sentindo ali na hora, eu acho que eu consegui retratar da forma mais verossímil aquela história e consegui contá-la da melhor maneira possível.

## APÊNDICE O – FORMULÁRIO APLICADO AOS USUÁRIOS DA FOLHA DE S.PAULO E DE O TEMPO

### SEÇÃO 1 – DADOS PESSOAIS

Nome completo:

Idade:

Cidade e estado:

Escolaridade:

### SEÇÃO 2 - PERCEPÇÃO

- 1) As artes, fotos e vídeos nessa matéria lhe causam algum tipo de emoção, sentimento?  
Sim ( ) Não ( )
- 2) Caso sim, comente (quais emoções, sentimentos, por exemplo):
- 3) Que efeito causa em você a utilização de diversos elementos, como áudio, vídeo, animação, infografia animada ou até jogos para falar sobre um determinado tema?
- 4) Cada um desses diferentes elementos utilizados passa, transmite, a mensagem de forma diferente para você?  
Sim ( ) Não ( ) Às vezes ( )
- 5) Dê exemplos em relação à pergunta anterior (explique como os elementos transmitem a mensagem de forma diferente ou não):
- 6) Esses vários elementos te conduziram a diferentes interpretações possíveis ou você acessou essa matéria e já formou logo a sua opinião sobre o assunto?

### SEÇÃO 2 - AÇÕES

- 7) Você consegue interagir com cada um desses elementos (ver os vídeos, compreender quando é necessário um clique para acessar um infográfico, acessar a galeria de fotos...)?  
Sim ( ) Não ( ) Talvez ( )
- 8) Comente sua resposta:
- 9) Você consegue navegar com facilidade por essas reportagens com vários elementos?  
Sim ( ) Não ( ) Às vezes ( )
- 10) Comente sua resposta (Por que respondeu sim/não/talvez?):
- 11) Você segue o caminho proposto (a ordem do texto, dos vídeos, dos infográficos, dos jogos, das animações e dos capítulos) ou faz o seu próprio, que considera melhor (segue a ordem que você mesmo deseja)?  
Segue o caminho proposto ( ) Faz seu próprio caminho ( ) Os dois ( )
- 12) Comente sua resposta (explique por quê):
- 13) A velocidade da internet de alguma forma influencia na maneira como você percorre essa reportagem? Vídeos, fotos e artes demoram a carregar, por exemplo?
- 14) Você compartilhou essa matéria ou escreveu algum comentário na internet (redes sociais ou blogs, por exemplo)?  
Sim ( ) Não ( )
- 15) Se sim, onde? O que te motivou?
- 16) Utilizou algum software ou outra ferramenta para modificar a reportagem ou parte dela (baixou fotos e fez memes, por exemplo)? Qual ou quais ferramentas?

### SEÇÃO 3 - RACIOCÍNIO

- 17) Como você avalia a qualidade das artes, fotos e vídeos dessa matéria?  
Ótima ( ) Boa ( ) Regular ( ) Regular ( ) Péssima ( ) Não sei dizer ( )

18) Você tem alguma ideia das ferramentas, softwares, linguagens de programação utilizadas para a produção dessa reportagem? E do dinheiro e tempo investidos para esta produção?

Sim ( ) Não ( )

19) Comente o que você sabe sobre isso:

20) Você acredita que O Tempo/Folha de S.Paulo defende uma opinião, um ponto de vista, nesta matéria?

Sim ( ) Não ( ) Talvez ( )

21) Comente sua resposta:

## APÊNDICE P – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, THIAGO BARRETO VIEIRA

Thiago Barreto Vieira

33

BH - MG

Superior completo

- 1- Sim
- 2- Sim, pois me entristece ver quantos profissionais do transporte público adoecem e as autoridades ficam omissas.
- 3- Indiferente.
- 4- Às vezes
- 5- As reportagens podem ou não ser tendenciosas principalmente quando é por vídeos ou imagens.
- 6- Geralmente já tenho minha opinião formada, mas vejo que pode ser de grande importância para a mudança de alguns questionamentos.
- 7- Sim
- 8- Sim consigo, mas dependendo do tema prefiro me abster de comentários.
- 9- Sim
- 10- Consigo por que tenho acesso através de smartphone, Tablet, jornal impresso etc..
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Nem tudo é do meu interesse por tanto sigo meu caminho.
- 13- Claro q sim.
- 14- Sim
- 15- Em minha rede social pois era um tema no qual eu me via incluso e achava importante opinar sobre o assunto.
- 16- Não
- 17- Regular
- 18- Não
- 19- ?
- 20- Talvez
- 21- Em algumas matérias e até mesmo em algumas charges sim, eu vejo que poderiam ser um pouco mais imparcial.

APÊNDICE Q – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, DAVID EMANUEL DE SOUZA COELHO.

David Emanuel de Souza Coelho

29

Belo Horizonte/Minas Gerais

Pós-Graduação

- 1- Sim
- 2- Tristeza
- 3- Efeito informativo
- 4- Sim
- 5- As imagens podem ter um impacto mais sentimental, enquanto infogramas e vídeos podem levar a uma reflexão mais apurada.
- 6- Interpretações diferentes
- 7- Sim
- 8- A prática corriqueira na internet nos ensina a como proceder com cada elemento informativo.
- 9- Sim
- 10- Não vejo dificuldades em navegar pelos elementos, pois algo corriqueiro na internet.
- 11- Segue o caminho proposto
- 12- Para melhor compreender o sentido do texto, é necessário seguir sua ordem "natural"
- 13- Sim, pois se demora muito, a tendência é o uso destes elementos ficar prejudicada.
- 14- Sim
- 15- Compartilhei para que todos pudessem ver a situação exposta na reportagem.
- 16- Não.
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- Sei apenas um pouco sobre a programação usada e sobre a metodologia de trabalho empregada.
- 20- Sim
- 21- Não há nunca uma posição considerada neutra. Há sempre um recorte de posição na reportagem feita.

## APÊNDICE R – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, MARCONE COSTA.

Marcone Costa

21

Belo Horizonte MG

Superior Completo

- 1- Sim
- 2- Aproximação com a realidade vivenciada nos abrigos. Senti compaixão
- 3- Facilitam a visualização
- 4- Sim
- 5- Consigo compreender melhor um assunto através de ilustrações e comparativos do que por vídeo ou texto.
- 6- A primeira impressão sobre a matéria foi que abordaria o assunto de um ponto de vista específico, trazendo problematização
- 7- Sim
- 8- tenho o costume de ler jornais, por isso, não encontro dificuldades de interação. Mas alguém que não tem o hábito, pode não ter tanta atenção
- 9- Sim
- 10- Quando bem feitos, com elementos visuais e etc, sim
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Não tenho costume de ver vídeos. Muitas vezes o percurso é longo demais, então busco as partes que mais me interessam a fim de resumir a mensagem
- 13- Sim. Principalmente quando visto do celular, que tem internet com menor qualidade
- 14- Sim
- 15- Comentei no post do jornal no facebook
- 16- (Não entendi)
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Não faço ideia dos recursos gastos, mas pude perceber que a matéria do abrigo acompanha o desenvolvimento do jovem no abrigo, o momento de sua saída e seus passos seguintes. Imagino que tenha levado bastante tempo, 2 anos talvez
- 20- Não
- 21- Mostrou a realidade como ela é.

APÊNDICE S – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, RITA DE CÁSSIA DUTRA CLEMENCE.

Rita de Cássia Dutra Araújo Clemence

61 anos

Sete Lagoas MG

Superior

- 1- Sim
- 2- Repulsa, tristeza, curiosidade, espanto , admiração , etc
- 3- Depende da matéria e do elemento utilizado
- 4- Às vezes
- 5- Muitas vezes um elemento como uma foto não ilustra de forma adequada o assunto tratado. Acho irritante o uso de áudio.
- 6- Diferentes interpretações.
- 7- Sim
- 8- Geralmente não tenho dificuldade. Qdo tenho, sou curiosa o bastante para descobrir testando.
- 9- Sim
- 10- Não tenho dificuldade, mas acho cansativo o uso de vários elementos numa reportagem
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Sigo minha intuição, gosto mais assim.
- 13- Demoram demais.
- 14- Sim
- 15- Fiz um comentário porque gosto de expôr meu pensamento.
- 16- Não.
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Sobre a utilização das ferramentas não tenho a menor ideia. Me prendo ao assunto
- 20- Talvez
- 21- Todo veículo de informação de alguma forma defende seu próprio ponto de vista, mesmo que sutilmente.

## APÊNDICE T – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, FRANCISLEILA MELO SANTOS.

Francisleila Melo Santos

35

Timóteo - Minas Gerais

Mestre

- 1- Sim
- 2- Tristeza, desconforto
- 3- Deixa a matéria atrativa
- 4- Às vezes
- 5- Às vezes torna atrativo, às vezes polui e torna a matéria cansativa.
- 6- Os elementos e a leitura juntos levam a interpretação da matéria
- 7- Sim
- 8- Sim na maioria dàs vezes a interação é fácil
- 9- Sim
- 10- Layouts simples na maioria dàs vezes
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- A leitura dinâmica melhora a compreensão e a memorização
- 13- Sim, vídeos grandes podem ser desprezados dependendo da velocidade da internet disponível
- 14- Sim
- 15- A fatalidade do rio Doce vai de encontro à minha dissertação, na época em construção.
- 16- Não
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Desconheço
- 20- Talvez
- 21- Poderia ser mais claro em seu posicionamento em alguns textos

APÊNDICE V – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, RAISSA PEDROSA XAVIER REZENDE.

Raissa Pedrosa Xavier Rezende

24

Belo Horizonte/MG

Superior Completo

- 1- Sim
- 2- As imagens são impactantes e talvez esse seja o objetivo delas. As cenas do Rio Doce coberto de lama traz um sentimento de tristeza. E ao mesmo tempo, algumas tomadas mostram as montanhas ao fundo, nos remetendo à ideia de como era bonito.
- 3- Nós somos multiplataformas. Quando mais informação e esclarecimento de um fato com variedade de recursos, mais capacidade de entendimento eu vou ter sobre aquilo. Quando se escreve sobre algo, ok, a gente entende. Quando a escrita está aliada a um infográfico, por exemplo, minha capacidade de compreensão sobre aquilo muda de forma positiva.
- 4- Sim
- 5- Num vídeo, posso ver a expressão do personagem e saber q tipo de sentimento ele expressa ali. Num infográfico eu vejo detalhes que talvez minha interpretação de um texto escrito não me mostraria. Um áudio, dependendo da trilha ou da entonação da voz do locutor, vai me trazer uma mensagem com ênfase em palavras q merecem destaque, assim como se utiliza a caixa alta para destacar uma palavra em um jornal ou anúncios. Cada recurso, se bem utilizado, traz uma mesma mensagem de forma diferente porque cada um vai ter uma característica única.
- 6- Na matéria de O Tempo, junto ao vídeo foi publicado um texto. Ao ler o texto, tive várias informações e as absorvi. Mas, ao assistir ao vídeo, as imagens e os depoimentos trouxeram sentimentos que a leitura não trouxe.
- 7- Sim
- 8- Quando a empresa oferece um recurso além, eu utilizo porque vai ser uma forma de compreender melhor a informação.
- 9- Sim
- 10- Sim... Pela minha formação, por estar conectada aos vários recursos, tenho mais facilidade.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Às vezes vejo um video primeiro, depois leio uma reportagem. Às vezes olho uma imagem, um infográfico ou as animações antes de ler também. Talvez porque nossa mente não é linear.
- 13- Claro, se tiver demorando para carregar um video, salvo o link para ver depois em outra plataforma. Às vezes esqueço de ver depois.
- 14- Sim
- 15- Eu elogiei os profissionais envolvidos na reportagem sobre o Rio Doce no Portal O Tempo. Foi por achar um trabalho bem feito e para prestigiar meus ex colegas de trabalho.
- 16- Não
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- Fizeram imagens aéreas, logo precisaram de helicóptero, q se for alugado, é bem caro. Usaram câmaras filmadoras e fotográficas de ótima qualidade e provavelmente profissionais. E a edição deve ter sido feita na redação com programa específico para

vídeos, o que pede um profissional especializado na área para fazer. Além disso, gastaram com transporte, microfones e toda uma parafernália para gravações de vídeo.

20- Sim

21- O jornalista, embora tenda a ser imparcial, também levanta bandeiras. O vídeo mostra com clareza a situação das famílias. Como se o jornal assumisse estar de um lado oposto ao da mineradora. Mostrando todo o estrago que a empresa provocou ao não fazer o trabalho correto.

APÊNDICE V – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, ÁUREA JUDITH ERVILHA RODRIGUES.

Áurea Judith Ervilha Rodrigues

60 anos

Belo Horizonte MG

Terceiro grau incompleto

- 1- Sim
- 2- Tristeza profunda
- 3- Esses recursos tornam a matéria mais atrativa pra quem lê
- 4- Às vezes
- 5- Cada um "abre uma janela" diferente no meu cérebro
- 6- Procuo me informar mais sobre o tema em várias fontes antes de formar uma opinião.
- 7- Sim
- 8- Sou curiosa, mesmo que não goste muito das coisas digitais e de tecnologia nova
- 9- Sim
- 10- Considero importante perceber os vários aspectos de cada reportagem
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Escolho primeiro o que me chama mais a atenção, não importando a ordem proposta
- 13- Sim. Perco facilmente o interesse se um link demora muito a abrir
- 14- Sim
- 15- No Facebook e em meus contatos pessoais que se interessam pelo mesmo assunto. A motivação desta matéria específica foi a gravidade do acontecimento diante do descaso das empresas e das autoridades envolvidas no processo
- 16- Não
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Não sou especialista em programação. Entendo que existem pessoas qualificadas para fazer isso e, quando preciso, arcarei com os custos deste trabalho
- 20- Não
- 21- O Tempo faz a função dele de divulgar a informação. As interpretações ficam por conta de cada leitor.

## APÊNDICE X – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, IGOR AGNELLI FERNANDES.

Igor Agnelli Fernandes

22

Belo Horizonte, Minas Gerais

Ensino Superior Incompleto

- 1- Sim
- 2- Raiva e medo
- 3- Causa o efeito de ter sido alimentando por uma informação, de diversa formas tendo a certeza que obtive informações de diversos modos
- 4- Sim
- 5- Trasmite de forma diferente pela forma explicada pois às vezes interpretamos errado algum texto,um grafico fixa bem explicito i que queria informar
- 6- Varias interpretações possiveis
- 7- Sim
- 8- Sim intuitivo
- 9- Sim
- 10- Site muito intuitivo dando a entender onde devo clicar
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Pois acho interessante fazer o meu próprio caminho
- 13- Sim.
- 14- Sim
- 15- Facebook, preocupação e vontade de demonstrar o meu ponto de vista
- 16- Não
- 17- Boa
- 18- Sim
- 19- Tenho interesse pela área sendo assim leio muito.
- 20- Sim
- 21- Defende o ponto de vista da população. Para se ganhar leitores

## APÊNDICE W – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, FABIO SANTOS BISPO.

Fabio Santos Bispo

34

Vitória ES

Doutorado

- 1- Sim
- 2- Desperta interesse na informação
- 3- Pode ser interessante se não for excessivo e se não demorar a carregar a informação
- 4- Às vezes
- 5- Muda em relação ao tempo pra ler ou escutar, dependendo da ocasião.
- 6- A diferença não está na mídia, mas na narrativa.
- 7- Sim
- 8- Sem problemas
- 9- Sim
- 10- Não vejo problemas
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Pulo informações de acordo com o interesse.
- 13- Sim
- 14- Sim
- 15- Facebook... Dava aulas na época sobre adoecimento no trabalho.
- 16- Não
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Não tenho ideia
- 20- Sim
- 21- Não existe neutralidade jornalística.

## APÊNDICE Y – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, DEBORA BRAGA.

Debora Braga

34

Belo Horizonte - MG

2º grau completo

- 1- Sim
- 2- preocupação, impotência, receio, tristeza, incomodo
- 3- desperta a curiosidade, o interesse
- 4- Sim
- 5- Cada um em seu formato proporciona clareza e aguça o desejo de saber determinado fato, que talvez no momento não possa esta disposta/disponível a ler textos complexos.
- 6- já havia opinião
- 7- Talvez
- 8- quando é objetivo sim. caso contrário saio do link e não leio.
- 9- Talvez
- 10- quando a reportagem vem com um tipo de adivinhe, acho cansativo e não leio. Ex: mãe descobre algo terrível com filha apos... parece sensacionalista.
- 11- Os dois
- 12- depende muito do assunto, tem matérias que vou direto pro videos, exemplo a respeito de economia, matemática prefiro assistir os videos como explicações. por memorizar mais fácil.
- 13- sim e muito, às vezes é necessário salvar e rever depois
- 14- Sim
- 15- no facebook, senti me preocupada e triste, e conheço muitos nesta situação da matéria. com diversos sintomas, me identifiquei
- 16- não
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- não tenho muita habilidades nesta área
- 20- Talvez
- 21- Os jornalistas em si, acredito que sim.

## APÊNDICE Z – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, ADRIELE FLÁVIA MENDES.

Adrielle Flávia Mendes

26

Belo Horizonte/MG

Superior Completo

- 1- Sim
- 2- Tristeza, ao ver imagens e vídeos do Rio Doce destruído pela lama. Ao mesmo tempo causa revolta, pois até hoje o crime esta impune.
- 3- São essenciais para poder prender o usuário ao conteúdo.
- 4- Sim
- 5- Um vídeo é mais dinâmico, não requer tanta interpretação do usuário o que torna a compreensão mais rápida. Um texto e uma imagem necessitam de uma maior atenção do usuário o que dependendo da situação pode gerar mais de um entendimento sobre o assunto.
- 6- Já venho acompanhando as notícias sobre o assunto em diversos canais de comunicação.
- 7- Sim
- 8- Se o site estiver corretamente programado para facilitar o usabilidade é possível navegar e entender os cliques necessários. Em algumas situações podemos ficar perdidos.
- 9- Sim
- 10- O site esta com a usabilidade adequada, garantido facilidade de acesso para o usuário.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- As chamadas mais atrativas para mim são analisadas primeiro.
- 13- Nesse caso não.
- 14- Não
- 15- Não.
- 16- Boa
- 17- Sim
- 18- Bom existe a programação do site, onde pode-se utilizar linguagens como html 5, php entre outros.
- 19- Sim
- 20- Acredito que em certo momento ele foi a favor da punição, porém atualmente não tenho visto mais matérias a respeito do assunto, deixaram cair no esquecimento assim como ou outros canais.

APÊNDICE AA – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, GELTON PINTO COELHO FILHO.

Gelton Pinto Coelho Filho

41 anos

Belo Horizonte - Minas Gerais

Superior Completo

- 1- Sim
- 2- Realidade, proximidade ...
- 3- Estimula a permanência na página e estimula ainda mais a leitura.
- 4- Sim
- 5- A imagem do "Paulinho" vindo e voltando traz uma proximidade que a imagem estática não proporciona.
- 6- Formei opinião com mais precisão.
- 7- Sim
- 8- Complementam o texto e reforçam a ideia a ser passada.
- 9- Sim
- 10- Consigo
- 11- Segue o caminho proposto
- 12- Geralmente leio a notícia toda. Portanto, a medida em que vídeos ou imagens aparecem, eu paro para complementar a informação.
- 13- Sim
- 14- Sim
- 15- No caso da reportagem sobre o Rio Doce, algumas linguagens sempre me geram questionamento. Tragédia e não crime ambiental por exemplo. Compartilho no sentido de espalhar a informação e de fazer com que outras pessoas tenham conhecimento sobre o tema.
- 16- No caso específico não.
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Sei pouca coisa. rs
- 20- Talvez
- 21- Um fato desta relevância gera percepções e posicionamentos por parte dos jornalistas. Se houve um posicionamento, foi o mesmo que eu.

APÊNDICE AB – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, CLÁUDIO FERNANDES LAGE.

Cláudio Fernandes Lage

36

Belo Horizonte, Minas Gerais

Superior completo

- 1- Sim
- 2- Alegria, tristeza, suspense, dúvida.
- 3- Em muitos casos, vejo como complementação. Mas é comum o excesso de recursos em reportagens digitais, o que me incomoda um pouco e deixa o assunto com excesso de informações.
- 4- Às vezes
- 5- Nas reportagens em questão não acontece, mas já li reportagens onde os recursos complementares desviavam o assunto principal. Especialmente em reportagens de assuntos políticos, financeiros, ou com objetivo de crítica a um determinado assunto.
- 6- Muitas vezes me confundia.
- 7- Talvez
- 8- Nem sempre.
- 9- Sim
- 10- Primeiramente, me mantenho no foco do texto principal. Escolho os elementos de acordo com minha necessidade de mais informação acerca do assunto da reportagem.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Escolho meu caminho de acordo com minha necessidade de mais elementos que facilite minha compreensão.
- 13- Não.
- 14- Não
- 15- Não.
- 16- Ótima
- 17- Não
- 18- Não tenho conhecimento sobre a o processo de produção de uma reportagem.
- 19- Talvez
- 20- Acredito que jornalismo não tendencioso é algo muito difícil de acontecer, mas nas reportagens citadas para esta pesquisa, percebo um bom direcionamento para o assunto proposto.

APÊNDICE AC – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, SIMONE SALUSTIANO PEREIRA MORGON.

Simone Salustiano Pereira Morgon

44 anos

Fernandópolis - SP

Pós graduação

- 1- Sim
- 2- Emoção de ter passado por momentos muitos parecidos. Revivê-los.
- 3- Provoca muitas sensações: emoções, sentimentos ora felizes ora de tristezas
- 4- Sim
- 5- Muitas vezes como incentivo para superar determinado desafio, às vezes se solidarizar com o próximo.
- 6- Já sabia um pouco sobre o assunto pois tive a experiência de vivê-lo com minha filha caçula que teve um câncer aos seis anos. Graças ao diagnóstico precoce hoje ela está curada. Matéria desse tipo servem para mostrar as pessoas que devemos estar sempre atentos. As pessoas não sabem nada sobre o câncer e muitas vezes ignoram determinados sintomas que podem ser fundamentais para esse diagnóstico precoce.
- 7- Sim
- 8- Geralmente sim, mas às vezes deixamos de clicar em algo por receio de ser vírus.
- 9- Talvez
- 10- Talvez porque se a reportagem tiver elementos em excesso podemos nos perder em meio a tantas informações. Às vezes o menos se torna mais. Acho que deve ser ponderado a quantidade de informações.
- 11- Os dois
- 12- Às vezes sigo o caminho proposto mas geralmente vou pelo que mais me chama atenção.
- 13- Sim pois quando a internet está lenta geralmente desistimos se não for um assunto de nosso interesse.
- 14- Sim
- 15- O que me motivou foi divulgar que quanto mais cedo diagnosticado mais chances de cura da doença.
- 16- Não
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- Sei que demanda tempo e muita habilidade em lidar com essas ferramentas
- 20- Sim
- 21- Nesta matéria fica claro o quanto é importante o diagnóstico precoce do câncer infantil.

APÊNDICE AD – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, JANAÍNA DE PAULA MIRANDA.

Janaína de Paula Miranda

46

Contagem - Minas Gerais

Pós-graduação

- 1- Sim
- 2- Tristeza, solidariedade
- 3- Mais interesse, desperta sentimentos
- 4- Sim
- 5- Se alguma coisa ficou com duplo sentido, esses elementos ajudam a esclarecer
- 6- Não teve diferentes interpretações
- 7- Sim
- 8- Como já disse anteriormente, essa interação é interessante para melhor entendimento.
- 9- Sim
- 10- Gosto de procurar e ver coisas relacionadas ao que estou vendo. Consigo ver sem dificuldades.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Vejo o que mais chama minha atenção. Se não for fácil entender, sigo a ordem.
- 13- Sim. Se a internet for lenta, esses elementos podem demorar a carregar.
- 14- Não
- 15-
- 16- Não
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Não faço ideia
- 20- Sim
- 21- Qualquer reportagem tem, no fundo, a opinião do autor.

APÊNDICE AE – RESPOSTA DE USUÁRIO DE O TEMPO, VERA GUIMARAES CORREA.

Vera Guimaraes Correa

75

BRASILIA DF

Superior completo/pós lato sensu

- 1- Sim
- 2- Compaixão, raiva, desalento, impotência
- 3- Amolia a percepção
- 4- Sim
- 5- Visual impacta/ música comove
- 6- O conjunto formou a opinião
- 7- Sim
- 8- Sao intuitivos
- 9- Sim
- 10- Sao intuitivos
- 11- Os dois
- 12- Depende da necessidade de entendimento
- 13- Sim, se é lenta, contribui p desistência
- 14- Sim
- 15- Na minha página
- 16- Nao
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Quase nada
- 20- Talvez
- 21- Nao tenho opiniao

APÊNDICE AF – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, TADEU JOSÉ DE MENDONÇA JUNIOR.

Tadeu José de Mendonça Junior

28

Limeira - São Paulo

Superior completo

- 1- Não
- 2-
- 3- Deixa a materia mais completa e rica de conteúdo.
- 4- Sim
- 5- Acredito que os diferentes recursos dão diversos pontos de vista de um mesmo tema.
- 6- Antes tinha uma opinião formada sobre a questão. Após a leitura percebi que a obra é importante para o país.
- 7- Sim
- 8- Sim,normalmente.
- 9- Sim
- 10- Sim,tranquilamente.
- 11- Os dois
- 12- Depende da construção da reportagem.
- 13- Sim, normalmente deixo para ver em casa no wi fi. Pelo celular 3g é impossível.
- 14- Não
- 15-
- 16- Não utilizei.
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Acredito que são utilizados muitos recursos para elaboração da reportagem mas não tenho ideia dos gastos.
- 20- Não
- 21- A forma de construção da materia possibilita ao leitor ter uma opinião mais bem formada de acordo com os fatos apresentados de ambos os lados.

APÊNDICE AG – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, THIAGO ROBERTO FEITOSA ZAMPIVA.

Thiago Roberto Feitosa Zampiva

33

Macapá-AP

Pós Graduado

- 1- Sim
- 2- Denotam realidade e realidade choca, cuja arte da fotografia faz a imagem ter mais "vida", "dor" ou "emoção".
- 3- Transparência. Fato realista
- 4- Sim
- 5- Um texto com imagens e contextualização audiovisuais fará o leitor de inserir no espaço daquele local.
- 6- Não. Não os elementos, mas o conteúdo da informação: texto, linguagem escrita, redação.
- 7- Sim
- 8- Reportagens escritas com uso de diferentes formas de estrutura faz a informação ser mais atraente ao leitor.
- 9- Talvez
- 10- Às vezes confunde. Espera-se algo que se encerra ali. Varios elementos atraem, porém, para curiosos, as informações nao alimentam por completo.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Pesquisa outras fontes para obter a informação que eu quero cujos autores sejam desconhecidos.
- 13- Sim. Internet lenta pesa a página de carregamento no sítio
- 14- Sim
- 15- Facebook. Motivo: pessoal. Algo lúdico aos demais que não detinham informação alguma.
- 16- Não utilizei nada. Só a leitura me interessa.
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Desconheço.
- 20- Talvez
- 21- Li informações diferenciadas. Talvez as demais me atenderam melhor.

APÊNDICE AH – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, THIAGO  
ROGÉRIO PINTO DA CUNHA.

Thiago Rogério Pinto Da Cunha

35

Técnico e Superior Completos

- 1- Não
- 2-
- 3- Facilita a compreensão
- 4- Não
- 5- Apenas Ilustração
- 6- Não
- 7- Sim
- 8- Facilita ordem que desejo ler
- 9- Sim
- 10- Geralmente são de fácil de manuseio
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Sempre minha opinião particular em primeiro lugar
- 13- Muito!
- 14- Sim
- 15- Próprio site da folha. Citar o outro lado da informação
- 16- Jamais
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Relativo
- 20- Sim
- 21- Vai de acordo com o gosto do editor chefe e jornalista da mesma

APÊNDICE AI – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, JOSIAS FERNANDES ALVES.

JOSIAS FERNANDES ALVES

47

VARGINHA/MG

CURSO SUPERIOR COMPLETO

- 1- Sim
- 2- Estes elementos dão mais realismo à matéria.
- 3- Atrai mais a atenção
- 4- Às vezes
- 5- O vídeo, ao contrário de infográfico, por exemplo, dão a dimensão humana dos fatos relatados.
- 6- Já formei minha opinião sobre o assunto.
- 7- Sim
- 8- Sempre abro os vídeos.
- 9- Talvez
- 10- A rolagem da tela, por vezes, é lenta.
- 11- Os dois
- 12- Às vezes, leio todo o texto, antes de ver vídeos, por exemplo.
- 13- Sim
- 14- Sim
- 15- Compartilhei no Facebook. A motivação foi o interesse de difundir a matéria para a rede de amigos.
- 16- Não.
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- A produção de vídeos implica deslocamento de equipe de reportagem, cinegrafista, o que representa custo elevado.
- 20- Talvez
- 21- No caso da denúncia de contrabando, no caso dos cigarros, a matéria pareceu-me com um enfoque de defesa da indústria nacional.

## APÊNDICE AJ – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, GADE.

Gade

28

Manaus - Amazonas

Superior

- 1- Sim
- 2- interesse e preocupação
- 3- inteligibilidade da notícia
- 4- Sim
- 5- principalmente as imagens juntas aos gráficos
- 6- conduziram à interpretações posteriores à leitura
- 7- Sim
- 8- nas reportagens era possível rolar o banco de imagens para visualizá-las
- 9- Sim
- 10- as interfaces das publicações são simples, lógicas e autoexplicativas
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- às vezes as matérias tem introduções que se repetem no corpo da matéria - um parágrafo ou dois que se repetem no decorrer da notícia -, se já sei sobre o as origens e desenrolar do assunto e quero atualizações, pulo as partes introdutórias e vou direto à notícia central no texto
- 13- sim, se a velocidade for baixa prefiro não acessar
- 14- Sim
- 15- sim, mo facebook. é um assunto de relevância nacional, considero importante que as pessoas sejam informadas
- 16- não
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- sem resposta
- 20- Sim
- 21- discursos não são isentos de ideologias.

APÊNDICE AK – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, EMANUEL FERREIRA FRAZÃO.

Emanuel Ferreira Frazão

30

Bananeiras-PB

Nível superior completo.

- 1- Sim
- 2- A sensação impunidade ante a omissão da tutela do Estado. (evidentemente, a arte - imagens, vídeos - tratam com fidelidade, a realidade dos fatos). Ps: não sei se esta era a resposta pretendida com a pergunta.
- 3- De uma maneira geral, a utilização destes tipos de recursos são mais atraentes. A depender da abordagem, torna-se mais didática.
- 4- Sim
- 5- Uma mídia audiovisual pode, de certo modo, ser mais didática ou ter maior apelo. Um jogo com um determinado enredo - dentro da sua própria evolução - pode impactar mais, passando a mensagem pretendida com mais contundência.
- 6- Evidentemente, todos nós já possuímos uma ideia pré-determinada antes de ter acesso a qualquer conteúdo de natureza jornalística. No caso concreto, por eu já conhecer com profundidade do assunto, não mudou minha opinião.
- 7- Sim
- 8- Não tenho limitações ou dificuldades em interagir com vários elementos, ainda que distintos entre si.
- 9- Sim
- 10- Não encontro qualquer dificuldade em interagir com vários elementos, ainda que distintos.
- 11- Segue o caminho proposto
- 12- Para entender a dinâmica proposta, é necessário seguir "diretrizes" pré-determinadas.
- 13- Com certeza. Uma Internet com velocidade limitada atrapalha ao acesso de determinados elementos. Vídeos, por exemplo.
- 14- Sim
- 15- Facebook, salvo melhor juízo. Minha motivação foi compartilhar algo que achei interessante/relevante. O crime de descaminho, segundo a jurisprudência do STJ e STF no reconhecimento do princípio da insignificância ou bagatela, no meu ponto de vista, é um atrativo para a prática do delito.
- 16- Não.
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- Sobre ferramentas, desconheço. Porém sei que para a produção de imagens, arquivos audiovisuais, dentre outros demanda recursos financeiros, estúdios, profissionais da área, uma (s) produtoras (s). Enfim, demanda logística e fontes de recursos financeiros.
- 20- Sim
- 21- A Folha e O Tempo defendem pautas/ideias de cunho ideológico à esquerda. Porém, nesta matéria especificamente, vejo isenção no campo ideológico.

APÊNDICE AL – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, NEUSA MARIA DA CRUZ SILVA.

Neusa Maria da Cruz Silva

54 anos

São Paulo (Capital)

Ensino médio - curso técnico na área do meio ambiente.

- 1- Sim
- 2- Amo esse tema, e me empolgo diante desse assunto.
- 3- Empolgação.
- 4- Sim
- 5- Cada elemento usado, nós dá melhor entendimento do que se quer passar.
- 6- Esses vários elementos nos dá melhor entendimento.
- 7- Sim
- 8- Eu sou educadora Ambiental, e o meu alvo geralmente são crianças, então procuro usar elementos que mais atrai as atenções dos pequenos.
- 9- Sim
- 10- Eu estudo constantemente, e aquilo em que eu tiver dificuldade, procuro me aprimorar mais.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Nem sempre o caminho proposto é o mais fácil.
- 13- Às vezes prefiro textos.
- 14- Não
- 15- Não me lembro, costumo compartilhar muita coisa, não tenho certeza. Mas se compartilhei, foi porque a matéria me interessou.
- 16- Acredito que não usei nada pra modificar o que quer que seja.
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Faço trabalhos de campo, por isso não tenho muita ideia a respeito de gasto para a produção.
- 20- Sim
- 21- Claro que a Folha defende seu ponto de vista. Pois são formadores de opinião.

## APÊNDICE AM – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, DANILO CUZZUOL PEDRINI.

Daniilo Cuzzuol Pedrini

32

Rio de Janeiro - RJ

Mestrado Completo

- 1- Sim
- 2-
- 3- Ajudam a "entrar" no tema que está sendo descrito.
- 4- Sim
- 5- Um áudio não tem a mesma profundidade que um vídeo. Um jogo dá maior iteratividade do leitor com a notícia.
- 6- Sim.
- 7- Talvez
- 8- Se for um áudio ou vídeo muito demorado, posso me 'desligar' do assunto. Um jogo já é melhor neste aspecto, pois tem maior iteratividade.
- 9- Sim
- 10- .
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- O caminho proposto nem sempre é claro ou coerente.
- 13- Sim.
- 14- Não
- 15-
- 16- Não.
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Nada.
- 20- Sim
- 21- É impossível fazer uma notícia sem colocar um ponto de vista particular na mesma.

APÊNDICE AN – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, ESMERALDO FARIA PEREIRA.

Esmeraldo Faria Pereira

25

São Paulo - SP

Superior Completo

- 1- Sim
- 2- Impacto, que num primeiro momento desperta o interesse. Além disso descreve a informação com muito mais detalhes, embora afaste, na minha percepção, a impessoalidade do texto jornalístico pelo impacto inicial causado, um certo sensacionalismo pelas novas mídias. Para efeito de comparação, é como se não estivéssemos lendo uma reportagem tradicional do Jornal Nacional e sim um documentário do National Geographic.
- 3- Depende profundamente do meu interesse com o tema. Se é um tema que não desperta meu interesse, a reportagem se torna até certo ponto cansativa, pela quantidade de informações. É extremamente útil para efeitos de pesquisa para estudantes, mas talvez não para quem apenas quer estar a par dos acontecimentos do cotidiano. Por outro lado, se o tema me é interessante, a reportagem vai para 'os favoritos' uma vez que trás uma série de informações que podem levar a mais pesquisas desdobrando o próprio tema. Além disso os efeitos trazem um concretismo interessante.
- 4- Às vezes
- 5- Como disse anteriormente, o tema influencia muito o impacto. Mas em se tratando dos diferentes elementos da informação como infográficos, imagens animadas, áudio, etc. Imagem e Aúdio: é perfeito, quando muito curto e sem textos, como no exemplo da reportagem da "A Batalha de Belo Monte" quando apresenta a turbina hidrelétrica. Se tiver texto e forem longas, iriam se tornar vídeos, e muitas vezes não podemos assistir. Utilizo como exemplo vídeos do site G1, que geralmente trás abaixo a transcrição da reportagem. Imagem em transição: Desnecessário, serve apenas para causar impacto. Infográficos: Excelentes, principalmente se forem interativos e trouxerem nesta interatividade mais informações.
- 6- Sim, como eu disse anteriormente o impacto causado influência muito a percepção do leitor. Sinceramente eu evito utilizar este tipo de reportagem para repassar para demais pessoas como informações sobre um texto justamente prevendo que os elementos se tornam mais importantes que as informações contidas na reportagem em si. Não que seja ruim, porém todos os elementos devem estar incluídos com a única função de ilustrar a informação, e não tentar dar uma impactar o leitor, pois ao meu ver não é essa a função de uma obra jornalística.
- 7- Sim
- 8- Consigo operar todos os elementos, apenas pondero que vídeos devem ser usados com cautela, porque muitas vezes não podemos assisti-los, e se eles conterem informações essenciais para a compreensão o entendimento da reportagem se perde.
- 9- Sim
- 10- Sim, não tenho problemas para compreender a intenção do jornalista.
- 11- Os dois
- 12- Os dois. Pelo fato dos textos geralmente serem longos, procuro apreender uma visão geral do tema, pegar as informações mais relevantes e posteriormente ler mais detalhadamente. Quando o tema me interessa, procuro ler mais cuidadosamente e sigo o caminho normal. Quando é desinteressante muitas vezes só vejo os infográficos.

- 13- Influencia totalmente, se a conexão for ruim nem começo a ler, porque sei que vou perder muito tempo para entender a mensagem que será passada.
- 14- Sim
- 15- Compartilhei no meu Facebook, porque acreditei que a reportagem "A Batalha de Belo Monte" fornece muitas informações e dados relevantes para a compreensão do tema.
- 16- Não fiz modificações.
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- Tenho pouco conhecimento do mundo da produção de reportagens em jornais eletrônicos, mas acredito que pelo tempo descrito, e pelas ferramentas de tecnologia, que eu tenho certa afinidade, deve ter custado cerca de 100 mil reais entre salários e estadia.
- 20- Sim
- 21- Em todas as reportagens o tema trás consigo a ideia de um conflito pelos próprios títulos: A Batalha de Belo Monte, Crime sem Castigo, Crise da Água, O Golpe e a Ditadura. O leitor automaticamente já se propõe a ler uma matéria que se não for parcial vai trazer um ponto de vista dominante. Vejamos o próprio título da matéria "Crime sem castigo" que já trás um pré-julgamento, num título que poderia, caso fosse mais imparcial, " Um retrato do Contrabando no Brasil" e o LEADING da matéria "A Batalha de Belo Monte" que diz: "Um exército de 25 mil trabalhadores ergue no Pará a terceira maior hidrelétrica do mundo, uma obra controversa –pelo baixo rendimento da usina e pelo impacto no ambiente e nas populações de índios, ribeirinhos e habitantes de Altamira. (...) – sobre o maior projeto de infraestrutura do Brasil" os trechos: "uma obra controversa", o "maior projeto de infraestrutura do Brasil" trazem para o leitor a questão que será discutida geralmente dando mais enfoque para as partes prejudicadas e não a necessidade da construção das hidreletricas quem embora tenham um impacto ambiental alto, se relativamente as termoeletricas seriam tão ruins.

APÊNDICE AO – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, TATIANA SAKUMA.

Tatiana Sakuma

32

Florianópolis-SC

Superior Completo

- 1- Sim
- 2- É agradável de se ler.
- 3- Acho muito bom, mais informativo e mais moderno, mais fácil de absorver as informações.
- 4- Às vezes
- 5- Um vídeo com a própria pessoa falando é melhor que uma transcrição que pode ser editada e interpretada pelo interlocutor. Um gráfico/infográfico pode resumir de forma visual uma grande quantidade de informação.
- 6- Na verdade já tinha uma ideia formada antes da leitura das notícias.
- 7- Sim
- 8- Achei as coisas bem lógicas, sem dificuldade para interagir.
- 9- Sim
- 10- As informações estão bem acessíveis e colocadas de forma lógica.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Às vezes procuro as informações mais atraentes, como um infográfico, primeiro para poder ter uma noção sobre o assunto da matéria, se me envolver eu leio o texto e assisto os vídeos.
- 13- Não tive dificuldades para abrir, minha internet é de 10 MB/s.
- 14- Sim
- 15- No facebook. O assunto e a forma direta e acessível que é abordado
- 16- Não.
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Não faço ideia.
- 20- Sim
- 21- Dificilmente alguém escreve algo sem por um ponto de vista. As próprias fontes escolhidas são uma forma de se direcionar uma matéria.

## APÊNDICE AP – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, SAMUEL RUSCHE.

Samuel Rusche

33

São Paulo - SP

Superior completo

- 1- Sim
- 2- Não sei se é exatamente um sentimento, mas me causa mais interesse, sinto ue a história fica mais completa.
- 3- Não sei se é exatamente um sentimento, mas me causa mais interesse, sinto ue a história fica mais completa.
- 4- Às vezes
- 5- Fotos e vídeos deixam a matéria mais completa, jogos e gráficos me transportam para dentro do assunto.
- 6- Depende muito da matéria
- 7- Sim
- 8- Não lembro de não conseguir ver um vídeo ou foto....
- 9- Sim
- 10- Porque eu consigo navegar com facilidade....
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Como eu estudei comunicação, meio que eu conheço a fórmula do texto e onde estão as melhores informações...
- 13- com certeza né...
- 14- Sim
- 15- compartilhei no Facebook, parta que mais pessoas pudessem ver...
- 16- Não, nenhuma
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Imagino que seja muito dinheiro e tempo.
- 20- Não
- 21- Em geral, a Folha tem um ponto de vista extremamente conservador, porém, surpreendentemente nessas matérias exclusivas eles fazem o bom jornalismo, aquele que investiga e informa e a direção do jornal não as utiliza para chantagear ou trocar favores com os envolvidos na matéria.

APÊNDICE AQ – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, LEANDRO DE SOUZA.

Leandro de Souza

36

Bauru - São Paulo

Superior - Economia

- 1- Sim
- 2- De saber que pessoas creem q a ditadura é Boa para a população me revolta
- 3- Apoio pois sempre e bom falar de assuntos destes tipos
- 4- Às vezes
- 5- Vídeos e fotos tem impactos maiores
- 6- Já tinha opinião formada apenas complementaram
- 7- Sim
- 8- Não tenho dificuldade com esse tipo de interação
- 9- Sim
- 10- Creio que seja costume com a tecnologia
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Creio que gosto de dependência
- 13- Sim pois posso pular algum vídeo
- 14- Sim
- 15- Pois seja que e necessário debate do assunto
- 16- Nao
- 17- Boa
- 18- Sim
- 19- Tanto que sempre me pergunto o futuro do financiamento das reportagem
- 20- Sim
- 21- Creio q sempre temos um ponto de vista, creio q seja quase impossível ser totalmente imparcial

## APÊNDICE AR – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, THALES ELIOPOULOS JUNIOR.

Thales Eliopoulos Junior

22

Lavras - MG

Superior incompleto

- 1- Sim
- 2- Indignação (a Folha apoiou o Golpe de 64)
- 3- É diferente, mas é ruim porque há reproduções automáticas.
- 4- Às vezes
- 5- Muitos recursos gráficos
- 6- Já tinha opinião formada já que estudo o assunto
- 7- Talvez
- 8- O software é péssimo, várias vezes não obedece o comando.
- 9- Não
- 10- O software é péssimo, várias vezes não obedece o comando.
- 11- Segue o caminho proposto
- 12- Porque é o lógico.
- 13- Sim
- 14- Sim
- 15- No facebook. É um bom material e mostra um pouco da ditadura, entretanto apenas o que é conveniente pra empresa.
- 16- Não.
- 17- Regular
- 18- Não
- 19- Desconheço o assunto.
- 20- Sim
- 21- Não existe imparcialidade. Ela demonstra ser contra a ditadura militar nessa reportagem, porém a Folha e o Globo foram um dos sustentáculos da Ditadura Militar. O objetivo é limpar o passado sujo.

APÊNDICE AS – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, GUSTAVO OZEIKA.

Gustavo Ozeika

30 anos

Vilhena - RO

Superior incompleto

- 1- Não
- 2- A absorção das informações fica mais leve e as diferentes plataformas agem como complementação
- 3- Não
- 4- As informações nas diferentes plataformas são convergentes
- 5- Não diria "diferentes interpretações" ou "formar opinião" mas eles permitem que eu acesse às informações de maneira não linear
- 6- Sim
- 7- São intuitivos
- 8- Sim
- 9- São elementos dos quais temos familiaridade em função da internet
- 10- Faz seu próprio caminho
- 11- Vou por onde me chama mais a atenção, que dependendo pode ser o texto, ou o vídeo ou a foto.. assim por diante
- 12- Algumàs vezes sim
- 13- Sim
- 14- Estou estudando narrativas multimídias
- 15- Não
- 16- Ótima
- 17- Sim
- 18- São necessários uma equipe enorme e qualificada, softwares de ponta e razoável tempo para produzir um material como os analisados
- 19- Sim
- 20- Claramente há posicionamento da Folha nos especiais

APÊNDICE AT – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, MARCELA ROCHETTI ARCOVERDE.

Marcela Rochetti Arcoverde

24

Rio de Janeiro - RJ

Ensino Superior - Completo

- 1- Sim
- 2- imersão e curiosidade
- 3- Se bem feito, como nas matérias analisadas, acredito que esses elementos podem contribuir para melhor entendimento das informações apresentadas.
- 4- Sim
- 5- As imagens em destaque no início das páginas despertam em mim curiosidade e impacto, já os gráficos e vídeos funcionam mais para organizar melhor a informação.
- 6- Fui formando minha opinião conforme foi lendo a matéria. Claro que sempre acessamos uma reportagem munidos de nossas opiniões pré concebidas. Mas acredito que a boa organização dos elementos me fez ir construindo uma narrativa própria.
- 7- Sim
- 8- Acredito que quando se tem um real interesse pelo assunto, se pode acessar esses elementos sem prejudicar a leitura do texto. No entanto, em algumas matérias online, já acessei somente os elementos interativos e deixei parte do texto.
- 9- Sim
- 10- Na maioria das vezes é fácil assimilar toda a informação, embora isso requeira tempo.
- 11- Os dois
- 12- Dependendo a matéria e do tipo do assunto eu acabo traçando minha própria ordem de leitura.
- 13- Sim, reportagens bem elaboradas como essas da Folha demandam um bom suporte de acesso. No meu caso elas demoraram para carregar.
- 14- Sim
- 15- Eu li e compartilhei a do Golpe. O motivação principal foi a imensa contribuição dessa matéria para a manutenção de uma memória histórica que parece estar sendo esquecida.
- 16- Não
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- Só tenho uma ideia relativa da questão do tempo e dinheiro investidos que, além de serem muitos, não condizem com a rotina de trabalho de uma redação voltada para produção online.
- 20- Talvez
- 21- Acredito que em alguns momentos ela deixa transparecer sua uma interpretação.

APÊNDICE AU – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, WILSON ALVIANO JUNIOR.

Wilson Alviano Junior

51

Juiz de Fora, MG. Natural de São Paulo SP

Doutorado completo

- 1- Sim
- 2- Lembranças de fragmentos de memórias
- 3- Acho que se torna uma sensação de completude da informação.
- 4- Às vezes
- 5- O impacto do vídeo é muito maior que o texto. Fotos também possuem a capacidade de ampliar nossas perspectivas ou expectativas sobre um tema
- 6- Por ser um assunto sempre em voga, já possuo uma opinião sobre o assunto
- 7- Talvez
- 8- Acabam sendo diversos cadernos sobre um tema e as idas e vindas nem sempre são conexas.
- 9- Sim
- 10- Acho que está fácil a navegação. Entendo que a orientação pela navegação às vezes fique prejudicada. Existem pontos interdependentes ou mesmo textos os quais um texto serve de pré requisito ao outro. Tais pontos poderiam ser melhor conectados.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Busco o que me parece mais interessante.
- 13- Creio que não.
- 14- Sim
- 15- Facebook. O tema ainda necessita ser mais explorado. Acho bacana conhecermos nossa história
- 16- Não
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Não tenho conhecimento
- 20- Talvez
- 21- Por ser uma matéria a várias mãos, os autores por vezes apontam suas perspectivas.

APÊNDICE AV – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, BRUNO TAURINHO PRADO.

Bruno Taurinho Prado

29

Belo Horizonte - MG

Superior Completo

- 1- Não
- 2-
- 3- Transmite confiabilidade e aumenta o interesse em ler a matéria
- 4- Às vezes
- 5- As infografias são boas para dar dimensão e perspectiva em relação as informações das matérias. Áudio e vídeo também enriquecem a experiência com esse tipo de matéria, pois tornam a "leitura" mais leve.
- 6- Os elementos me conduziram a diferentes interpretações.
- 7- Sim
- 8- Eles são essenciais para uma matéria assim e precisam ser de fácil interação.
- 9- Sim
- 10- A navegação funciona bem em todos os momentos.
- 11- Os dois
- 12- Depende do meu interesse no todo da matéria. Às vezes pulo algumas partes que me interessam menos.
- 13- No meu caso, não.
- 14- Sim
- 15- Compartilhei a matéria sobre a Ditadura Militar. A motivação é que considero que o tema é pouco discutido e compreendido, mais de 50 anos depois.
- 16- Não.
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- A impressão que tenho é que o tempo investido nisso é muito grande.
- 20- Talvez
- 21- Não acho que o motivo principal por trás dessas matérias seja esse, mas todo veículo tem sua linha editorial, então defender uma opinião, mesmo que de forma sutil, é inevitável.

APÊNDICE AX – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, ANTONIO CARLOS DE OLIVEIRA PINTO.

Antonio Carlos de Oliveira Pinto

46

Londrina - Paraná

Superior completo

- 1- Sim
- 2- Baseado nas reportagens o sentimentos são de impunidade, insegurança, falta de fiscalização e incertezas.
- 3- Efeito de emoção, e o estado de emoção varia conforme o tema. A notícia trazida com estes elementos, tornam o assunto mais atrativo, e chama a atenção para o tema.
- 4- Sim
- 5- O uso de áudio, vídeo, infografia animada, transmitem o assunto de forma que não passar despercebido e incentiva a absorção da informação.
- 6- Várias interpretações não, quando li a matéria já formei minha opinião a respeito. Conforme a resposta anterior, o uso dessas mídias desperta a atenção, o que objetiva a opinião.
- 7- Sim
- 8- Sim. A compreensão se torna fácil com o uso destes recursos.
- 9- Sim
- 10- Sim, porque com estes recursos as notícias são facilmente acessíveis, proporcionando rapidez no acesso e maior visibilidade do tema.
- 11- Os dois
- 12- Com estes recursos me possibilita navegar por onde eu achar mais interessante, ou caso eu queira, também posso seguir a ordem proposta. Acho que neste caso tudo se resume em flexibilidade e liberdade de navegação.
- 13- Sim, a menos que se tenha a opção de download da matéria, o que possibilita a interação com informação em offline, sem a dependência da internet.
- 14- Sim
- 15- A matéria sobre Belo Monte foi publicada no meu perfil do Facebook. O que me motivou na época em que li a matéria foi protestar contra o descaso com o meio ambiente, que me chamou a atenção.
- 16- Não, tenho uma opinião contra a alteração da fonte da matéria, exceto casos específicos quando verifica-se algum equívoco, mas com autorização do autor.
- 17- Ótima
- 18- Sim
- 19- Talvez a utilização de enquetes para estatísticas, links para compartilhamentos com as principais redes sociais e opinião do leitor.
- 20- Não
- 21- Penso que se manteve imparcial, e acredito que qualquer jornal deve transmitir a notícia com imparcialidade, deixando o leitor a vontade para opinar e refletir sobre.

APÊNDICE AW – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, MARCO JOSÉ DE SOUZA ALMEIDA.

Marco José de Souza Almeida

43

São João Nepomuceno - MG

Pós-graduação

- 1- Sim
- 2- Tristeza e revolta
- 3- Submersão
- 4- Sim
- 5- Cada elemento tem uma maneira de sensibilizar o espectador de forma particular. O impacto visual do vídeo aliado a emoção da imagem e a infografia com os detalhamentos da matéria contribuem para que a reportagem ganhe em qualidade e prenda a atenção deste espectador.
- 6- A reportagem foi concisa mas gerou várias opiniões sobre o tema.
- 7- Sim
- 8- Quanto maior for a interatividade, mais rico será o conhecimento sobre o assunto.
- 9- Sim
- 10- Pois através de um controle interativo e com a disposição certa dos elementos na tela fica fácil a recepção dessas informações.
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Vê o que é mais interessante.
- 13- Sim. Depende da velocidade para a interação. Principalmente se o que se propõe for ao vivo com emissão e recepção e vice-versa.
- 14- Não
- 15-
- 16- Não.
- 17- Boa
- 18- Sim
- 19- São produções multiplataformas que mobilizam vários profissionais com tempo e modo diferentes de trabalho que tendem a ser bem dispendiosos.
- 20- Sim
- 21- Todo canal de comunicação que depende de publicidades empresariais agregam uma tendência de omissão ou favorecimento à empresa patrocinadora.

APÊNDICE AY – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, RICARDO OLIVATTO.

Ricardo Olivatto

41

Bragança Paulista SP

Superior

- 1- Sim
- 2- As reportagens citadas, por si só já me tocam profundamente. As fotografias só acentuam isso. Senti um misto de raiva, tristeza, nem sei como descrever tais sentimentos.
- 3- Tudo depende do enfoque e do direcionamento. Quando há um viés claramente político partidário me causa repulsa.
- 4- Às vezes
- 5- Cartoons, charges e outras formas mais sutis geralmente atenuam de imediato certos sentimentos, porém geram mais reflexões.
- 6- Em geral, busco sempre várias fontes de informação antes de formar minhas opiniões
- 7- Sim
- 8- Todos os elementos disponíveis a respeito de um determinado assunto me são importantes, por isso "bebo" no máximo de fontes possíveis.
- 9- Sim
- 10- Sou profissional de Tecnologia da Informação e uso de meios tecnológicos em meu cotidiano para me informar sobre tudo.
- 11- Os dois
- 12- Tudo depende da necessidade de compreensão de cada assunto. Há momentos em que acaba sendo mais fácil interligar pontos que tenham sido colocados separados na reportagem.
- 13- Não.
- 14- Sim
- 15- Facebook e Twitter. Compartilhar a informação com pessoas que me seguem e gerar trocas de ideias a respeito.
- 16- Não.
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Como profissional de TI, tenho ideia dos recursos utilizados, porém devo abster-me de tecer quaisquer comentários sem ter conhecimento pleno da infraestrutura e dos recursos de desenvolvimento utilizados realmente.
- 20- Sim
- 21- Todos os meios de comunicação possuem seus vieses (visões editoriais). Não seria diferente com a Folha.

APÊNDICE AZ – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, ISAAC  
TURIANO SALES.

Isaac Turiano Sales

31

Recife Pernambuco

Mestre em ciências da Educação

- 1- Não
- 2-
- 3- Interesse
- 4- Sim
- 5- Alguns aguçam mais o interesse do que outros.
- 6- Não formulei ainda
- 7- Sim
- 8- Quando não tem muitas informações visuais
- 9- Talvez
- 10- Às vezes muitos elementos atrapalham
- 11- Faz seu próprio caminho
- 12- Depende
- 13- Sim
- 14- Sim
- 15- A matéria é interessante e tem conteúdo da minha disciplina!
- 16- Não
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Não entendo desse assunto
- 20- Não
- 21- Apesar de algumas matérias jornalísticas serem tendenciosas essa eu acredito que não!

APÊNDICE BA – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, SERGIO AGUILAR SILVA.

Sergio Aguilar Silva

54

Curitiba

Superior com especialização em História e Educação

- 1- Sim
- 2- Ótimas, belas e emocionantes fotos e depoimentos. Indignação.
- 3- Mais do que mera informação, e sim mais conhecimento completo e diversificado sobre o assunto.
- 4- Sim
- 5- Leitura com mídias diferentes fica muito bom.
- 6- Certamente, ouvir e ler diferentes visões é melhor para tomada pessoal de posição.
- 7- Sim
- 8- As mídias são muito ricas de conhecimento e informação. Mas não dá para interagir.
- 9- Sim
- 10- Por que considero excelentes, de alto nível. Pouco comum na WEB
- 11- Os dois
- 12- Vou ao que me interessa primeiro.
- 13- sim
- 14- Sim
- 15- Facebook
- 16- não
- 17- Ótima
- 18- Não
- 19- Deve ser caro.
- 20- Não
- 21- Devido as várias visões oferecidas.

APÊNDICE BB – RESPOSTA DE USUÁRIO DA FOLHA DE S.PAULO, José Geraldo Moura.

José Geraldo Moura

63 anos

Sorocaba- São Paulo

Engenheiro Civil e Direito incompleto (três anos)

- 1- Sim
- 2- O total desleixo com do estado com a causa pública (Belo Monte), as inverdades e desvios da verdadeira história do Brasil (Ditadura e Golpe).
- 3- Acho interessante dado a diferença de percepção das pessoas, deve-se tentar todas as formas para aqueles que acessam assimilem a informação sem distorções e desvios daquilo que é a verdade ou o certo que devam assimilar.
- 4- Às vezes
- 5- Pela distração do consciente de cada um e a forma com que mais os concentra, levando-se em consideração a diferença entre aqueles que acessa a informação.
- 6- Por coincidência são assuntos que sempre me vem em reportagens, leituras e retrospectiva portanto já tenho mais ou menos opinião formada pela acervo de informações vividas culturalmente e ou vivenciando-as.
- 7- Sim
- 8- É como se fossemos um detetive que procurássemos um dado individuo e quando mais fotos de vários perfis desse individuo, informações de seus comportamentos sociais, vícios, lazer, tatuagens e marcas de nascença menor será o erro de encontrarmos a pessoa errada. Portanto não só consigo como acho necessário esses vários enfoques.
- 9- Sim
- 10- Acho necessário, porque hoje somos neste inicio de século ainda mais ávidos por informações de várias modalidades mesmo se tratando do mesmo assunto ou fato.
- 11- Os dois
- 12- Por exemplo para minha compreensão como engenheiro se me der uma taxa ou coeficiente linear em dada informação por escrito dispensaria ver um gráfico se fosse o elemento seguinte de informação na ordem.
- 13- Sim influenciam se a informação não é tão cobiçada por nós, por exemplo se um vídeo é muito longo e consigo extrair o que eu desejo como informação pelos elementos de informação disponíveis.
- 14- Sim
- 15- As inverdades que chegam a essas gerações sobre o Golpe e a Ditadura, com relação ao contrabando e tráfico de drogas por que o Brasil colonial e imperial se preocupou em acumular grandes extensões de terra na América do Sul, e hoje não temos inimigos declarados senão nas fronteiras o que é inadmissível que nossas FFAA fiquem aquartelados em total falta de sincronia com uma politica de vigilância por ar, terra e mar de nossas fronteiras.
- 16- Nesse aspecto sou ogro, vou no tradicional, não me interessa levar a informação além do que ela me pareça ser verdadeira. Acho isso um crime com a mente dos outros.
- 17- Boa
- 18- Não
- 19- Eu me atenho a simplificar as coisas, gosto de ver, ler e acessar tais elementos de informação mas não sou adepto e interessado em aprofundar minhas habilidades nesse campo.

20- Talvez

21- A Folha defende uma opinião baseada em sua pesquisa de campo, mas acho que mesmo uma pesquisa de campo depende do referencial que adotou para defender ou criticar.