

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA
COMUNICAÇÃO

JORNALISMO ONLINE: A aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC, em Brasília e D24AM, no Amazonas.

HERNÁN GUTIÉRREZ HERRERA

MANAUS
2019

HERNÁN GUTIÉRREZ HERRERA

JORNALISMO ON LINE: A Aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC, em Brasília e D24AM, no Amazonas.

Dissertação de mestrado apresentada à Banca de avaliação do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), como requisito para obtenção do título de Mestre.

Área de Concentração: Ecossistemas Comunicacionais. Linha 1-Redes e Processos Comunicacionais.

ORIENTADORA: DRA. CLAUDIA GUERRA MONTEIRO

MANAUS
2019

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

G984j Gutierrez Herrera, Hernán
Jornalismo Online: A aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC, em Brasília e D24AM, no Amazonas / Hernán Gutierrez Herrera. 2019
156 f.: il.; 31 cm.

Orientadora: Claudia Guerra Monteiro
Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) -
Universidade Federal do Amazonas.

1. Jornalismo Online. 2. Convergência de Mídias. 3. Transmídia.
4. Especiais Multimídia. 5. Ecossistemas Comunicacionais. I.
Monteiro, Claudia Guerra II. Universidade Federal do Amazonas III.
Título

HERNÁN GUTIÉRREZ HERRERA

JORNALISMO ON LINE: A Aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC, em Brasília e D24AM, no Amazonas.

Dissertação de mestrado apresentada à Banca de avaliação do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), como requisito para obtenção do título de Mestre.

Área de Concentração: Ecossistemas Comunicacionais. Linha 1-Redes e Processos Comunicacionais.

Aprovado em 11 de novembro de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Claudia Guerra Monteiro, Presidente
Universidade Federal do Amazonas

Profa. Dra. Maria de Nazaré de Lima Ramos, Membro
Universidade Federal do Amazonas

Prof. Dr. Renan Albuquerque Rodrigues, Membro
Universidade Federal do Amazonas

Dedico esta dissertação a minha esposa, minha filha, meus pais, meus irmãos e à memória do Abuelo Jairo. Obrigado a todos pelo incentivo e pela paciência durante as minhas prolongadas ausências.

AGRADECIMENTOS

A Deus que me capacitou para assumir este desafio.

A minha família pelo apoio.

A minha orientadora, professora doutora Cláudia Guerra Monteiro, pelo acompanhamento constante.

Ao núcleo da gerencia web do Portal EBC e em especial à coordenadora de edição, Liliane Cardoso Aguiar Farias; à jornalista, Noelle Santos Oliveira; ao coordenador de design, Marcelo Bernardes Nogueira e ao gerente de desenvolvimento, Sérgio Santana de Lima.

Aos professores doutores do Programa de Pós-Graduação Ciências da Comunicação Allan Rodrigues, Renan Albuquerque, Wilson Nogueira, Rosimeire Matins, Guilhermina De Melo Terra, Gilson Vieira Monteiro, João Luiz de Souza, Mirna Feitoza Pereira e Ivânia Vieira.

Aos mestres inspiradores desta pesquisa, professor doutor Carlos Jennings, a professora doutora Osmarina Guimarães e ao professor especialista João Batista Gomes.

Ao Programa de Pós-Graduação Ciências da Comunicação e ao seu Coordenador, professor doutor Renan Albuquerque Rodrigues.

À Faculdade de Informação e Comunicação da UFAM, em nome do seu Diretor, professor doutor Allan Rodrigues

Aos amigos e alunos que sempre torceram por mim.

AGRADEÇO

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo.

Henry Jenkins

RESUMO

Ao verificar-se que o jornalismo online, por vezes, tende a ser um campo de comunicação de massa dominado por informações superficiais, identificasse a necessidade de entender os fatores de contribuição, que nesta matéria, a convergência de mídias pode trazer. Ao abrir espaços tecnológicos que permitem um maior aprofundamento dos acontecimentos, observa-se sua capacidade em oferecer um conjunto de informações mais coeso à sociedade, partindo do ponto de vista de que a sociedade tem demanda por informações mais detalhadas sobre certos assuntos do seu interesse. Nesse sentido, buscou-se compreender de que maneira o paradigma da convergência de mídias, aplicado no formato de especiais multimídia na internet, contribuem no processo de formação de uma sociedade melhor informada. Neste sentido, a abordagem metodologia originou uma análise sobre os ecossistemas comunicacionais, suas contribuições e observações diante do fenômeno de mudança de hábitos de consumo da informação que a sociedade contemporânea tem adquirido com o advento da internet. Para tecer este processo, realizou-se uma pesquisa exploratória-descritiva com abordagem quali-quantitativa, com a intenção de verificar as formas de implementação dos diversos formatos de mídia que prevalecem nos especiais multimídia em dois casos específicos, o Portal EBC, em Brasília e o Portal D24AM, no Amazonas, por meio da análise de conteúdo. Ao mesmo tempo foi analisado o estilo de produção das reportagens, os tipos de reações que a audiência da internet tem sobre esse tipo de conteúdo mais profundo, a viabilidade destas produções mais robustas nos portais supracitados e a procura por este tipo de informações ao longo do tempo. Diante desta análise, entendeu-se que a própria superficialidade em alguns conteúdos faz parte do processo diário da informação das pessoas, enquanto somente escolhem se aprofundar em assuntos cujo interesse é maior. Dessa maneira, os índices de audiência dos especiais multimídia pesquisados, comparativamente aos números dos portais, foram inferiores aos experimentados em conteúdos com menor índice de aprofundamento de informações. Conclui-se, por tanto, que a elaboração de conteúdos no formato de especial multimídia, devido à demanda de profissionais de tempo de produção que pressupõem, somente podem ser realizados em informações que tenham uma maior procura da sociedade. Por outro lado, foi possível verificar que a interação, via de regra, está pautada no ponto de vista da audiência sobre o assunto e não necessariamente sobre característica midiática utilizada, ao mesmo tempo em que também constatou-se que o processo de formação de uma sociedade com melhores hábitos de consumo da informação não depende exclusivamente do esforço da mídia, em oferecer conteúdo mais densos, mas que origina-se, fundamentalmente, de um processo de educação social que conscientize sobre a importância de uma sociedade democrática ter conhecimentos mais profundos sobre os acontecimentos registrados na mídia.

Palavras-chave: Jornalismo Online. Convergência de Mídias. Transmídia. Especiais Multimídia.

ABSTRACT

When verifying that online journalism sometimes tends to be a field of mass communication dominated by superficial information, it identifies the need to understand the contributing factors, which in this matter, the convergence of media can bring. When opening technological spaces that allow a greater depth of events, its capacity to offer a more cohesive set of information to society is observed, starting from the point of view that society has a demand for more detailed information on certain subjects of interest. In this sense, we sought to understand how the media convergence paradigm, applied in the form of special multimedia on the internet, contributes to the process of forming a better informed society. In this sense, the methodology approach originated an analysis of communicational ecosystems, their contributions and observations in the face of the phenomenon of changing information consumption habits that contemporary society has acquired with the advent of the internet. To weave this process, an exploratory-descriptive research with a qualitative-quantitative approach was carried out, with the intention of verifying the ways of implementing the different media formats that prevail in the multimedia specials in two specific cases, the EBC Portal, in Brasília and the D24AM Portal, in Amazonas through content analysis. At the same time, the production style of the reports was analyzed, the types of reactions that the internet audience has on this type of deeper content, the viability of these more robust productions in the aforementioned portals and the search for this type of information throughout the time. In view of this analysis, it was understood that the superficiality of some contents is part of the daily process of informing people, while they only choose to delve deeper into subjects whose interest is greater. In this way, the ratings of the multimedia specials surveyed, compared to the numbers of the portals, were lower than those experienced in content with a lower index of deepening of information. It is concluded, therefore, that the elaboration of contents in the format of special multimedia, due to the demand of professionals of production time that they presuppose, can only be realized in information that have a greater demand from society. On the other hand, it was possible to verify that the interaction, as a rule, is based on the audience's point of view on the subject and not necessarily on the media characteristic used, at the same time that it was also found that the process of forming a society with better information consumption habits does not depend exclusively on the media effort to offer more dense content, but which originates, fundamentally, from a social education process that raises awareness of the importance of a democratic society having deeper knowledge about the events recorded in the media.

Keywords: Online Journalism. Media Convergence. Transmedia. Multimedia Specials. Communicational Ecosystems.

RESUMEN

Cuando se verifica que el periodismo en línea a veces tiende a ser un campo de comunicación masiva dominado por información superficial, identifica la necesidad de comprender los factores contribuyentes, que en este asunto puede traer la convergencia de los medios. Al abrir espacios tecnológicos que permiten una mayor profundidad de eventos, se observa su capacidad para ofrecer un conjunto de información más coherente a la sociedad, comenzando desde el punto de vista de que la sociedad tiene una demanda de información más detallada sobre ciertos temas de interés. En este sentido, buscamos entender cómo el paradigma de convergencia de medios, aplicado en forma de multimedia especial en Internet, contribuye al proceso de formar una sociedad mejor informada. En este sentido, el enfoque metodológico originó un análisis de los ecosistemas comunicacionales, sus contribuciones y observaciones ante el fenómeno de los cambiantes hábitos de consumo de información que la sociedad contemporánea ha adquirido con el advenimiento de Internet. Para tejer este proceso, se llevó a cabo una investigación exploratoria descriptiva con un enfoque cualitativo cuantitativo, con la intención de verificar las formas de implementar los diferentes formatos de medios que prevalecen en los especiales multimedia en dos casos específicos, el Portal EBC, en Brasilia y el portal D24AM, en Amazonas, a través del análisis de contenido. Al mismo tiempo, se analizó el estilo de producción de los informes, los tipos de reacciones que la audiencia de Internet tiene sobre este tipo de contenido más profundo, la viabilidad de estas producciones más robustas en los portales antes mencionados y la búsqueda de este tipo de información en todo el tiempo. En vista de este análisis, se entendió que la superficialidad de algunos contenidos es parte del proceso diario de informar a las personas, mientras que solo eligen profundizar en temas cuyo interés es mayor. De esta forma, las tasas de audiencia de los especiales multimedia encuestados, en comparación con los números de los portales, fueron más bajas que las experimentadas en contenido con un índice más bajo de profundización de la información. Se concluye, por lo tanto, que la elaboración de contenidos en formato de multimedia especial, debido a la demanda de los profesionales del tiempo de producción que presuponen, solo puede realizarse en información que tenga una mayor demanda de la sociedad. Por otro lado, fue posible verificar que la interacción, por regla general, se basa en el punto de vista de la audiencia sobre el tema y no necesariamente en la característica de los medios utilizados, al mismo tiempo que también se descubrió que el proceso de formar una sociedad con mejores hábitos de consumo de información no depende exclusivamente del esfuerzo de los medios para ofrecer contenido más denso, sino que se origina, fundamentalmente, en un proceso de educación social que crea conciencia de la importancia de una sociedad democrática que tenga un conocimiento más profundo sobre los eventos grabados en los medios.

Palabras clave: Periodismo en línea. Convergencia de Medios. Transmedia. Especiales multimedia. Ecosistemas Comunicacionales.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura de pirâmides flutuantes com a inserção dos subtemas ao longo do conteúdo.....	39
Figura 2 - Representação do ecossistema comunicacional em convergência com a sociedade.....	41
Figura 3 - Tabela informativa de transmissão do grande prêmio da Áustria, 2019. ..	46
Figura 4 - <i>Especial multimídia “20 años sin Franco”</i> . ..	61
Figura 5 - Representação do universo de pesquisa da análise de conteúdo desta pesquisa.....	68
Figura 6 - Grupos de veículos de comunicação que compõem a Empresa Brasil Comunicação.	71
Figura 7 - guarda-chuva como exemplo metafórico de todos os sites ligados ao Portal EBC.....	73
Figura 8 - Gráfico com média de audiência do Portal EBC obtido no similarweb.com	74
Figura 9 - Representação panorâmica de especiais publicados no Portal EBC.	75
Figura 10 - página inicial do especial vidas secas, no portal EBC.	81
Figura 11 - Especial bibliográfico da primeira reportagem.	83
Figura 12 - Monitor de Secas, que acompanha o ciclo de estiagem e de escassez de chuva.....	84
Figura 13 - vídeo como elemento informativo e complementar no corpo do capítulo.	86
Figura 14 - Ilustração em representação das regiões hidrográficas do Brasil.....	87
Figura 15 - destaque especial à região hidrográfica da Amazônia.....	88
Figura 16 - representação infográfica sobre o consumo de água.	89
Figura 17 - Recursos de Pop Up ao interior da reportagem.....	91
Figura 18 - Capa da reportagem/capítulo que trata da seca no sudeste brasileiro. ..	92
Figura 19 - Ilustração gráfica dos níveis da reserva Cantareira - SP.	93
Figura 20 - Reservas de Descoberto e Santa Maria - DF.	94
Figura 21 - Campos de concentração no Nordeste, 1932.....	95
Figura 22 - cidades de Barra Longa, Bento Rodrigues e Mariana um ano após a tragédia.	96
Figura 23 - Detalhes sobre a qualidade hídrica.....	97
Figura 24 - ilustração animada e com dados complementares.	98
Figura 25 - disposição gráfica com elementos multimídia do especial.....	101
Figura 26 - Compartilhamento positivo do especial do EBC.	110
Figura 27 - Compartilhamentos elogiando especial do EBC.....	111
Figura 28 - Interação no Twitter elogiando especial do EBC.	111
Figura 29 - Gráfico de audiência do especial "Vidas Secas".....	112

Figura 30 - Gráfico de audiência do especial "Vidas Secas", detalhado.	113
Figura 31 - guarda-chuva como exemplo metafórico de todos os sites ligados ao D24AM.	115
Figura 32 - Audiência do portal, auditada pelo IVC.	116
Figura 33 - Audiência detalhada do portal, auditada pelo IVC.	116
Figura 34 - Página inicial dos especiais multimídia.	118
Figura 35 - Especial "Compaj: um ano do massacre"	119
Figura 36 - Arquivo audiovisual no corpo da reportagem.	120
Figura 37 - Reprodução de imagem icónica do acontecimento.	122
Figura 38 - Entrevista em vídeo do Secretário da SEAP.	123
Figura 39 - Publicação do especial no Facebook.	126
Figura 40 - Reações de internautas ao especial.	126
Figura 41 - Reações críticas de usuários ao especial.	127
Figura 42 - Reações positivas de usuários ao especial.	128

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Convergência de mídias do capítulo 1.....	102
Gráfico 2. Convergência de mídias do capítulo 2.....	102
Gráfico 3. Convergência de mídias do capítulo 3.....	103
Gráfico 4. Convergência de mídias do capítulo 4.....	104
Gráfico 5. Convergência de mídias do capítulo 5.....	104
Gráfico 6. Convergência de mídias do capítulo 6.....	105
Gráfico 7. Convergência de mídias do capítulo 7.....	105
Gráfico 8. Convergência de mídias do capítulo 8.....	106
Gráfico 9. Convergência de mídias do capítulo 9.....	106
Gráfico 10. Convergência de mídias do capítulo 10.....	107
Gráfico 11 - Quantidades totais de formatos de mídia utilizados nos capítulos do especial multimídia "Vidas Secas".	108
Gráfico 12 - Quantidades proporcionais de formatos de mídia utilizados nos capítulos do especial multimídia "Vidas Secas".	108
Gráfico 13. Convergência de mídias no especial "Compaj: um ano do massacre".	124
Gráfico 14 - Quantidades totais de formatos de mídia utilizados nos capítulos do especial multimídia "Compaj: um ano do massacre".....	125

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Circulação de jornais diários no Brasil. Fonte: ANJ, 2017.....	33
Tabela 2 - Exemplares diários impressos no Brasil.....	33
Tabela 3 - Quantidade de especiais multimídia publicados no Portal EBC.....	75
Tabela 4 - Vidas Secas, Catástrofes atravessaram os séculos.....	102
Tabela 5 - Seca Excepcional, O retrato do sofrimento pela falta de água.....	102
Tabela 6 - Soluções sertanejas de convivência com a seca.	103
Tabela 7 - Onde está a água no Brasil?	104
Tabela 8 - Água invisível	104
Tabela 9 - Soluções sustentáveis para o uso da água.....	105
Tabela 10 - Reviravolta no mapa da seca.	105
Tabela 11 - Nos caminhos dos campos de concentração do Ceará.	106
Tabela 12 - O desastre no Rio Doce.....	106
Tabela 13 - Em 20 anos, teremos água?	107
Tabela 14 - Compaj: um ano do massacre.....	124

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Veículos de comunicação da empresa Brasil Comunicação divididos por conjuntos midiáticos.	72
Quadro 2 - Expediente do especial multimídia Vidas Secas.	99
Quadro 3 - Veículos de comunicação do Grupo Diário.	115

SUMÁRIO

Pág.

1. INTRODUÇÃO	17
2. REPORTAGENS MULTIMÍDIA NO JORNALISMO ONLINE	20
2.1. Superficialidade no jornalismo	22
2.2. A queda do jornalismo impresso	31
2.3. O surgimento do jornalismo online	34
3. CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS: O ECOSISTEMA COMUNICACIONAL DA INTERNET	40
3.1. Os ecossistemas comunicacionais na sociedade	41
3.2. O conjunto da convergência de mídias: transmídia, crossmídia, multimídia e hipermídia.....	44
3.3. O ecossistema entre a mídia tradicional e a sociedade	49
3.4. Convergência entre a mídia tradicional, a internet e a sociedade...51	
4. OS ESPECIAIS MULTIMÍDIA NO JORNALISMO ONLINE.....	55
4.1. O gênero de reportagens especiais na internet	57
4.2. Reportagens especiais multimídia e suas características.....	59
5. METODOLOGIA	65
6. CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS E ECOSISTEMA COMUNICACIONAL NO PORTAL EBC.....	70
6.1. Os especiais multimídia e sua construção	76
6.2. Análise da Convergência e do Ecossistema Comunicacional do especial multimídia Vidas Secas	100
6.3. Percepções dos internautas do especial Vidas Secas.....	109
7. PROCESSO DE PRODUÇÃO E PUBLICAÇÃO DO CONTEÚDO NO PORTAL D24AM.....	114
7.1. Análises de convergência de mídias do especial Compaj: um ano do massacre	118
7.2. Análise da Convergência e do Ecossistema Comunicacional no D24AM.....	123
7.3. Percepções dos internautas do especial Compaj: um ano do massacre	125
8. CONSIDERAÇÕES.....	129
9. REFERÊNCIAS.....	134
APÊNDICES.....	143
ANEXOS.....	155

1. INTRODUÇÃO

Pretende-se ao desenvolver este tema fazer uma análise profunda relacionada à adoção e massificação das reportagens especiais multimídias no jornalismo online do Brasil e do estado do Amazonas, tendo como ponto de partida os processos implantados no portal da Agência Brasil, pertencente ao grupo EBC, em Brasília e o Portal D24AM, sediado no Amazonas e pioneiro nesta linguagem no Estado.

A pesquisa deste processo multimídia se torna oportuna diante das correntes de análise que verificam a problemática da superficialidade presente no jornalismo online, em modo geral no mundo.

A superficialidade na abordagem dos fatos noticiados por vários veículos de comunicação, têm condicionado cada vez mais o leitor a ter um papel de interprete de manchetes. Valorizando com isso o simples registro da informação, sem aprofundamentos, sem análises. Assim, pretende-se com esta dissertação analisar o fenômeno da superficialidade em jornais online e estipular as possibilidades de melhoria desse quadro por meio da convergência de mídias, a exemplo do que acontece hoje por meio dos especiais multimídias em diversos portais no mundo; porém, tomando como parâmetro de referência os processos implementados nos portais EBC e D24AM.

O Objetivo será analisarmos o processo de convergência no jornalismo (SALAVERRÍA & NEGREDO, 2008), e conhecer as características multimídia exploradas nos portais de comunicação e verificar, em que medida, a correta convergência das suas mídias (entenda-se vídeo, texto, áudio e imagem), nestes especiais, influência na disseminação de informações e no aprofundamento dos usuários sobre os fatos reportados.

Diante desse fenômeno, também resulta válido analisar em que medida a perspectiva ecossistêmica, integrada à convergência de mídias, contribuem na compreensão e aprofundamento dos fatos, através destas reportagens especiais multimídias em jornais online.

Para obter este resultado se faz necessário entender o conceito de convergência de mídias, a partir do livro *Cultura da Convergência*, lançado por Henry Jenkins (2009), seu histórico com a chegada da internet e, finalmente, sua prática a

partir da análise de dois casos específicos que aplicam a convergência de mídias em reportagens especiais.

Diante disso, resulta pertinente uma nova análise que verifique em que medida os especiais multimídias, munidos da convergência de mídias, possibilitam um processo de informação mais abrangente na sociedade. Desta maneira elucidando sobre o fato de o jornalismo online ser considerado responsável por boa parte desta tendência de consumo de informação rasa.

A partir de uma pesquisa exploratória, faremos uma análise de conteúdo do especial *Vidas Secas*, do Portal EBC, pertencente à Empresa Brasil Comunicação - EBC, do Governo Federal, com o qual será traçado um panorama geral sobre o andamento e o processo de implementação deste formato na América Latina e especialmente no Brasil, uma vez que este veículo de comunicação iniciou suas publicações neste formato em 2012, muito à frente de diversos outros meios de comunicação privados.

Neste veículo será observado, por meio de entrevistas e pesquisas análises de reportagens, o processo de execução das reportagens especiais, as equipes envolvidas, os recursos utilizados, as linguagens implementadas e o alcance do trabalho já desenvolvido. Obtendo com isso uma visão real que envolva a eficiência deste recurso para combater a superficialidade.

Observasse no Amazonas que a adoção deste novo formato se encontra nos primórdios. Chama a atenção que alguns veículos de comunicação online, com maior tradição no estado, como o Jornal *Acrítica* e *Em Tempo*, não possuem ainda reportagens especiais nesse formato.

O portal D24AM nos dará o panorama amazônico do processo de implantação das reportagens especiais no Estado. Foi escolhido o D24AM por ser o portal que mais tem avançado nesta matéria de especiais multimídia, conforme contextualiza Longhi (2014), utilizando os recursos de convergência de mídias. Até o momento, possuem duas reportagens relacionadas ao massacre acontecido nos presídios do Amazonas e aos imigrantes expulsos de invasões em Manaus.

A partir destas análises esperamos verificar em que medida a perspectiva ecossistêmica da comunicação integrada à convergência de mídias, contribuem no combate à superficialidade presente no jornalismo online, ao brindar a possibilidade de aumentar a compreensão dos fatos por meio de seus especiais multimídia.

Na estrutura deste trabalho teremos a oportunidade de elucidar características do jornalismo online no Brasil e no Amazonas, a partir de um conceito histórico e da problematização da superficialidade. Ao mesmo tempo iremos constatar de que forma a interação de diversas mídias, por meio dos especiais multimídia, contribuem com o aumento da compreensão dos fatos. Em seguida analisaremos o conceito de convergência de mídias: o ecossistema comunicacional da internet, contemplando as diversas características da convergência, quando aplicadas às reportagens especiais.

Dessa maneira, por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2011), pretendemos entender a abordagem feita às temáticas tratadas nos especiais, assim como o processo de produção de cada um destes conteúdos multimídia; para logo na sequência observarmos os detalhes e processos da construção das reportagens especiais multimídia no jornalismo online dos portais EBC, em Brasília, e do D24AM, no Amazonas.

2. REPORTAGENS MULTIMÍDIA NO JORNALISMO ONLINE

As reportagens multimídias online são publicações compostas por diversos formatos de mídias como o vídeo, o áudio, o texto e as imagens. Esta composição parte do conceito de convergência (JENKINS, 2009) em que as velhas e novas mídias se encontram com a finalidade de intercambiar seus papéis e transformarem a maneira em que a comunicação é levada ao público final. Em um cenário em que a comunicação ganha cada vez mais espaços nos ambientes tecnológicos da internet, a implementação destes avanços torna-se oportuna uma vez que potencializa a transmissão das informações. Os resultados desse quadro trazem como fruto o surgimento de reportagens especiais multimídias, envolvidas diretamente com a transmissão de conteúdos cada vez mais contextualizados.

Seguindo este pressuposto, é possível verificar que o novo conteúdo que a tecnologia possibilita transmitir combate frontalmente a superficialidade da informação, uma vez que oferece um conjunto de dados superior ao público final. Para Jenkins (2009) a entrega de um conteúdo completamente novo também altera a forma em que ele deve ser consumido, assim este objeto incorpora novos elementos que incluem os próprios usuários como produtores de conteúdo.

Conforme explicado acima, ao nos referirmos às reportagens multimídia, colocamo-nos diante de um novo modelo de transmissão de informações com amplas possibilidades de combinações de mídias e de ampliação do processo de informação disponibilizada aos usuários. Assim, a melhor maneira de compreender esse processo é considerar que este modelo de reportagem não se trata de apenas da combinação dos formatos de mídias, como também de uma estratégia de combate à superficialidade presente nos veículos de comunicação online.

A melhor maneira de compreender esse procedimento é considerar que este novo gênero do jornalismo online se apropria das vantagens tecnológicas para aliar as potencialidades que outrora somente poderiam ser exploradas pelas mídias tradicionais. Dando conta de que antes desta evolução, somente a TV poderia transmitir em vídeo e que somente o jornal impresso poderia receber as matérias escritas. Para Salaverría (2008), tudo viveu sua transformação com a chegada da multimídia à Web, que se caracteriza por aproveitar as possibilidades audiovisuais da internet, mediante o uso de fotografias, textos, imagens e vídeos.

Conforme mencionado pelo autor, o processo de incorporação de diversos formatos de mídia no jornalismo online obedece a uma clara tendência mundial, em que os consumidores também mudaram a forma de perceber o conteúdo. Em ambos conceitos, tanto Jenkins quanto Salaverría, expõem a necessidade da utilização desta variedade de formatos com a finalidade informativa. E ao defender também esse conceito, afirmam que "a internet, é entendida como um novo ambiente de conjugação midiática, por um único canal oferece a possibilidade de encontro entre o receptor e diversas fases de comunicação" (DALMONTE, 2007, p. 120).

Conforme explicado acima, é profundamente necessário realizarmos estudos neste sentido, na perspectiva de aumentar a compreensão sobre a forma em que devem ser abordados os conteúdos nas reportagens multimídia, a partir de uma visão macro que permita a compreensão da sua abordagem. Aliado a este desenvolvimento, pode-se, por exemplo, aumentar o detalhamento das informações relevantes para a população, permitindo que tenham mais do que informações factuais, reunindo elementos suficientes para uma leitura crítica da realidade.

Ainda que haja significativo debate acerca da correta denominação para a prática, o ciberjornalismo - como aqui será chamado - pode ser entendido como uma nova forma de fazer jornalismo, potencializada por uma narrativa multimídia, interativa, hipertextual e customizada (HOEWELL; GRUSZYNSKI & BANDEIRA, 2015, p. 22).

Os autores deixam claro que esta nova modalidade de comunicar surge como um novo paradigma, no momento em que estabelece uma nova linguagem de comunicação. Além do mais, menciona a necessária intencionalidade que deve existir no jornalismo online no ensejo de se apropriar deste avanço tecnológico e providenciar a produção de conteúdo voltado para esta nova característica.

Fica evidente, diante desse quadro que as reportagens multimídia no jornalismo online são cada vez mais importantes. Vê-se, pois, que a sua utilização oferece aos internautas a possibilidade de encontrar conteúdos mais significativos, encontrando uma alternativa para se aprofundar mais dos fatos abordados. Logo, é indiscutível o fato de que com este mecanismo é possível reduzir a superficialidade no repasse das informações destes veículos de comunicação online.

2.1. Superficialidade no jornalismo

Abre-se aqui um debate que tem como tema central a superficialidade espalhada por um número significativo de veículos de comunicação, que na era da convergência de mídias e da internet, tem optado por comunicar-se de maneira rasa sobre os acontecimentos, ao privilegiarem a transmissão, quase que em tempo real, das informações.

São consideradas três fortes vertentes como propulsoras deste fenômeno da superficialização das notícias por meio da internet. A primeira prega a necessidade dos veículos de comunicação, que ao tentarem manter a hegemonia (monopólio) da informação dos fatos, pressionam a saída cada vez mais rápida das informações, mantendo com isso o saudoso “furo de reportagem”. A segunda vertente trata da baixa capacidade de produção e pesquisa de alguns jornalistas, que têm cada vez mais desenvolvido habilidades técnicas para o trabalho online, mas que tem ficado mais rasos e superficiais na produção de textos. O terceiro posicionamento analisa que o fato se deve às duas posições antes mencionadas.

Havendo três vertentes, partiremos para a análise da primeira, respectivamente, que mantém o foco no negócio da transmissão rápida das informações. A esta corrida por sair primeiro com o fato, em tempos de internet, decidimos chamá-la para fins desta dissertação como a “corrida pelo furo”, fazendo uma alusão ao fato abordado por Castilho (2011) no site do Observatório de Imprensa. Um aparente “comportamento antiético” no qual as redações online tentam pleitear o papel do internauta, ao priorizarem a transmissão do fato, no lugar do aprofundamento e da confiabilidade das informações.

Lucas, em 2002, já afirmava que devido a esta velocidade que os veículos de comunicação têm imposto às notícias online, a verificação de dados tem recebido cada vez menos atenção. Restando apenas um tratamento superficial que permita impor um ritmo acelerado à publicação das notícias. Este comportamento estaria em consonância com o propósito de informar primeiro.

Diante do intenso fluxo informativo, nos deparamos com uma linguagem rasteira e sem detalhamentos, colocando à prova fundamentos jornalísticos e a necessidade crescente da busca pela informação por parte do internauta, isto é, do leitor (LUCAS, 2002. p. 8).

Entendia-se então, que com a chegada da internet o usuário ganharia um novo rol dentro do processo de comunicação. Agora, o espaço ilimitado da internet

possibilita sua interação direta como transmissor de informações. Tornando, com este comportamento, o fluxo de comunicação em um processo dialógico no qual o receptor se transforma em transmissor com igual grau de repercussão, sem estar subordinado aos agentes informativos. Tendo a possibilidade de verificar os fatos em primeira mão e levá-los, em boa parte dos casos, de forma superficial para o público da internet.

E é o primeiro veículo que oferece, aos indivíduos e coletivos independentes de todo o mundo, a chance de comunicar-se, com suas próprias vozes, com uma audiência internacional de milhões de pessoas. Portanto, as possibilidades técnicas da internet como esfera pública são ilimitadas (FORD & GIL, 2004, p. 270-71).

Ao receber o internauta esta prerrogativa, a de produzir conteúdo, estariam os veículos de comunicação online estabelecendo um processo de concorrência direta com o internauta, ao estarem pautados exclusivamente pela instantaneidade e esquecendo o aprofundamento da notícia.

Caberia, então ao jornalista, não mais buscar os casos, mas selecionar no universo de dados disponíveis a informação mais importante e significativa para sua audiência (HERBERT, 2000). Assim, ocorreria um processo que propõe uma atitude jornalística mais moderadora do que de transmissora instantânea de novos fatos.

O jornalismo digital, aproveitando-se da descentralização generalizada da produção de conhecimento entre os membros de uma comunidade, faz com que a função do jornalista se estenda cada vez mais a aspectos de uma atividade de moderação e hierarquização de factos gerados nos mais distintos pontos da rede (GONÇALVES, 2000. p. 372).

Ainda que se evidencie esta mudança no processo comunicacional entre os veículos e os receptores da comunicação, ainda se percebe a intencionalidade da mídia de oferecer furos de reportagem que competem em agilidade e superficialidade com o usuário final da informação, ao oferecer “um jornalismo preocupado basicamente com a simples exposição dos fatos” (MAIA, 2008, p. 441).

Quando é o jornal impresso diário que dá um furo, ele o manterá sobre os outros jornais durante o dia todo; uma revista semanal, terá um período de tempo de uma semana, e assim por diante. Já na mídia on-line isso não ocorre. Quando um site dá uma notícia em primeira mão, em poucos minutos, os outros já se apropriam da informação sem, em alguns casos, dar o crédito (MARANGONI, RODRIGUES SILVA & PEREIRA, 2002, p. 57).

Em outra perspectiva relacionada à realidade imposta pelo advento desta tecnologia, Marcondes Filho (2000) faz um alerta afirmando que a rapidez e a superficialidade têm invadido as redações de maneira ágil, aproximando ainda mais da incerteza a profissão de jornalistas.

Sob as novas condições, a prática de produzir e divulgar notícias (o nome 'jornalismo' vai se tornando cada vez mais incerto), operando sob o princípio da rapidez, da redução e racionalização lingüística, da volaticidade, não deixa de recolocar velhos problemas: até que ponto notícias produzidas em ritmo de alta velocidade ainda são confiáveis? Até que ponto pode depositar a mesma credibilidade que se tinha em relação aos antigos jornais, historicamente constituídos, socialmente muito mais enraizados, no noticiário da Net? Até que ponto o público está em condições, tem filtros, e mesmo interesse, para fazer uma seleção apurada das notícias que recebe? (MARCONDES FILHO, 2000, p. 147).

Cabe ressaltar que esta briga da “corrida pelo furo” estaria cada vez mais defasada, uma vez que o internauta cada vez menos percebe quem foi o primeiro a dar a notícia. A autora Pollyana Ferrari (2003, p. 49), afirma que os leitores “nem se importam com isso” e acrescenta que “uma notícia superficial, incompleta ou descontextualizada causa péssima impressão. É sempre melhor colocá-la no ar com qualidade, ainda que dez minutos depois dos concorrentes”.

O outro ponto de partida para esta análise, trata a superficialidade nos veículos de comunicação como um problema não apenas empresarial, porém de intelecto por parte dos comunicadores. Esta perspectiva põe em observância a sustentação de que o “formando sai pronto para o mercado”, o que segundo MAIA (2008, p. 442), abarca um profissional que “sabe olhar para a câmera, fazer uma passagem, um texto enxuto para o rádio, outro mais enxuto ainda para o jornal on-line e assim por diante. Mas, e a qualidade deste mesmo texto?”. Em que ponto ficariam aqueles fatos que precisam de mais informações, de fontes diversas? Diante dessa preocupação, se faz evidente o que Gabriel García Márquez já denunciava em 1996.

As empresas colocam seu empenho profundo na competência feroz de modernização material e tem deixado para depois a formação da sua infantaria e os mecanismos de participação que fortaleciam o espírito profissional no passado. As salas de redação são laboratórios assépticos para navegantes solitários, onde parece mais fácil se comunicar com os fenômenos sobrenaturais que com o coração dos leitores. A desumanização é arrasadora (GARCIA MARQUEZ, 1996, p. 28, tradução nossa)¹.

Diante desse fenômeno de deficiência de formadores de opinião que parecesse alastrar pelas faculdades de comunicação, encontramos que o empenho está no ensinamento de procedimentos meramente técnicos, sem análise crítica com relação aos conceitos que serão implementados no decorrer do seu agir profissional.

¹ las empresas se han empeñado a fondo en la competencia feroz de la modernización material y han dejado para después la formación de su infantería y los mecanismos de participación que fortalecían el espíritu profesional en el pasado. Las salas de redacción son laboratorios asépticos para navegantes solitarios, donde parece más fácil comunicarse con los fenómenos siderales que con el corazón de los lectores. La deshumanización es galopante (GARCIA MARQUEZ, 1996, p. 28).

Para reforçar ainda mais esta versão. Um estudo realizado na Universidade Federal do Paraná, entre os anos 2000 e 2008, constatou que os alunos possuíam constantemente um desempenho deficitário. Aliado a isto, observou-se um constante desinteresse pela leitura, permitindo-nos analisar se esta falta de interesse se antepõe ao que hoje vemos em termos de produção textual jornalística em alguns veículos de comunicação.

O baixo nível do texto da maioria dos alunos, aliada à falta de informação de uma maneira geral e o pouco interesse pela simples leitura dos jornais diários nos levou a uma alternativa que visasse aprimorar o texto, a busca pela investigação jornalística, com o objetivo de melhorar o nível dos estudantes de Comunicação. (MAIA, 2008, p. 1).

Este problema, na instituição em que o Maia desenvolveu sua pesquisa, Universidade Federal do Paraná, vem sendo tratado por meio do aprofundamento em textos e leitores, que permitem ao estudante adquirir uma bagagem maior sobre as realidades sociais e sobre o próprio idioma. “Entre os alunos a receptividade para o novo projeto tem sido de razoável para boa, ainda longe do que gostaríamos de alcançar”.

O projeto de pesquisa foi registrado na Universidade Federal do Paraná em março de 2005, mas já apresenta resultados altamente satisfatórios: primeiro lugar no Expocom de 2004; primeiro lugar em 2005, primeiro e segundo lugares em 2006, e segundo e terceiro lugares em 2007, sendo os cinco últimos no Sangue Novo no Jornalismo Paranaense. (MAIA, 2008, p. 12).

Este estudo de caso evidencia que realmente assiste a razão ao terceiro argumento que explica a superficialidade. Esta ter terceira vertente, traz como argumento o fato das duas primeiras ponderações estarem corretas. Se traçaria uma linha ao meio, verificando que o veículo de comunicação optaria por manter a instantaneidade dos fatos sem a devida responsabilidade e o jornalista é cada vez menos preparado, na academia, para pesquisar e se aprofundar sobre os fatos de maneira suficiente.

Longe desta problemática ser nova, em 1993, o autor Edvaldo Pereira Lima, traz um fato que relaciona a história do jornalismo aos fatos da superficialidade, afirmando que desde a primeira guerra mundial começou a ser observada esta tendência à simples transposição dos fatos, sem análise e sem interpretação. Descobriu-se que a superficialidade e o simples registro de fatos eram incapazes de revelar aos leitores o rumo dos acontecimentos.

É a partir dessa deficiência que o público passa a esperar um tratamento informativo de maior qualidade. E exatamente vindo a oferecer o atendimento a esta necessidade é que surge a revista *Time*, voltada para o relato dos bastidores, para a busca de conexões entre os acontecimentos, de modo a oferecer uma compreensão aprofundada da realidade contemporânea (LIMA, Edvaldo, 2009, p. 18).

Então, agora é prático resgatar que estes fenômenos da superficialidade não nasceram apenas com o jornalismo online. Desde suas tradicionais origens, a fome pelo furo de reportagem tem sido marcante. Consequentemente tem implicado na falta de responsabilidade para publicar fatos ainda não apurados, conforme apresentado por Pereira Júnior (2006), ao fazer referência à cobertura brasileira ao atentado perpetrado às torres gêmeas, o *World Trade Center*, em pleno coração de Nova Iorque, nos Estados Unidos.

Os primeiros relatos dão conta de 10 mil mortos nas torres gêmeas e é com esse número que o jornal Agora São Paulo estampa o alto da sua página 2, em 12 de setembro de 2001 [...] Ao longo da semana Folha de São Paulo, O Globo e o Estado de São Paulo cravam em 6 mil os mortos no ataque ao coração financeiro e militar dos Estados Unidos [...] Nenhum dos dois dados, 1 mil ou 6 mil, se revelariam verdadeiros [...] Um fértil volume de fatos imprecisos e não confirmados, de especulação e boatos, espalhados mesmo por fontes confiáveis, marcou aquela que foi a maior mobilização já feita pelos diários num só instante em torno de um mesmo fato (PEREIRA JÚNIOR, 2006. p. 67).

Nessa perspectiva, observou-se a insuficiência das agências internacionais de notícias em transmitir dados concretos e coerentes, bem como a ação deliberada de veículos de comunicação que, em meio à incerteza, decidiram divulgar dados sobre os quais não havia nenhuma certeza. Somente um ano depois se chegaria a um número real de vítimas, 3.025, mas até então os leitores não foram poupados das especulações sobre o possível número de vítimas.

Diante disso, Pereira Júnior (2006, p. 72), ainda afirma que “o rigor na apuração de informações deve partir de premissa muito simples, nem sempre considerada: cada afirmação, de cada linha, só deve ser mantida depois de respaldada”, trazendo de volta com isso a necessidade de verificar as evidências e confrontá-las com outras, a fim de transmitir um relato confiável.

Cabe resgatar que uma das funções intrínsecas do jornalismo, é a transmissão de informações coerentes e confiáveis, dando ao seu público a possibilidade de obter dados que possam posteriormente analisar, sem ter contato com as fontes primárias, e tecer um pensamento crítico a respeito.

Podemos então dizer que a superficialidade ou a transmissão de informações inconclusas e sem dados sólidos, apenas exerceria como um transporte de dados brutos, sem análise ou interpretação, o que para Noblat (2008, On-line), seria uma ponte de transferência de dúvidas para os leitores. “É cômodo escrever que fulano disse que tal fato se passou assim, mas que beltrano disse que se passou de outra forma. E o leitor, como fica? No que ele deve acreditar?”. O autor ainda aponta que o repórter é o agente que deve se encarregar pela investigação e obtenção destas respostas para o seu público.

Estes registros de superficialidade, atrelados à condição de polivalência dos profissionais de comunicação, vem sendo analisada em conjunto com o sensacionalismo, muito presente nos jornais tabloides que surgiram nas últimas décadas. Por um lado, “à medida que o nível de convergência de mídias aumenta, exige-se do jornalista um maior grau de versatilidade” (SALAVERRÍA & GÁRCIA AVILÉS, 2008, p. 43, tradução nossa)². Por outro lado, esta tendência também tem levado estes jornais a produzirem um conteúdo mais raso que acaba atingindo a classe popular com uma linguagem mais coloquial e voltada para sua cotidianidade. Isto tem constituído muitos destes veículos em líderes dos seus mercados.

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isto, a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação de subjetivismo (MARCONDES FILHO, 1989, p. 149).

Esta grande acolhida que este formato de jornalismo “popular” tomou no mundo está atrelada a diversos fatores que envolvem a comercialização massiva dos jornais e, conseqüentemente, o maior número de vendas de anúncios no jornal. Assim, conforme Guedes (2010, p. 57), esta estratégia sintetiza a “conjugação de diferentes fórmulas com o intuito de ser bem recebido por classes tradicionalmente excluídas do hábito de compra e leitura de jornais impressos”.

A falta de conteúdo aprofundado tem sido uma das marcas destes veículos, que se utilizam também de informações supérfluas ou vazias, (de entretenimento, do mundo das celebridades, das novelas), entregando ao seu público, a camada popular, aquilo que ela mais gosta: “sensacionalismo e entretenimento”.

Mas devido a este poder, que os veículos conquistaram, de atrair novos leitores de notícias, surgem correntes de pensamento que defendem o uso do

² Conforme aumenta el nivel de convergencia de medios, al periodista se le requiere un mayor grado de polivalencia (SALAVERRÍA & GÁRCIA AVILÉS, 2008, p. 43).

formato. Meneses (2010), trouxe em seu artigo intitulado *Jornalismo moderno na superficialidade camufla sensacionalismo bolorento no conteúdo* (), o posicionamento do Jornal Agora, de São Paulo, por meio do seu editor-chefe, Luiz Carlos Duarte. Para ele, a ideia destes jornais é “fazer um jornalismo popular sem vergonha de ser popular”.

Hoje nós fazemos o jornal para a família. Tem lá o caderno de variedades, que é o lado feminino do jornal, tem esportes, tem dinheiro, tem o Brasil, o mundo, ele é mais completo, não sei se estou cometendo uma injustiça aqui com a história, completo não, mas ele é mais equilibrado. O Agora também tem prestado um serviço excelente do ponto de vista das aposentadorias. Nós fomos o único jornal a levantar a tese do fim do prazo para a revisão das aposentadorias (Luiz Carlos Duarte, editor-chefe Jornal Agora, São Paulo, entrevista concedida a Leda Menezes em Dez.2004).

Embora, se verifique um aumento constante de novos leitores de jornais nas classes populares, trazidos por estes conteúdos mais adaptados à sua linguagem, gosto e costumes, a maior parte dos posicionamentos dos autores estão encaminhados aos malefícios trazidos por esta tratativa comercial e superficial da notícia, com a clara intenção de aumentar, a venda de jornais e, no caso da internet, os números acesso.

a propósito do uso do termo ‘popular’ para identificar e qualificar publicações e programas que nada têm de populares. E não são populares pela simples razão de praticarem uma narração, dita jornalística, feita de verborragia hipocritamente populista, nutrida pela miséria e pela dor alheia – e isso os caracteriza e camufla. Consciente ou inconscientemente, exploram os fracos e os humildes, numa estratégia de perpetuação da exclusão social. E ainda se passam por libertários e justiceiros. A aceitação de que o termo popular serve para identificar esse tipo de jornalismo deprecia o conceito, na medida em que o deforma. De popular deveria ser chamado o jornalismo que assume o discurso e as razões dos mais fracos e dos mais pobres, como perspectiva preponderante na narração dos conflitos (CHAPARRO, 1997, p. 33).

Nesta perspectiva, as diferenças são marcantes, uma vez que por meio de diversos argumento, se encontra o fantasma da superficialidade presente nas redações jornalísticas. O jornalista Noblat (2008), ao referir-se à pressa que percebe nos jornalistas e editores na elucidação dos fatos, diz estar espantado. Percebendo que tem sido priorizada a velocidade, ao processo de captação, apuração e transmissão dos dados.

A pressa é a culpada, nas redações, pelo aniquilamento de muitas verdades, pela quantidade vergonhosa de pequenos e grandes erros que borram as páginas dos jornais e pela superficialidade de textos que desestimulam a reflexão. Apurar bem exige tempo. Escrever bem exige tempo (NOBLAT, 2008, On-line).

Em consonância com Noblat, Lorena Tárzia (2007), ao fazer referência a Klinenberg (1999) afirma que a “polivalência midiática permite um modo de produção em que cada uma das mídias que compõem um conglomerado utilize produtos de outras, assim como equipamentos”. Desse modo, é cada vez mais frequente encontrar jornalistas com diversas facetas profissionais, tendo habilidade nas mais diversas mídias e os formatos empregados nelas. “O resultado é que os jornalistas dispõem de menos tempo para apurar e redigir, produzindo notícias mais superficiais”.

Assim, um repórter pode doravante escrever um artigo para a edição da noite, aparecer na tela para tratar do mesmo acontecimento na televisão e ampliar a informação com os especialistas de Internet sugerindo-lhes relações com outros sites ou acontecimentos (KLINENBERG, 1999, p. 7 apud TÁRCIA, 2007, p. 80).

Outro ponto relacionado à superficialidade de alguns conteúdos registrados jornais online, está relacionado à fadiga causada pelos monitores dos dispositivos móveis e computadores de mesa. Em um estudo sobre os padrões de leitura na web, publicado Jakob Nielsen (1997), que o 79% dos usuários sempre percorriam rapidamente com o olhar as novas páginas do site em que entravam e apenas 16% liam palavra por palavra.

Este estudo, também corroborado por Pinho (2003), classifica os tipos de leitura do material virtual em 4: Superficial, por varrimento, intensiva e extensiva.

- **Leitura superficial:** é aquela em que os leitores movem rapidamente seus olhos sobre a tela do computador para verificar se o conteúdo é relevante de acordo com os seus interesses.
- **Leitura por varrimento:** o usuário focaliza de forma rápida as partes específicas da matéria que são de seu interesse.
- **Leitura intensiva:** acontece quando o tema exposto é sumamente relevante para o leitor que lê uma pequena quantidade de conteúdo para obter uma informação mais aprofundada.
- **Leitura extensiva:** é uma maneira minuciosa de ler textos extensos, mas por causa da fadiga visual que causa a tela do computador este sistema é o menos utilizado na redação do jornalismo digital.

Percebe-se, claramente, que o aprofundamento dos fatos na internet não pode seguir o modelo tradicional de textos compostos, longos e com sequências

enormes de dados. Se faz necessário aqui lançar mão das possibilidades tecnológicas oferecidas pela internet, como elementos diferenciais na elaboração e transmissão do conteúdo.

Tendo analisado algumas das situações que levam à publicação de informação superficial, a apreciação de um formato de publicação de notícias por meio da internet, que preencha essa lacuna informacional na sociedade, ganha força ao elencar na linguagem do jornalismo online um conjunto de elementos que possibilitem a usabilidade do leitor, que despertem sua atenção.

Internet exige que o material mostrado da tela do monitor suscite no leitor a confiança de que ele encontrará no site a informação procurada. O redator do texto precisa antecipar o motivo pelo qual o usuário está visitando aquele site e certificar-se de que o que ele vê tem um contexto estabelecido (PINHO, 2003, p. 50).

A chave para esta interação no conteúdo e navegabilidade do usuário, segundo Bolós (2002), teria sua chave a utilização de formatos multimídia. O autor parte da premissa de que se deve fazer referência ao jornalismo impresso, radiofônico e televisivo para identificar a linguagem específica, devido a que na internet a informação através da multimídia utiliza as três linguagens.

O jornalismo digital supõe a utilização simultânea de todos os suportes que já conhecemos – texto, sons, fotos, vídeos e gráficos, fixos ou em movimento para produzir uma linguagem pluralizada, unificadora e multimidiática que denominaremos a partir de agora como múltipla, e que será imprescindível para um elevado número de jornalistas no mundo todo (BOLÓS, 2002, p. 79, tradução nossa).³

Nessa perspectiva é preciso que a escritura dos meios digitais dê lugar a um novo modo de estruturar a informação para ajustá-la ao formato web, que levará ao usuário as notícias com uma linguagem mais espontânea e acompanhada de elementos novos, pontos de vistas aprofundados, de uma maneira criativa. Podendo, a partir disso, fazer uso das distintas mídias e formatos existentes para dar corpo a uma comunicação multimídia, que se complemente e comunique os fatos com maior clareza para o usuário, uma vez que neste contexto a não será mais tão nítida a distinção entre as diversas mídias tradicionais, seus formatos e as possibilidades da internet.

Assim, podemos nos referir ao jornalismo escrito, de rádio e televisão e descobrir um idioma específico em cada um deles. Mas se até agora era

³ El periodismo digital supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos - texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o en movimiento - para llegar a producir un lenguaje plural, unificador y multimedia, que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo. (BOLÓS, 2002, p. 79).

necessário fazer uma distinção entre os vários códigos de transmissão escritos e audiovisuais, as informações que chegam até nós pela Internet - ou qualquer outra rede no futuro -, além de aumentarem as possibilidades atuais do Hipertexto, podem unificar as diferentes linguagens em um. E isso significa o uso simultâneo de todos os suportes que já conhecemos –Texto, som, fotos, vídeos e gráficos estáticos ou em movimento - para produzir uma linguagem plural, unificadora e multimídia, essencial para uma alta porcentagem de jornalistas em todo o mundo. (BOLÓS, 2002, p. 83, tradução nossa).⁴

Desta forma nasce o que conhecemos como “convergência de mídias”.

Justamente a junção destes diversos formatos de comunicação em uma estrutura lógica e complementar, que nos permita levar ao usuário uma comunicação com maior profundidade, permeada de informações densas, por meio da utilização dos seus diversos recursos visuais.

2.2. A queda do jornalismo impresso

Trabalhando em torno a uma perspectiva informativa diferenciada, se faz necessário contextualizar o surgimento desta nova forma de comunicar. Assim o presente capítulo pretende evidenciar a diminuição constante dos números de exemplares de jornal vendidos na rua, no momento em que as ferramentas tecnológicas alcançaram as classes populares, induzindo a procura por novos meios para obter a informação. Para Melo, P. (2005), a internet abriu essa possibilidade para que as pessoas comuns tivessem acesso não somente a novas fontes de informação, mas também ao conhecimento.

A evolução crescente das novas tecnologias tende a facilitar e a baratear o fluxo das informações, ampliando as possibilidades técnicas da mídia para transmissão de dados. Isso dá espaço para que se quebrem barreiras físicas e ideológicas de acesso à informação. Em longo prazo, o homem cada vez mais vai se aperceber de que a notícia é um produto valioso que ajuda no relacionamento entre os povos e as culturas. O caminho é o fim do conceito de broadcasting e o fortalecimento do conceito de narrowcasting. O primeiro trata de informações transmitidas a um público que não se diferencia, misto. O segundo se refere à difusão de informações para públicos conhecidos e segmentados, ou seja, para nichos do mercado da comunicação (MELO, P., 2005, On-line).

⁴ Así, podemos referirnos al periodismo escrito, radiofónico y televisivo, y descubrir un lenguaje particular en cada uno de ellos. Pero si hasta ahora era necesario hacer una distinción entre los diversos códigos de transmisión escritos y audiovisuales, la información que nos llega a través de Internet –o de cualquier otra red en el futuro–, además de añadir a las posibilidades actuales las del hipertexto, puede unificar los distintos lenguajes en uno sólo. Y eso supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos –texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o en movimiento– para llegar a producir un lenguaje plural, unificador y multimedia, que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo (BOLÓS, 2002, p. 83).

Conforme citado acima, o público, com esta nova possibilidade de acessar a informação, mudou seus hábitos de consumo de informação. Com isso, o autor deixa claro que aconteceu uma corrente migratória de pessoas que se dedicaram a buscar informações em outras fontes diferentes ao jornal impresso. A isso podemos acrescentar o fato de que com a chegada da internet, o conceito de instantaneidade se fortaleceu em multiplataformas, uma vez que na internet a prática de atualizações acontece quase que em tempo real. Diferente do impresso, o qual somente consegue levar as informações no dia seguinte.

Este argumento, que por vezes é visto como provocador de uma nova onda de superficialidade de informações no jornalismo, é muitas vezes o privilegio que os usuários percebem à hora em que procuram por informações relacionadas ao seu dia a dia.

O processo de escolha entre o jornal impresso e o jornal online ocorre de forma muito pessoal, porém com argumentos parecidos. Enquanto uns citam a comodidade de ter o jornal impresso entregue em casa, a facilidade de transporte do jornal sem gastos com bateria e Internet móvel, outros se vangloriam da possibilidade de acessar o conteúdo online de seu jornal de maneira discreta e rápida (MELO, B., 2013, p. 30).

Por consequência, podemos afirmar que os autores são unânimes quanto à preferência dos usuários pelos meios de comunicação online. Seja por facilidade, baixo custo ou instantaneidade, torna-se clara a diminuição de vendas dos jornais online em todo mundo. Isto nos faz perceber que "a mídia jornal está cada vez mais forte com seu conteúdo sendo acessado em diversas plataformas" (PEGORETTI, 2015, p. 17).

Conforme citado acima e observado nos dados da Associação Nacional de Jornais – ANJ (2017, On-line), em consequências às crises econômicas "diversos jornais deixaram de circular definitivamente, reduziram o número de edições, alteraram o formato (em geral de *standard* para berliner)" Além disso, aqueles que prevaleceram "diminuíram a média de páginas por edição e se viram obrigados a promover severos ajustes em suas estruturas de custo".

Pode-se dizer que no pensamento de Melo, B. (2013) a perspectiva de mudança do consumo de informação obedece à própria transformação imposta pelos avanços tecnológicos. Neste contexto, fica claro que existe a diminuição do número de exemplares de jornais impressos vendidos, seja em função da crise econômica, ou seja em função dos novos meios de comunicação online. Segundo Ferrari (2003, p. 78), "a abrangência de serviços oferecidos num portal consegue

preencher e resolver grande parte das necessidades do homem moderno". Dessa forma, cada vez faz mais sentido que os números da circulação diária de jornais tenham diminuído durante os últimos anos, conforme aponta a tabela divulgada pela ANJ (2017).

Tabela 1 - Circulação de jornais diários no Brasil. Fonte: ANJ, 2017.

	2013	2014	2015	2016	2017
VENDA AVULSA	48,7	46,10	40,90	37,40	34,90
ASSINATURA	51,30	53,90	59,10	62,60	65,10

Fonte: ANJ, 2017⁵.

Assim, a ANJ (2017, On-line) continua a afirmar que "a queda ocorrida a partir de 2014 foi acentuada [...] com uma redução de 8,5 milhões de exemplares diários para 5,7 milhões, o que significa uma retração de 33,2% entre 2013 e 2017 e de 21% apenas nos dois últimos anos".

Tabela 2 - Exemplares diários impressos no Brasil.

Ano	2014	2015	2016	2017
Exemplares diários	8.478,00	7.633,00	7.170,00	5.667,00

Fonte: ANJ, 2017.

Em consonância ao que já verificamos, esta acentuada queda nos números de exemplares de jornais impressos em circulação não significa necessariamente um problema para a sociedade atual. É claro, que para o próprio jornalismo impresso, os números atuais só demonstram que embora ainda mantenha um público, as formas de se comunicar com as pessoas mudou radicalmente.

A nova métrica quebra um paradigma e torna palpável o fato de que os jornais têm transcendido as fronteiras do papel do jornal e é agora muito mais do que uma mídia impressa, é uma marca de mídia, e o consumidor pode entrar em contato com a maneira como ele queira, através da plataforma mais conveniente, mas sem perder a credibilidade, a relevância dessa mídia (PEGORETTI, 2015, p. 29).

Conforme explicado acima, parece óbvio que há um movimento que aponta para uma queda substancial do jornalismo impresso, mas não do consumo de informações por parte do público. Sob este ponto de vista, o autor deixa claro que o próprio formato de uma determinada mídia pode diminuir sua circulação, mas há algo que os usuários não irão abandonar: a informação. Afinal, trata-se de uma nova

⁵ Artigo publicado com o título A Indústria Jornalística Brasileira em 2017. Disponível em: <https://www.anj.org.br/site/autorre/114-cenarios/742-a-industria-jornalistica-brasileira-em-2017.html>. Acesso em: 11.11.2019

perspectiva trazida pela evolução tecnológica, que além do mais, permitem que o usuário obtenha a informação de uma forma tão otimizada, quanto a própria tecnologia o possibilite.

2.3. O surgimento do jornalismo online

Revisar o surgimento do jornalismo online, como parte integrante da nossa pesquisa, resulta pertinente toda vez que pretendemos analisar conteúdos que estão intrinsecamente relacionados a esta nova mídia. Mas para que esta abordagem seja plausível, devemos recorrer ao surgimento da internet, que a partir da década de 1960 abriu-se passo no mundo e ao longo de 3 décadas evoluiu até a implantação do *world wide web* (*www*), a base das plataformas de navegadores que conhecemos hoje.

É justamente esta plataforma, denominada de *Web*, que possibilita a navegação por meio de um novo documento denominado de hipertexto. Nas palavras de Kolb; Esterbauer & Ruckenbauer (2001), esta nova linguagem da web está composta por textos que se intercalam com imagens e estabelecem links com outros tipos de documentos na mesma página ou em outras.

Nesta perspectiva, teríamos que a internet como tecnologia abrigaria mais funções do que os protocolos de navegação Web, constituindo-se em uma tecnologia polifacética, que ganhou a navegação via web, protocolo que permite a navegação em sites, após a invenção de Tim Berners-Lee. Nas palavras de Ferraz (2018), o fato da decisão de Berners-Lee, de tornar livre para qualquer pessoa o uso do primeiro *Browser* da história, foi determinante para catapultar o sucesso de sua invenção.

Pode-se dizer, conforme explicado acima, que mediante a expansão desta nova forma de se utilizar a internet, se possibilitou o acesso a estes protocolos pelas mais diversas instituições, tornando-se um popular veículo de publicação de conteúdos acessíveis em qualquer parte do mundo com apenas uma conexão à internet. Com todo este poder de penetração conquistado, o jornalismo foi um dos adeptos à nova tecnologia e passou a publicar seus conteúdos à procura de novas audiências a partir de sites e portais que reproduziam os conteúdos desenvolvidos para as mídias tradicionais *offline*.

Conforme Andrade (2007), o jornalismo online, que em seus primórdios se limitava a serviços de notícias especializadas disponibilizadas em servidores, passou a ser transmitido na forma de sites da web, tendo disponíveis cada vez mais recursos tecnológicos para melhor informar o usuário. Desta forma o autor deixa claro que esta característica de multi recursos foi determinante para que houvesse, junto com a criação do protocolo web, uma migração consistente para este novo sistema por parte dos veículos de comunicação.

Pode-se dizer, conforme mencionado pelos autores, que a internet é a infraestrutura que permite aos servidores a interligação para a comunicação, enquanto os protocolos *Web* são a interface por onde circula a informação. Neste contexto, fica claro que a evolução dos padrões e códigos, foram determinantes para o crescimento do número de veículos que apostaram na veiculação de conteúdo dessa maneira. O que para Andrade (2007, p. 6), causa preocupação para o produtor de conteúdo jornalístico "pois apesar da força e qualidade que possa ter o conteúdo, o usuário pode ser levado a abandonar o jornal ao se deparar com situações que dificultem a localização de informações".

Ora, em tese, a internet trouxe a possibilidade de criar mecanismos de massificação da informação de maneira mais ágil. Caso contrário, ainda estaríamos na era da supremacia do furo de reportagem no rádio, por exemplo, que até então havia dominado esta matéria em meio à sua coexistência com o jornal impresso e à televisão. Como não se trata, apenas, de expor os elementos positivos trazidos pelo jornalismo online, lamentavelmente devemos recorrer às adversidades trazidas pela mesma possibilidade tecnológica, que se por um lado modernizou o processo de comunicação e de interatividade entre o veículo e o seu usuário final, também abriu passo para novos desafios.

Jayne Sirotsky, dirigente de um dos grupos de mídia mais importantes do país [...] que publica o jornal Zero Hora [...] Ao ser perguntado sobre o que vai acontecer com o jornal em papel diante da chegada da imprensa digital, respondeu 'que não está no horizonte visual de uma geração qualquer modificação radical.[...] Haverá uma óbvia adequação'. [...] o jornalismo digital é uma nova alternativa de informação que nos dá hoje a condição de viver numa sociedade que está mais informada do que nunca. A informação, via internet, de acordo com Sirotsky, não pode existir sem a mediação de um jornalista. (ABREU, 2017, p. 23).

O autor deixa claro na citação acima que o jornalismo online, trouxe uma importante contribuição para a democratização da informação. Por essa razão, é

importante frisar que esse acesso permitiu mecanismos de massificação importantes, como a capacidade de atingir novas massas e o desafio de lidar com um usuário mais ativo, o qual pressupõem novas responsabilidades de acordo às suas possibilidades tecnológicas.

Assim, resulta importante ressaltar as fases que marcaram a migração do jornalismo para a internet.

A história do jornalismo on-line é caracterizada [...] em três estágios: o transpositivo, marcado pela transposição pura e simples do conteúdo impresso para exibição em páginas da web, atualizadas diariamente, de acordo com o fechamento da edição impressa; o perceptivo, que apesar de ainda permanecer o caráter transpositivo, há a percepção por parte dos veículos, de elementos pertinentes a uma organização da notícia na rede; e, o hipermediático, que intensifica o uso de recursos hipertextuais e a convergência entre diversos suportes (ANDRADE, 2007, p. 21).

Pode-se dizer que, conforme citado acima, o processo de evolução do jornalismo na internet acompanhou as descobertas tecnológicas. Neste contexto, podemos verificar que esse primeiro momento, o de transposição de conteúdo, iniciou-se como uma experimentação dos veículos, que tão somente repercutiam seu material impresso na internet. Posteriormente, com maiores possibilidades técnicas, o autor esclarece, que foram incrementados mais recursos que permitiam uma comunicação diferenciada para o usuário.

A primeira geração de sites jornalísticos (fase transpositiva) é marcada por um modo de atuação ainda massivo, já que havia apenas a transposição do conteúdo dos veículos impressos para a web. Na segunda geração (fase perceptiva), começa-se a perceber o início do pensamento interativo: alguns elementos hipermediáticos começam a ser utilizados, mas o padrão da produção de notícias ainda é o mesmo da edição impressa. Na terceira geração do jornalismo na Internet (fase hipermediática), o pensamento massivo é abandonado, dando lugar ao pensamento interacional (ABRAS & PENIDO, 2007, p. 12 Apud PRADO, 2015, p. 73).

Portanto, conforme Andrade (2005, p. 30), "no processo de evolução do jornalismo online, as interfaces utilizadas passaram por diversos formatos e constantes atualizações", que abriram passo a um universo de inteligência interacional entre os diversos recursos midiáticos pré-existentes. Desta maneira, a inserção de novas características comunicacionais também ganhou forma, estipulando o modo de comunicação na internet que conhecemos hoje.

Pode-se dizer que esta nova etapa da *web*, oportunizou ao jornalismo a possibilidade de trabalhar com novos recursos como, por exemplo, a instantaneidade, a interatividade, a perenidade, a personalização do conteúdo e a

multimídia. Como bem assegura Ferrari (2010, p. 39), "os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa - textos, fotos e gráficos". Para autora, além, desses formatos conhecidos "Podem-se adicionar sequências de vídeos e ilustrações animadas". Dando, com esta afirmação, vazão ao que nós acreditamos ser uma forma de comunicação diferenciada, que não se restringe aos parâmetros existentes como as pirâmides investidas, mas que fundamenta suas estruturas em formatos flutuantes que permitem um ecossistema midiático em torno à informação.

O jornalismo online também possui características diferenciadas, se comparada com outras mídias utilizadas pelo jornalismo. Embora na atualidade não seja possível determinar um conjunto de características fixas é possível tomar como base as já pesquisadas por Mielniczuk (2003), para quem essas características marcantes são a interatividade, hipertextualidade, multimídia, convergência, customização, memória e atualização contínua.

Nessa ordem de ideias, teríamos a seguinte colocação para as pontuais características do jornalismo online nas palavras de Palacios (2003, p. 18):

- **Interatividade:** conteúdo publicado na internet com a possibilidade de interação por parte dos usuários, que por meio de comentários, compartilhamentos e outras trocas de comunicação (via redes sociais), conseguem se posicionar com relação ao fenômeno noticiado.
- **Hipertextualidade:** a partir da utilização de hiperlinks, aplicados a textos e a arquivos de mídia (hipertexto e hipermídia), redirecionam o usuário da internet para diversos ambientes com dados que complementam a informação repassada.
- **Multimídia/Convergência:** devido ao processo de digitalização dos diversos formatos de mídia como: imagens, textos, vídeos e áudios, a comunicação via internet ganha a possibilidade de convergir essas tecnologias em função de levar elementos diversos de comunicação para o usuário.
- **Customização:** ao depender, em boa parte, do usuário o tipo de informação que optará por consumir, é possível pré-estabelecer esse

conjunto de preferências na *web*. Com os avanços da inteligência artificial, os algoritmos da *web* também têm se especializado em fornecer informações sobre as quais você gostaria de navegar. Uma customização à medida do interesse do usuário.

- **Memória:** por sua imensa capacidade de armazenamento e gerenciamento de arquivos, a internet trouxe uma característica marcante para esta nova era da informação. Ao ser um grande repositório de dados, torna possível a consulta permanente e a citação direta do material publicado anteriormente.
- **Instantaneidade/Atualização contínua:** com a agilidade de publicação e de consumo de conteúdo, o jornalismo online tornou-se a mídia instantânea por excelência. A repercussão dos fatos surge de maneira quase que imediata nas redes sociais e segue para ampliação e contínua atualização nos sites dos portais de notícias. Desta feita, podem ser feitos acréscimos de informação ou correções no decorrer dos acontecimentos noticiados.

Diante disso, a inserção de novas características de linguagem no jornalismo online é plausível, tendo em vista a multiplicidade de recursos existentes para a exploração de conteúdos mais abrangentes, porém, de uma forma complementar e não linear.

As tecnologias digitais intervêm nas rotinas produtivas do jornalismo e geram novos formatos de notícia, como o texto informativo não linear marcado pela multimídia e pela interatividade. No hipertexto o leitor 'navega' priorizando os links que desejar (BECKER, 2012, p. 21).

Sendo assim, para a otimizar a utilização desta multiplicidade de recursos, foi importante romper com a linearidade na transmissão da informação. O conceito de pirâmide invertida ganha, portanto, uma nova perspectiva denominada de pirâmides flutuantes, que permitem a publicação de subtemas ligados ao tema principal, que são colocados em páginas web diferentes e sem hierarquias entre si.

Figura 1 - Estrutura de pirâmides flutuantes com a inserção dos subtemas ao longo do conteúdo.



Fonte: Como Escrever para a Web, p. 61.

Assim, segundo Franco (2009, p. 60) "O resultado final deste trabalho é uma introdução ao assunto, seguida por links que levam aos subtemas. A ordem em que são apresentados os subtemas pode sugerir uma rota de navegação". Nesta ordem, conseguimos fragmentar grandes temáticas que, linearmente, estariam em uma única página.

3. CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS: O ECOSISTEMA COMUNICACIONAL DA INTERNET

Em um tempo em que a internet possibilita a projeção das mensagens transmitidas por pessoas comuns, teríamos em pleno desenvolvimento o que conhecemos como "Cultura participativa", que Jenkins (2009) aponta em seu livro *Cultura da convergência*.

Trazendo estas inquietações à luz dos ecossistemas comunicacionais, área de concentração do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação Social (PPGCCOM), da UFAM, é válido analisar a influência dos meios em pelo menos duas esferas: a social e a cultural, mas levando em consideração que estes processos de influências podem ser mútuos, ao serem potenciais modeladores das suas culturas; no momento em que tal miscigenação de influências acaba por determinar as características que cada uma delas tomará ao longo do tempo.

Isto entra em consonância com a cultura participativa, que demonstra a existência de espectadores mais ativos diante do conteúdo gerado pela mídia. Pessoas com a capacidade de interagir com o conteúdo exposto, além de criticar, por meio dos novos canais de comunicação na internet, sobre os pontos de vista com os quais tem diferença ideológica.

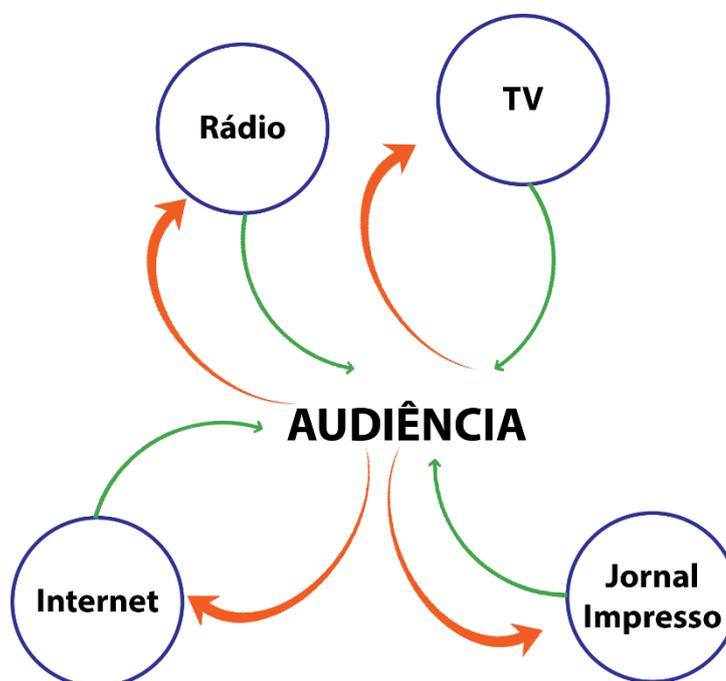
A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. (JENKINS, 2009, p. 16)

Este conceito de convergência de mídias e de ecossistemas comunicacionais se entrelaçam quando observamos os escritos de Capra (1996), que visualiza as relações por meio da ecologia, encontrando a interdependência entre os processos sociais e assumindo que a sociedade é modelada de acordo às relações que estabelece com o meio em que habita. Assim, surge o conceito de ecossistema, que são "redes dentro de redes", que possibilitam que em cada organismo envolvido neste processo dialógico, sejam encontrados novos organismos vivos, com igual capacidade de influência e reprodução.

Partindo destes princípios, o pensamento em rede resultaria ser o mais apropriado para descrever essa relação entre a mídia e a sociedade porque a

comunicação, ao não ser um fenômeno isolado, se mistura ao ambiente e permite uma influência nos acontecimentos cotidianos, dando com isso as bases sólidas das mudanças que a sociedade pode promover na mídia e vice-versa, em um contexto colaborativo e sem hierarquia.

Figura 2 - Representação do ecossistema comunicacional em convergência com a sociedade.



Fonte: O autor.

Ao mesmo tempo é válido considerar que o processo de comunicação social, sem envolver ainda os meios de comunicação, acontece também de uma forma ecossistêmica, pois se baseia no diálogo, na intercalação das intervenções proferidas pelas partes envolvidas no processo. Neste fenômeno, seguindo uma análise preliminar, resultaria mais fácil acontecer o processo ecossistêmico e participativo, uma vez que o potencial de intervenção e os agentes de mudança possuem proporções idênticas, que permitiriam uma influência mais equilibrada.

3.1. Os ecossistemas comunicacionais na sociedade

Podemos abordar o assunto comunicação em diversas perspectivas que envolvem a sociedade, uma vez que esse diálogo, que acontece de maneira intrapessoal, interpessoal e em grupos, é primitiva. Desde os relatos dos primeiros habitantes da terra há registros que relacionam o homem vivendo em sociedade e

tendo que utilizar a comunicação como esse veículo de socialização. Segundo Teixeira (2012), com o passar do tempo e com a evolução tecnológica, hoje essa comunicação, que já foi limitada a grupos fechados, consegue atingir grandes grupos, considerados como a massa.

A comunicação intrapessoal é aquela que a pessoa tem consigo própria no âmbito de seu diálogo interior, enquanto a comunicação interpessoal caracteriza-se pela troca de informações entre duas ou mais pessoas durante o ato comunicativo. Na sequência, a comunicação em grupos (pequeno ou grande) geralmente se refere a situações nas quais três ou mais pessoas estão em processo comunicativo (TEIXEIRA, 2012, p. 8).

Conforme explicado acima, os processos de comunicação são inerentes ao ser humano com a finalidade de desenvolver suas atividades mais básicas. Ao mesmo tempo também se abre caminho a perspectiva de uma comunicação com capacidade múltipla, capaz de alcançar um grande número de pessoas a partir de uma única mensagem transmitida, exercendo com isso um raio de influência superior ao pressuposto nas outras categorias de comunicação em sociedade.

Podemos juntar esse pensamento ao princípio ecossistêmico dos fatores sociais como influenciadores nos mecanismos de vida em sociedade, que encontram sua explicação no livro a “Teia da Vida”, de Fritjof Capra (1996), no qual se arvoram as equivalências sociais a partir de uma cadeia de ligações que condensam sistemas complexos que agregam as variantes contidas no ambiente e suas influências.

É importante ressaltar que nesta obra o autor deixa claro o conceito de uma sociedade composta por uma estrutura que hoje, em termos biológicos, se entende como ecológica, ao contemplar e compreender que todas as partes envolvidas no processo social são importantes para os resultados obtidos.

Sabemos hoje, que em sua maior parte, os organismos não são apenas membros de comunidades ecológicas, mas também são, eles mesmos, complexos ecossistemas contendo uma multidão de organismos menores, dotados de uma considerável autonomia, e que, não obstante, estão harmoniosamente integrados no funcionamento do todo (CAPRA, 1996, p. 44).

Conforme mencionado pelo autor há uma ligação entre o todo com as partes, partindo do princípio de que nas relações ecológicas os equilíbrios acontecem por meio de todos os seres envolvidos, sem cunho hierárquico e com importância igualitária para todos.

Esta relação, por tanto, seria também o princípio norteador da comunicação na sociedade, toda vez que ao todas as partes estarem envolvidas e possuírem

recursos e possibilidades idênticas de se comunicar, tornariam real o ecossistema comunicacional de uma determinada comunidade.

Ora, nessa perspectiva, o processo de comunicação de uma sociedade estaria baseado fundamentalmente na sua capacidade dos seus membros coexistirem e terem um papel de relevância e similitudes que permitam a aproximação e o compartilhamento de informações e saberes entre si.

No pensamento de Colferai (2015), há uma implicação real do papel da comunicação na sociedade. Não apenas observando a comunicação como uma ferramenta para a convivência, mas como um agente ativo no processo social de uma comunidade.

O Ecossistema Comunicacional busca alcançar uma aproximação efetiva entre o ser humano, em suas instâncias biológica e social, o ambiente, tanto como presença física como por construção narrativa, e as tecnologias da comunicação e informação pela presença material e pelas extensões que proporcionam ao homem. Isso faz com que se distancie de posições que tomam estas aproximações como mero recurso pedagógico, pois reconhece que tais inseparabilidades são literais (COLFERAI, 2015, p. 13).

Partindo desse pressuposto, cabe destacar, que esta visão obedece ao protagonismo que a comunicação possui no ecossistema social. Nesse contexto se observa a interação ecossistêmica, estabelecendo um vínculo de mudanças mútuas que, no final, entregam como resultado a cultura social.

Para complementar essa linha de raciocínio, Mirna Feitoza Pereira (2011, p. 51) afirma a partir de uma visão ecológica que “a comunicação não é um fenômeno isolado; ela envolve um ambiente cultural que ao mesmo tempo interfere e possibilita a construção, a circulação e a significação das mensagens”. Sendo assim, se constituiria uma rede de interação entre diversos sistemas que, embora sejam diferentes, dependem um do outro para coexistir.

Quer então dizer que há uma inter-relação de total dependência entre os sistemas vivos, para juntos construírem seus próprios agentes de transformação, que terão como finalidade atingir a si mesmos. Como dito nas palavras de Capra (1996, p. 45) “cada nodo na nova rede pode representar um órgão, o qual, por sua vez, aparecerá como uma rede quando amplificado e assim por diante”. Um processo de sucessivo de redes de sistemas, dentro de outras redes.

[...] a teia da vida consiste em redes dentro de redes. Em cada escala, sob estreito e minucioso exame, os nodos da rede se revelam como redes menores [...] na natureza, não há acima ou abaixo, e não há hierarquias. Há somente redes aninhadas dentro de outras redes”. (CAPRA, 1996, p. 45)

Percebe-se então que a base dos ecossistemas é a estrutura em rede sem hierarquias, sem ordem fixa de estruturação, o que possibilitaria a igualdade de saberes, de trocas e de percepções, permitindo, com isso, um real ecossistema igualitário com poder suficiente para, nos tempos atuais, influenciar para além de sua comunidade, ao poder alcançar a mídia.

3.2. O conjunto da convergência de mídias: transmídia, crossmídia, multimídia e hipermídia.

A convergência de mídias como um marco na utilização de recursos tecnológicos nos processos comunicacionais, tem atingido seu maior grau de relevância após o surgimento da internet. A utilização do mais variado número de formatos de mídias em suas publicações, possibilita que os assuntos sejam abordados de maneira coesa, com conteúdos complementares, que servem como argumentos alternativos para comunicar. Esta análise a respeito da implementação tecnológica, resulta plausível ao termos como matéria de estudo as reportagens especiais multimídia, permanentemente munidas de um grande número de formatos comunicacionais na internet.

Pode-se dizer que a convergência de mídias é o elemento integrador de vários formatos comunicacionais com diversas possibilidades de transmissão. Neste contexto, Neto (2006) argumenta que permite uma integração total nos meios de transmissão e consumo da informação. Neste sentido, pode-se, por meio da internet, receber conteúdos audiovisuais, textuais e gráficos, ao mesmo tempo, enquanto o usuário recebe esta informação, também interage com o conteúdo com outras diversas plataformas destinadas para este processo comunicacional.

Conforme explicado acima, o processo de convergência de mídias estaria ligado à prática comunicacional por diversos tipos de mídia, ao mesmo tempo em que a recepção deste conteúdo também seria possível de maneira diversificada e complementar. Tomando como exemplo o que se observa atualmente na recepção de conteúdo, o usuário também não está mais limitado a uma recepção por uma única mídia. Conteúdos radiais, por exemplo, que no passado não possibilitavam a inserção de mídias diferentes ao áudio, passaram a fazer um processo de transferência de sua audiência para outras plataformas, como a da internet, que possibilitam a entrega de imagens e outros arquivos de mídia diferenciados.

Conforme Jenkins (2009, p. 27) a convergência viria a ser um “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”.

Conforme verificado, esta nova perspectivava comunicativa traria os formatos de mídias combinados com a linguagem própria da internet, como a *hipermídia* e a interatividade, teria também um potencial *transmidiático* (ITO, 2019). O *temos transmídia* estaria composto por uma narrativa capaz de abordar diversos mecanismos de comunicação com uma mesma característica. Em outras palavras seria uma transição de uma plataforma para outra mantendo o mesmo argumento narrativo.

A exemplo disso podemos citar alguns casos do cinema em que várias das trilogias existentes percorrem suas histórias, embora separadas, ligadas a um único universo. Um caso muito atual desta narrativa *transmídia*, pertencente à convergência de mídias, seria o universo Marvel, nos filmes de personagens de super-herói.

A trama toda do universo demonstra não ter fronteiras palpáveis entre os seus filmes. Ora se utilizam de elementos ficcionais próprios do universo, ora de personagens vinculados a outra história. Embora sejam filmes separados, percebe-se a ligação integral aos filmes anteriores e uma crescente expectativa para a continuidade das histórias.

Nos veículos de comunicação esta ligação em paralelo também é válida. Como lembra Ito (2019, p. 194) "o jornalismo *transmídia* se vale de meios, suportes e plataformas distintas para narrar uma história, na qual cada mensagem tem sua autonomia e, por outro lado, expande o universo informativo".

Nesta perspectiva, o uso de recursos tecnológicos nas reportagens especiais multimídia, contariam com elementos integrados da informação em diversos formatos de mídia e em várias páginas separadas, devidamente ligadas por hiperlinks ou chamadas claras de comunicação multiplataforma.

Ora, em tese, podemos afirmar que esta integração de plataformas e conteúdos, própria da convergência de mídias, viria ao encontro de várias complementações informacionais nos grupos de comunicação que possuem vários veículos. Este é o caso do grupo de comunicação Globo Sat, dono de diversos

veículos de comunicação dentre eles a emissora de televisão Rede Globo, que detém os direitos exclusivos de transmissão do mundial de Formula 1. Este grupo, seguindo uma estrutura de *transmídia*, possibilita a transmissão do evento automobilístico em vários dos seus veículos de comunicação evitando, inclusive, a auto concorrência na transmissão do evento.

Figura 3 - Tabela informativa de transmissão do grande prêmio da Áustria, 2019.

SÁBADO, 29 DE JUNHO

3º TREINO LIVRE 07H00	Transmissão 	Tempo Real 
CLASSIFICAÇÃO 10H00	Transmissão 	Tempo Real 
DOMINGO, 30 DE JUNHO		
CORRIDA 10H10	Transmissão  	Tempo Real 
REPRISE 21H30		

Fonte: G1.com

Conforme explicado acima, existe uma organização prévia que tende a incentivar o uso dos outros diversos canais de comunicação do grupo nos quais disponibilizam partes separadas e complementares do mesmo conteúdo. Uma forma de manter a audiência em sintonia com todos os acontecimentos e em um contínuo processo *transmídia* entre as diversas plataformas de comunicação do grupo.

Uma história *transmídia* desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa *transmídia*, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja

necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo (JENKINS, 2009, p. 135).

O autor deixa claro na citação acima que essa complementação do em diversos formatos de mídia, de histórias e até de objetivos contribuem para que haja um maior envolvimento do usuário na temática abordada, e ainda mais, aumenta a participação do mesmo, por meio de comentários, feedbacks e participações que são capazes de compor novos elementos informacionais.

No jornalismo transmidia [...] os usuários obrigatoriamente contribuem de maneira ativa para construir a história. Um exemplo está nos comentários de leitores exibidos logo abaixo do texto jornalístico: em coletivo, podem ganhar tamanha repercussão a ponto de suscitarem respostas do produtor de conteúdo ou até mesmo o desdobramento de pautas posteriores relativas à temática tratadas nos comentários da notícia (ITO, 2019, p. 194).

Ora, em tese, teríamos um processo integrativo, do ponto de vista do autor do conteúdo e sua audiência. Caso contrário, se perderia esta característica de participação ativa do usuário. Conforme citado acima, não se trata de necessariamente incorporar uma prática exclusivamente democrática nos conteúdos, mas de possibilitar um mecanismo de participação ativa, constante e em comunidade.

É importante considerar que existem outras variáveis de participação relacionadas à convergência de mídias, seja porque intervém diretamente no conteúdo ou por que possuem uma característica de consumidores interativos, nesse caso poderíamos observar outros conceitos como os de *crossmídia* e de *multimídia* que convergem e, em conjunto com a *transmídia*, completam esses pilares fundamentais da convergência de mídias.

Multimídia trata de uma única história que é simultaneamente contada através de diferentes mídias [...] Crossmídia, por sua vez, se refere a uma única história que é interpretada de forma independente em diferentes mídias, como na adaptação das obras literária ao cinema [...] Transmídia, por outro lado, considera as múltiplas histórias contadas através de diferentes mídias, mas definidas em um único mundo ou universo (SENS, 2019, p. 192).

Portanto, o arcabouço que compõe a convergência de mídias estaria amparado no uso de formatos de mídias tradicionais adaptados para as novas tecnologias, implicando em pelo menos dois aspectos distintos, que segundo Silva, Sartoria e Spanhol (2013 p. 79) estão divididos em "convergência de conteúdo e convergência tecnológica de artefatos de mídia onde a internet e as oportunidades

que ela permite são pontos-chaves nesta realidade". Este pensamento, assim, entraria em concordância com o conceito de Sens (2019), que conforme citado acima posiciona a crossmídia e a transmídia sob uma perspectiva conteudista, de interação e de continuidade, enquanto a multimídia se voltaria para uma base de agrupamentos tecnológicos e de formatos, como a vídeos, as imagens, os textos e o áudio.

É interessante, aliás, que este conjunto de fatores que conformam a convergência de mídias tem como fundamento a complementação e argumentação do conteúdo repassado à audiência, mas com algumas peculiaridades para os conteúdos veiculados na internet, toda vez que seus elementos tecnológicos oferecem suporte às mais variadas modalidades de participação e integração de artefatos de mídia. O suporte para este processo, no ecossistema da internet, está amparado na linguagem da hipermídia, considerada como um sinônimo de hipertexto, mas que além de permitir a interação por meio de textos, possibilita "mais componentes, além das palavras: grafismos, imagens animadas e/ou estáticas e sons". (ANTONIO, 2012, p. 74).

Dessa forma é possível compor a informação com elementos separados, seguindo a estrutura de pirâmides flutuantes, que se comunicam por meio de hiperlinks que levam o leitor para novos conteúdos e em diversos formatos, que abordam novos aspectos da informação que se pretende repassar. Esta leitura seria denominada como não linear, que divide a informação em mais de uma página.

O que distingue a hipermídia é a possibilidade de estabelecer conexões entre diversas mídias e entre diferentes documentos ou nós de uma rede. Com isso, os "elos" entre os documentos propiciam um pensamento não linear e multifacetado. O leitor em hipermídia é um leitor ativo, que está a todo momento estabelecendo relações próprias entre diversos caminhos (LEÃO, 2005, p.16).

Desta maneira podemos observar que a convergência de mídias serve de guarda-chuva para um conjunto de proposições técnicas e de interação em torno à comunicação a partir das novas formas tecnológicas existentes. Por meio da aplicação da hipermídia a realização de conteúdos mais robustos, como as reportagens especiais multimídia, compostos por suportes de mídia variados, hospedados em diversas páginas; ganha forma, possibilitando um conjunto muito maior de informações que dariam à audiência a oportunidade de se aprofundar nos fatos registrados.

3.3. O ecossistema entre a mídia tradicional e a sociedade

Para dar suporte a esta ligação de mídia tradicional com as implicações sociais, é necessário lembrar que a partir da perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, teríamos um processo de comunicação dialógico e constante entre os agentes da mídia e a sociedade.

Para Moran (1990), a influência dos Meios de Comunicação é muito grande. Portanto é possível constatar uma forte influência sobre nossa cultura, no ato de refletir e difundir as informações que lhes são passadas.

Do ponto de vista da internet, suas características e potencialidades também são vistas como ótimas ferramentas na edificação do conhecimento crítico e analítico. O mesmo Moran (1997), sob outro ponto de vista resgata as possibilidades educativas que a comunicação e, em específico, a internet trouxeram para a sociedade.

[...]a internet é uma ferramenta fantástica para buscar caminhos novos, para abrir a escola para o mundo, para trazer inúmeras formas de contato com as pessoas [...] ensinar na e com a “Internet” atinge resultados significativos quando se está integrado em um contexto estrutural de mudança do processo de ensino-aprendizagem (MORAN, 1997, On-line).

Ao tempo em que o autor deixa clara a perspectiva analítica e positiva em seus escritos, outros autores sob um ponto de vista mais participativo, afirmam que a sociedade exerce também seu poder modificador sobre a mídia, uma vez que com o interesse de atingir efetivamente as massas, os veículos tendem a mudar suas características de acordo à sociedade.

No conceito de Berlo (1999), os meios de comunicação começam a perceber as características dos indivíduos de acordo ao seu ambiente social, começando a deixar de lado a perspectiva de que todo ser humano é praticamente igual ao outro.

[...]o receptor é o elo mais importante do processo de comunicação. Se a mensagem não atingir o receptor, de nada adiantou enviá-la. Um dos pontos de maior importância na teoria da comunicação é a preocupação com a pessoa que está na outra ponta da cadeia de comunicação: o receptor (BERLO, 1999, p. 53).

Nessa perspectiva, entende-se que a influência exercida é dialógica, uma vez que interage entre emissor e receptor da mensagem em um processo de coexistência para determinar em que medida há uma conexão que torne a sociedade determinante no processo comunicativo dos meios de comunicação de massa e vice-versa.

É claro que em contraponto há diversos outros autores, como Debord (2003, p. 15), que afirma que o atual modelo de comunicação entre a mídia e a sociedade é fortemente influenciado pela capacidade que a mídia de massa possui, pois “sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante”. Deixando, neste apontamento, entrever uma supremacia e poder de influência que a mídia de massa possui sobre a sociedade.

Ramonet (2002), por exemplo, utiliza o termo “domínio carismático” para descrever o processo de influência e de persuasão realizado pelos veículos de comunicação de massa, sejam estes na internet ou fora dela, com o objetivo de conquistar somente pelo desejo e sem levar em consideração qualquer outro argumento decisório do ser humano.

E é tanto mais fácil dominar, quando o domínio permanece inconsciente. Daí a importância da persuasão clandestina e da propaganda secreta, pois, a longo prazo, para todo império que deseja durar, a grande aposta consiste em domesticar as almas, torná-las dóceis e depois subjuga-las (RAMONET, 2002, p. 21).

Afirma assim, que a mídia, com sua grande força e poder, constrói a realidade. Transformando-se no agente influenciador absoluto, ao determinar a pauta das grandes discussões da sociedade. Nas palavras de Silva & Santos (2009, p. 5) “constrói a realidade, ou seja, algo existe, ou não, nos dias de hoje, se é, ou não, veiculado na mídia”.

Sempre que uma novela, filme ou comercial dita uma moda, conceito ou qualquer coisa, e sem percebermos aderimos à ‘onda do momento’, roupas vocabulários, pensamentos, de certa forma, inconscientemente, transformamos o imaginário em realidade. É comprovado cientificamente o grande poder de influência que a mídia exerce sobre nós. A mídia manipula, condiciona e controla a sociedade, levando-a a viver em um mundo irreal, em uma realidade virtual, nesse mundo imaginário que existe apenas efetivamente (LIMA, Enoque, 2008, p. 11).

Conforme explicado acima, nessas vertentes de pensamento muitos pontos de vista podem ser observados, no sentido em que a sociedade por ser uma voz com menor poder de propagação. Assim, o autor deixa claro que ao dependerem do corpo a corpo e da comunicação individualizada, ficam em desvantagem com o poder massificador exercido pelos meios de comunicação de massa, ao conseguirem atingir de uma maneira mais direta um número maior de pessoas, podendo com isso exercer uma influência muito maior e abrangente na sociedade, do que a sociedade neles.

3.4. Convergência entre a mídia tradicional, a internet e a sociedade

No decorrer do processo comunicativo, é usual referir-se aos meios de comunicação de forma independente, como sendo organismos emissores de informações, unicamente dependentes das características expositivas que possuem. Mas sendo a comunicação um processo social, ao envolver os indivíduos, os comunicadores e os veículos de comunicação em um processo dialógico, se faz necessário analisar, do ponto de vista social, o funcionamento e a importância do processo comunicativo, por meio dos meios de comunicação.

Entende-se, por tanto, como comunicação de mídia toda aquela transmissão de mensagens realizada por meio de algum veículo massificador dessas informações. Assim, garantindo uma maior difusão das mensagens e, por tanto, uma força atuante de influência e modelagem da cultura dos povos.

Ao entendermos o contexto dos ecossistemas comunicacionais a partir das interações com o ser humano e o ambiente, nos inserimos em um segmento mais específico, ao verificarmos as diversas funções e “redes” embutidas no conceito de comunicação, seja no âmbito tradicional ou na internet.

Dividindo as esferas comunicativas em redes, conforme indica Capra (1996), teríamos como resultado uma comunicação midiática formada por várias partes tecnológicas que convergem para produzir a transmissão das informações, sendo isto em si, um ecossistema de tecnologias em prol da transmissão da comunicação de massas.

Conforme Jenkins (2009), os muros que separavam os distintos meios de comunicação começaram a ser derrubados com advento das novas tecnologias que permitiram desde então a transmissão da mesma mensagem de formas distintas e por diversos meios de comunicação.

Conforme explicado acima, pressupõe-se que estas antigas mídias que há somente alguns anos eram completamente independentes, na atualidade se encontram em um processo de complementação. Assim, com a chegada da internet à comunicação de massas, a própria tecnologia teria absorvido as potencialidades e os formatos de cada mídia para estabelecer um processo de comunicação mais completo.

Recorrendo às palavras de Marcondes Filho (2008, p. 10), quem afirma que a comunicação funciona de maneira dinâmica “já que as tecnologias se superam a cada momento, já que se trata de operar com uma ‘coisa viva’, cujos efeitos se sentem na vibração da vida a cada momento”. Podemos deduzir que processo de convergência aparece como um caminho natural no processo de construção da comunicação da mídia.

Nesta nova perspectiva, a evolução tecnológica viria, de certa forma, substituir aquele conceito marcado pela fronteira das mídias, no qual cada formato possui características e possibilidades de transmissão exclusivas. No contexto atual, seriam emprestados os formatos da mídia, que a partir de processos gráficos ganhariam espaço notório na composição das mensagens.

Teríamos então o vídeo, o texto, as imagens e o áudio em um processo de complementação de dados, ao permitir um conjunto superior de possibilidade de transmissão de mensagens. Mas para Tárzia (2007, p. 62) "o processo de convergência longe está de se restringir as mídias", com tudo, envolveria inserções tecnológicas, de indústrias, de conteúdos e de audiências.

A internet surge, por tanto, como um universo de transmissão de informações em massa e em grupos selecionados, mas trazendo em sua bagagem devido às suas características tecnológicas, a capacidade de convergir tecnologicamente com maior intensidade. É importante considerar que também interage de forma mais ecossistêmica com a sociedade ao ter prerrogativas que lhe permitem exercer processos comunicacionais enquadrados em diversas categorias de comunicação elencadas, por exemplo, nos escritos de Straubhaar & LaRose (2004), a comunicação intrapessoal – interpessoal – pequenos grupos, grandes grupos e a comunicação de massa.

Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. [...] refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 27).

Neste sentido, na nova realidade da comunicação o usuário também tem o poder de buscar experiências de acordo aos seus interesses. Este pressuposto deixa claro que com a chegada da internet o usuário passou de ser um simples

consumidor de informações passivo, a ser um migrante à procura de um conteúdo novo, com o qual seja capaz de interagir e confabular modificações.

[...] estamos diante de uma nova circunstância de escritura em que não ocorre apenas uma 'convergência de mídias', mas temos a possibilidade de fazer convergir pessoas que antes habitavam mundos distintos. As tecnologias informáticas de nosso tempo favorecem mudanças nas coordenações de ações em atos de escritura, a produção e a convivência entre pessoas que vivem, escrevem e se comunicam em condições perceptivas diferenciadas (DEMOLY, 2008, p. 22).

Pode-se dizer que conforme citado acima, a convergência não estaria restrita à mídia tradicional e à internet. Neste contexto, o autor deixa claro que a sociedade também se encontra envolvida no processo, como uma das partes fundamentais para o procedimento, tendo como função interagir na transmissão de mensagens e no contato direto com o público de uma forma geral.

Este método, tendo um dinamismo social tão abrangente, abriria possibilidades para uma conexão de influências sem limites. Teríamos o que autores como Laena & Pereira (2012) denominam como a "grande rede". Um ecossistema que entrelaça sistemas tecnológicos, culturais e biológicos humanos para a produção de significados compartilhados.

Esse pensamento entraria em concordância com a teoria da complexidade que ao descrever os operadores afirma que "a causa produz um efeito, que por sua vez produz uma causa".

[...] uma ideia em ruptura com a ideia linear de causa/efeito, de produto/produtor, de estrutura/superestrutura, já que tudo o que é produzido volta-se sobre o que produz num ciclo ele mesmo auto construtivo, auto organizador e auto-produtor (MORIN, 1991, p. 90).

Conseqüentemente a própria sociedade entrariam em um processo dialógico em consonância com as diversas mídias de transmissão de mensagens. Seria um erro, porém, acreditar que com base neste pressuposto seria eliminada em sua totalidade a influência dos veículos de comunicação. Do que se trata, é de um processo mais participativo, que embora não possua igualdade de possibilidades de massificação, interage e modifica a realidade transmitida na medida em que também é relevante, é vista e ouvida por pessoas em seu entorno ou na rede.

Assim, segundo Rodrigues (2011), "os efeitos são causados, mas eles são também causas daquilo que os produz numa circularidade recursiva", princípio que na realidade da internet ganharia força ao promover a interação total entre as mídias, como produto/produtor e a sociedade como causa/efeito.

Ainda nesse sentido, Machado (1997) reforça esta teoria ao afirmar que o desafio que impõe a internet é a integração das diversas mídias na construção de uma nova linguagem.

Mas a novidade introduzida pela informática não está exatamente na maior liberdade e autonomia que concede ao receptor através da interatividade. Diríamos que essa condição só se coloca porque uma arquitetura múltipla e combinatória, pensando no plano mesmo da criação, a possibilita. (MACHADO, 1997 p. 147).

Podemos definir que a mistura ecossistêmica das ferramentas comunicacionais, ao emprestarem sus recursos e soluções tecnológicas em suas estruturas tradicionais e muito mais na nova realidade da internet, vão além do simples ato comunicativo, pois permitem de forma mais completa (vídeo, texto, imagem, som) a rápida transmissão e o compartilhamento de informações por diferentes pessoas, independentemente do local em que se encontrem, resultando isto no surgimento de um novo tipo de audiência, movida pelas trocas de informações imediatas aliada à convergência das mídias.

4. OS ESPECIAIS MULTIMÍDIA NO JORNALISMO ONLINE

Segundo Longhi (2014, p. 899), a produção de conteúdo jornalístico multimídia tem sido incrementada na internet, muito deste avanço ligado ao crescimento da hipermídia, agrupando um grande número de formatos de mídia em torno a uma única reportagem. Nessa perspectiva, entende-se esta modalidade de reportagens seria um "gênero específico do webjornalismo, herdeiro da grande reportagem do impresso, que definimos como grande reportagem multimídia". Com a capacidade agregadora do multimídia, é possível oferecer um conteúdo mais denso e profundo, permitindo à audiência um maior aprofundamento sobre os fatos noticiados, mas com a vantagem da multiplicidade de formatos midiáticos envolvidos.

A reportagem como um gênero do jornalismo, é classificada como de característica informativa, mas encontra-se um passo à frente da notícia, que apenas apresenta os fatos conforme foram percebidos de maneira imediata. Para Marques de Melo & Assis (2016), esta divisão em gêneros na comunicação seria plausível na perspectiva de agrupar conteúdos semelhantes, a fim de facilitar o conjunto de recursos e linguagens das quais o comunicador irá dispor e preestabelecer, com o receptor, o tipo de conteúdo com o qual se deparará nessa categoria.

Sendo assim, os teóricos (2016) dividem os gêneros jornalísticos em cinco grandes categorias: informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário:

1. **Gênero informativo:** essência da transmissão das informações noticiosas, por meio de formatos como a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista.
2. **Gênero opinativo:** possui o um viés mais analítico, comunicando com os formatos de editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta e crônica.
3. **Gênero interpretativo:** este gênero opta por formatos como a análise, o perfil, a enquete, a cronologia e o dossiê.
4. **Gênero diversional:** aqui os autores agruparam questões com apelo mais leves como as histórias de interesse humano e as histórias coloridas.
5. **Gênero utilitário:** finalmente, neste gênero foi determinado o conjunto de informações que representam utilidade, porém que nem sempre se constituem como notícia. Encaixam-se aqui os indicadores, as cotações, os roteiros e os serviços.

Cada um desses itens possui características próprias, que o tornam único, ainda que equiparado a outro formato do mesmo gênero. Essas lógicas, estabelecidas historicamente, conforme o avanço da profissão, é que definem os formatos e os distinguem uns dos outros. Por conta disso, alertamos para o fato de serem insatisfatórias apenas as análises textuais para a compreensão do objeto. É necessário ir ao cerne da questão, ou seja, à prática. A leitura correta e coerente das formas de expressão jornalística – independentemente da finalidade – só se torna possível com a apreensão do processo, dos bastidores, dos antecedentes. Se não, corre-se o perigo de se deixar levar apenas pela entonação ou pela aparente intenção de um texto (MARQUES DE MELO & ASSIS, 2016, p. 51).

Nesse contexto, conforme citado acima, a reportagem faz parte integral do gênero informativo, mas está um passo à frente da notícia, possibilitando que os fatos sejam devidamente aprofundados e vistos de uma maneira mais ecossistêmica, envolvendo não apenas o fato em si, como também as variáveis que levaram o fato a acontecer como ambientes, históricos, personagens, dentre outras coisas.

Dessa maneira a reportagem, conforme Marques de Melo (1994), teria como origem a notícia, mas é um relato ampliado de um acontecimento que repercutiu significativamente na sociedade e que foi destacado pelo veículo de comunicação, com a finalidade de oferecer informações ainda mais completas para a sociedade.

Observa-se, ao pensar a conceituação da reportagem que, embora ela se origine de uma notícia, ambas não podem ser consideradas como sinônimos. Isso porque quando uma determinada notícia possui complexidade e variedade de informações contextuais necessárias para demandar uma reportagem, assume outro caráter, específico e não necessariamente vinculado à factualidade, que lhe atribui outro papel como informação (FREIRE & SILVA, 2010, p. 321).

Logo, a reportagem especial já seria um incremento à reportagem. Neste tipo de reportagem especial o jornalista faz uma investigação descritiva para ir fundo e encontrar diversas informações e diversos entrevistados que lhe permitam ter uma interpretação global do fato. Segundo Sequeira (2005, p. 63), na reportagem especial "o texto, que fica no limiar entre o jornalismo e a literatura, é o ponto forte do trabalho jornalístico". Sob essa ótica, ganha particular relevância o fato de a internet possibilitar um conjunto de recursos tecnológicos que permitem com que esse aprofundamento seja cada vez mais coeso.

Pode-se dizer que Marques de Melo & Assis (2016), ao considerarem a reportagem como parte do gênero informativo, abrem passo a um processo evolutivo da informação. Neste contexto, fica claro que a reportagem se origina na notícia e se expande, fazendo uma investigação descritiva para encontrar um maior número de

informações. Já para Longhi (2014), a reportagem especial multimídia viria a ser a materialização evolutiva da grande reportagem do impresso, que ao ter chegado à internet, possui um grande potencial tecnológico e permite à audiência maior aprofundamento sobre os fatos noticiados.

Nesta perspectiva, segundo Freire & Silva (2010, p. 324), "o hipertexto, a interatividade e a multimídia são os principais elementos desta adequação ao novo meio, que permite a incorporação de diferentes estilos redacionais e formatos".

Dessa forma, com fundamento em Longhi (2014), este novo formato teria ganhado forma em meados dos anos 2000, quando este tipo de reportagens especiais multimídia começou a chamar a atenção.

com a evolução de novas ferramentas de produção e hardware foi possível um avanço na capacidade expressiva desse tipo de formato noticioso. A partir do final da década de 2000, com as possibilidades abertas pelo surgimento do HTML5, os produtos multimidiáticos jornalísticos se renovam, e anunciam o que pode ser uma consolidação desse tipo de formato expressivo enquanto gênero específico do webjornalismo (LONGHI, 2014, p. 899).

Dessa maneira chegamos a um ponto no qual estes recursos tecnológicos permitiram a incorporação de cada vez mais formatos de mídia às reportagens. Sob este ponto de vista, resulta válido investigar de que maneira o formato jornalístico de reportagem especial migrou para a internet. Afinal, trata-se de entender em essência o funcionamento deste formato, que se sobrepõe à superficialidade da informação transmitida na internet e que constitui o objeto de estudo desta dissertação.

4.1. O gênero de reportagens especiais na internet

Para entendermos o papel das reportagens especiais na internet, precisamos também observar os elementos históricos que guiaram o jornalismo à internet. Para muitos autores, este processo originou-se ainda na década de 1990, quando o primeiro site jornalístico brasileiro foi criado: o Jornal do Brasil. (FERRARI, 2003). A partir disso, iniciou-se um processo migratório da informação para internet.

De acordo com Andrade (2007), os estágios da implementação ou gerações do jornalismo online são fundamentais para entender o alcance dessa evolução que trouxe a reportagem especiais para internet. O que em um princípio foi uma simples transposição do material que era produzido nas redações do impresso, passou a ter

características próprias e conteúdos exclusivos produzidos com a linguagem própria e lançando mão das possibilidades tecnológicas que possuíam.

Dessa maneira, acontece nos inícios dos anos 2000, um movimento que leva os já consolidados veículos de internet para uma linguagem de portal. Este movimento seguia o que era trabalhado em grandes portais do exterior como o *The New York Times*. Com esta nova versão da informação online, passou-se a trabalhar profundamente em conteúdos não lineares, que permitissem ao leitor a possibilidade de administrar o conteúdo e a forma em que consumiria a informação.

Esta não linearidade do conteúdo é justamente a que permite a incorporação de conteúdos mais extensos na internet, como o das reportagens especiais. Ao possuir layouts mais dinâmicos e ao utilizar a tecnologia de hiperlinks para autonomizar a navegação do usuário, a inserção destes conteúdos se deu de maneira fracionada, com subdivisões textuais e midiáticas.

Conforme verificado por Diaz Noci (2001), a reportagem especial é um gênero apto para *web*, toda vez que que mediante o uso de hiperlinks consegue agrupar sequencias informativas mais complexas. Trata-se, ao mesmo tempo, de um formato que permite a inserção de riquezas multimidiáticas, combinando texto, vídeos, fotografias, sons e ilustrações.

Conforme mencionado pelo autor, o desenvolvimento deste gênero na internet ganha forma devido às próprias características da internet. Para Andrade (2007, p. 27), "a evolução das interfaces do jornalismo on-line mostra um progresso na forma como as informações são apresentadas para o leitor". Em concordância com este pensamento, Ferreira (2003) também aponta esta característica, fazendo uma especial chamada de atenção para as características dos profissionais encarregados por produzir este tipo de conteúdo.

os jornalistas on-line precisam sempre pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados. Isto é, procurar palavras para certas imagens, recursos de áudio e vídeo para frases, dados que poderão virar recursos e assim por diante (FERRARI, 2003, p. 52).

Discutir as características essenciais das reportagens na internet e as necessidades do processo da sua construção é importante devido a que nos permite entender o cenário em que estão imersas as práticas que dão forma a estes conteúdos. Conforme citado acima, cada formato de mídia implementado nas reportagens funciona como elemento independente, embora pertencente a um conjunto de informações muito maior.

Um estudo do instituto norte-americano Poynter mostrou que 75% dos artigos on-line são lidos na íntegra, percentual muito superior aos dos veículos impressos, em que não mais de 25% dos textos são lidos inteiros. Isso ocorre porque o leitor impresso não realiza nenhuma tarefa para chegar até o final da reportagem, enquanto o leitor on-line precisa clicar e escolher o que quer ler. (FERRARI, 2003, p. 55).

Sobre todas as vantagens do gênero informativo da reportagem, a autora deixa claro que o seu potencial de crescimento diante da audiência também é possível devido à liberdade que o usuário tem para navega sobre os conteúdos. Ora optando por uma sequência linear de texto, ora por um conteúdo multimídia e assim por diante.

Vê-se, pois, que a reportagem especial multimídia tem uma abertura de consolidação consistente, devido às potencialidades tecnológicas da internet, bem como à multimídia, que combina textos com recursos audiovisuais das mais diversas naturezas. Assim, encontra-se em um terreno fértil que aumenta as possibilidades de comunicação e complementação de informações, permitindo ao usuário tomar posse de um maior número de dados relacionados aos assuntos do seu interesse.

4.2. Reportagens especiais multimídia e suas características

Considerar as reportagens especiais multimídia como parte essencial da produção no jornalismo online é, sem dúvidas, uma visão realista com relação ao cenário atual da produção de conteúdo na internet. Partindo de uma simples transposição de conteúdo impresso na década de 1990 à criação de redações cem por cento online, ainda nos primeiros anos da década de 2000, percebemos que o avanço tecnológico tornou possível a existência de um novo padrão de comunicação.

Na internet, este novo método de comunicação trouxe a possibilidade de explorar conteúdos mais profundos, denominados de "especiais", combinando sua forma de entrega com diversos recursos de mídia, complementando as possibilidades de entrega. Segundo Longhi (2010, p. 150), a "nomenclatura 'especial multimídia' tem sido usada para definir a web-reportagem que se utiliza de elementos multimidiáticos integrados (imagens, sons e texto verbal), sendo também chamada de reportagem multimídia".

Estes especiais, presentes no jornalismo online, com a integração de diversos formatos de mídia, passou a ser uma categoria especializada na redação online, que parece ter se consolidado cada vez mais ao longo do tempo. Longhi (2010), afirma inclusive que estamos diante de um novo formato que não pode ser compreendido em sua totalidade sem pensarmos na diversidade de formatos, formas de linguagem e de gênero que tem a capacidade de integrar. Seria, por conseguinte, o especial multimídia ou a reportagem multimídia, um gênero jornalístico próprio dos meios digitais.

Mas chegar até aqui não foi por acaso. Houve um processo evolutivo marcado, principalmente, pela necessidade, mais do que nunca, de novos profissionais que pudessem dar sentido à informação na plataforma web. Romper-se então a hegemonia do profissional jornalista como detentor do processo de comunicação. Se já era vista como fundamental a integração de saberes para a produção coletiva da comunicação, neste novo gênero de comunicação tornou-se primordial. Com esta nova perspectiva, a criação do conteúdo depende cada vez mais do trabalho participativo das equipes de programadores, designers, produtores de conteúdo audiovisual, de jornalistas e de outros profissionais das áreas tecnológicas.

Neste novo contexto, ganha força a teoria da inteligência coletiva do Pierre Levy, retratado na obra *Cibercultura* (1999, p. 136). Para o autor este conceito representa um modo de interação diferenciado, no qual "a organização de processos de criação coletiva" deve ser integrado por um número significativo de pessoas com habilidades diferentes que "terminam constituindo a obra".

Com necessária integração de tantos saberes coletivos, as reportagens especiais multimídia evoluíram, em grande medida, sob a responsabilidade dos talentos embarcados no processo de criação desta nova forma de comunicação. Programadores e designers jogaram um papel fundamental, articulando estratégias que equilibrassem o visual atrativo, a leveza própria da internet e o conjunto de informações a ser disponibilizado.

Longhi (2014, p. 901), fez uma análise para explicar esse crescimento na multiplicidade de recursos que hoje são implementados na realização dos especiais multimídia. A autora afirma que a evolução do formato pode ser classificada em três grandes momentos. O primeiro nos anos 2000, quando se iniciou a publicação de produtos noticiosos multimídia; o segundo durante a criação do que hoje

conhecemos como especiais multimídia, realizados a partir de 2002 com ferramentas como *Flahs* e o terceiro foi a grande reportagem multimídia, que de 2012 em diante implementou ferramentas como o *HTML5*, que melhoraram o processo de designer e disponibilização das informações.

Nos dois primeiros grandes momentos, destaca-se a utilização do *software Flahs*, como um dos grandes responsáveis por esse avanço. Esta fase é denominada como *Flashjournalism* (McAdams, 2005) e deixou como resultado um conjunto de produções de grande porte, dentre as quais podemos destacar uma das primeiras com essas características: o especial El Mundo – “25 Años sin Franco (2000)”⁶

Figura 4 - Especial multimídia “20 años sin Franco”.



Fonte: El Mundo, 2000.

Pode-se destacar aqui a realização de um ambiente que interage com o usuário, praticando a não linearidade e dando ao usuário a possibilidade de consumir diversas informações em diversos formatos de mídia e de uma maneira simplificada.

Ora, em tese, a utilização desta nova forma de comunicar abriu as portas para uma nova forma de fazer jornalismo na internet, com uma característica própria. Começou a delinear um formato próprio que não dependeria mais das características do jornalismo impresso, mas que cobraria espaço especial para se, tendo em vista que se adaptava às possibilidades técnicas da internet e aos anseios

⁶ Um dos primeiros especiais multimídia, criado pelo El Mundo (2000). Disponível em: <https://www.elmundo.es/nacional/XXV_aniversario/index.html>. Acesso em 11.11.2019

dos internautas. Dessa forma, os conteúdos com *slideshows*, formatos multimídia e infográficos se abriam passo para consolidar o que conhecemos como reportagens especiais multimídia.

Já no terceiro momento desta evolução (LONGHI, 2014) surgiram ferramentas que possibilitavam uma imersão mais completa dos usuários com o conteúdo. Nasce o *HTML5* que se estabelece com uma forma mais inovadora no design e aposta em textos mais longos.

Do ponto de vista do desenho de interface e de navegação, talvez a maior contribuição do HTML5 seja a possibilidade de padronização. A linguagem de código aberto, promovida pelo consórcio mundial W3C, que desenvolve colaborativamente estandarizações de recursos para a World Wide Web, permite que seja possível a navegação por conteúdos em diferentes suportes e tecnologias (LONGHI, 2014, p. 911).

Nessa colocação, a autora deixa claro que esta nova contribuição tecnológica possibilita uma navegação mais imersiva e a capacidade de integrar mais formatos de mídias no seu processo de produção. Tudo isso acontece ao mesmo tempo em que se cria uma padronização, que viria possibilitar a reprodução do processo produtivo de maneira mais eficiente, tornando possível um aumento na quantidade e na qualidade dos especiais produzidos.

No Brasil, o jornal Folha de S. Paulo, do Grupo Folha, criou a seção Tudo Sobre para a publicação de grandes reportagens multimídia. A primeira edição foi publicada em dezembro de 2013, abordando a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte no Pará. Entre os atrativos: textos longos, fotos abertas, áudios, infográficos animados e até um aplicativo que possibilita ao internauta 'pilotar' um helicóptero sobre a área de construção da obra (LENZI, 2017, p. 76).

Pode-se dizer que o processo de convergência de mídias nesta implementação tecnológica da Folha de São Paulo trabalhou com linguagens que foram para além dos formatos de mídia que já eram praticados. Neste contexto, fica claro que com as plataformas em *HTML5* as possibilidades de criação ganharam conotações talvez inimagináveis no início da era das reportagens especiais. A inclusão, não só, de conteúdos multimídia, mas de "*gamificação*",⁷ abriram um novo parêntesis neste processo evolutivo das reportagens especiais multimídia.

Nesse cenário de maior autonomia ao usuário, é importante verificarmos o conceito de polifonia do Bakhtin (1981), que sinaliza a existência de diversas vozes narrativas e independentes entre as diversas estruturas de uma obra. Característica

⁷ Este conceito, advindo do termo *game* (jogo), é também uma forte tendência no que diz respeito ao comportamento humano na internet: o uso da mecânica de *games* para aplicações que não são *games* (COELHO, 2013, p. 15).

que para Landow (1992, p. 23, tradução nossa), favorecia a multivocalidade como elemento fundamental do hipertexto pois "a voz é sempre aquela destilada pela experiência combinada do foco momentâneo, a lexia que se está lendo, e da narrativa em contínua momentânea formação a partir da linha de leitura que o leitor segue".⁸

Dessa maneira, para Landow (1995), o hipertexto era composto por cinco características: a intertextualidade, que seria a interligação de conteúdos utilizando os hiperlinks; a multivocalidade, tratando das diversidades comunicativas e interpretativas dos conteúdos publicados na internet, como consequência da maior interação; a descentralização, que evoca os ecossistema comunicacionais ao permitir ao usuário ser o responsável por sua navegação e consumo de conteúdo; o rizoma, que se opõe à ideia de hierarquia, sendo o próprio usuário a decidir de que maneira consumir o conteúdo e a intertextualidade, que seriam as ligações internas de um site, sempre trazendo conteúdos relacionados que se encontram na mesma plataforma.

A ideia inicial acerca do hipertexto confere ao texto na Web uma característica de texto em constante construção, tendo um início, porém, o percurso e a conclusão estariam a critério do internauta [...] o que caracteriza uma nova textualidade para a narrativa do fato jornalístico. (DALMONTE, 2007, p. 172).

Nesse sentido, as múltiplas vozes resultantes do processo de multivocalidade estariam representadas na internet pelo hiperlink. Dalmonte (2007, p. 175), ainda afirma que "o link funciona no hipertexto como a possibilidade de passagem a um outro nível no campo da informação apresentada". Por meio de sua utilização é possível navegar sem hierarquias no ambiente em que a reportagem foi publicada. Uma boa analogia para descrever esse funcionamento seriam os próprios ecossistemas comunicacionais, em que a própria conformação prevê não apenas o produtor do conteúdo, mas se expande de maneira participativa e sem hierarquias seguindo o ambiente, as condições de recepção da mensagem e o próprio perfil do usuário, que seria autônomo sobre o tipo de conteúdo que deseja consumir e sobre a forma em que planeja fazê-lo.

⁸ la voz siempre es la que emana de la experiencia combinada del enfoque del momento, de la lexia que uno está leyendo y de la narrativa en perpetua formación según el propio trayecto de lectura (LANDOW, 1992, p. 23).

Pode se dizer que pela própria característica da internet, temos hoje um número maior de usuários interativos e autônomos. Esta própria característica da *web* faz com que cada vez mais seja o internauta o dono do seu destino e decida quais conteúdos deseja consumir. As reportagens especiais multimídia tratam disso profundamente, ao oferecer uma gama muito grande de recursos de interação, possibilitando uma descentralização própria dos novos hábitos de consumo da informação. Como bem nos assegura Winkes (2016, p. 154), "o consumidor tem interesses, gostos, tempos e atenções diferentes", por este motivo a "personalização é entender para quem se produz e qual a melhor forma de fazer esse conteúdo chegar até determinado nicho".

A interatividade seletiva é fortemente presente, com opções de seleção e personalização de conteúdo, para citar apenas um exemplo, e a interatividade comunicativa se faz presente por meio de publicações de comentários e compartilhamento em redes sociais, ambos em tempo real (LENZI, 2017, p. 41)

Conforme verificado, as reportagens especiais multimídia percorreram um longo caminho para se transformarem nesses grandes especiais que observamos hoje em alguns dos mais renomados veículos de comunicação. Este novo gênero do jornalismo online conseguiu agrupar de maneira convergente as possibilidades midiáticas da internet, bem como os anseios de uma audiência mais autônoma no consumo de seus conteúdos, oferecendo a eles a possibilidade de escolher os tipos de conteúdo e os formatos em que deseja consumir essa informação. Esta identificação com o usuário talvez tenha sido a chave para o sucesso dos especiais, pois de uma forma competente apresenta para os usuários os fatos de maneira profunda e interativa.

5. METODOLOGIA

Segundo Paranhos (2014), a análise de resultados quando se trabalha a pesquisa experimental, resulta indispensável. Em consonância com esse posicionamento, estabelecemos como universo de pesquisa as redações dos veículos envolvidos na pesquisa. No momento em que optamos por uma abordagem quali-quantitativa, observou-se que sua finalidade mais pertinente está alinhada com as pesquisas exploratórias e descritivas, ao visar proporcionar maiores informações sobre o tema pesquisado (CIRIBELLI, 2003, p. 54), uma vez que envolve o uso de materiais já elaborados: livros, artigos científicos, revistas, documentos eletrônicos e enciclopédias na busca e alocação de conhecimento sobre os ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias através das Reportagens especiais multimídia, correlacionando tal conhecimento com abordagens já trabalhadas por outros autores.

Neste sentido se faz necessário recorrer ao uso de uma revisão de literária com base em fichamento de livros. Assim, foi utilizada uma abordagem qualitativa para tratamento dos dados devido à interpretação que se fez acerca das fontes bibliográficas exploradas. Tendo durante a pesquisa que verificar a produção dos conteúdos multimídias nos portais EBC e D24AM, ainda separamos um vasto espaço para a análise do conteúdo produzido nestas dinâmicas, tomando como base os pressupostos lançados por Bardin (2011).

Para tal finalidade foram analisados os conteúdos os processos de produção dos especiais multimídia nas redações do Portal D24AM, no Amazonas e do Portal EBC, em Brasília; com a finalidade de compreender de que forma a convergência de mídias, aliada à perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, funcionam em torno à combinação dos formatos de mídia digital e à resposta do público a estes conteúdos mais profundos.

Para tornar esta descoberta tangível, uma reportagem de cada veículo envolvido foi analisada. Sendo "Compaj: um ano do massacre", do D24AM e "Vidas secas no país das águas", do portal EBC. Para esta análise evocamos a análise de conteúdo que é desenvolvida com "um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a 'discursos' (conteúdos e continentes) extremamente diversificados" (BARDIN, 2011, p. 15).

Além desta análise das reportagens produzidas, também envolvemos parte das equipes de redação que participaram na produção dos conteúdos. Considerando a intenção da nossa pesquisa, foram entrevistadas quatro pessoas da redação, cobrindo as áreas primordiais para a realização dos especiais multimídia.

Como parte dos instrumentos para coleta das informações, utilizamos questionários semiestruturados com perguntas relacionadas a cada área relativa à produção dos conteúdos. Nesse sentido, foram elaborados quatro questionários, sendo um para o gerente de jornalismo do portal, com a intenção de verificar o posicionamento administrativo diante dos conteúdos e as repercussões do público; outro questionário para um jornalista envolvido na produção, que pretende esclarecer o processo de concepção, planejamento e execução do trabalho sob a ótica do jornalista; um terceiro questionário para o programador, tendo em vista que os especiais multimídia possuem particularidades de programação que são inerentes à própria linguagem de comunicação empregada e o quarto questionário foi elaborado para a equipe de designer, que produz peças ilustrativas e animações que complementam a narrativa dos conteúdos. Estes questionários foram enviados via e-mail e respondidos pelo mesmo meio por cada um dos profissionais.

O nosso processo de coleta implicou na seleção por conveniência dos entrevistados. As quatro pessoas selecionadas estavam, na época das entrevistas, vinculadas ao quadro de funcionários dos veículos de comunicação e foram divididos em aspectos relacionados ao veículo de comunicação, como a parte estrutural e administrativa que optou pela estratégia e ao processo criativo, composto pela equipe que executa o trabalho, como jornalistas, designers, programadores e etc.

O procedimento de coleta relacionado às reportagens também teve como suporte o pressuposto da conveniência, dado que selecionamos duas reportagens construídas a partir do estilo da convergência midiática, a partir do referencial teórico dos ecossistemas comunicacionais. O critério fundamental da conveniência foi a disponibilidade dos dados jornalísticos, o que significa dizer que as duas reportagens têm uma característica da composição que se assemelham.

Possuem linguagem de reportagem especial e estão compostas por texto, ilustrações, vídeo, fotos, hiperlinks, etc. Além dessa característica, seus dados agregados (todas as mídias) possuem uma complexidade comunicacional igualmente coerente, com início, meio e fim, podendo ser classificadas como grandes reportagens, que ligadas pelas ferramentas digitais integram um conjunto

ainda maior de comunicação, ora denominado multimídia, ora visto também como um processo de transmitia na comunicação pretendida.

Estas duas reportagens especiais multimídia que foram selecionadas, "Compaj: um ano do massacre", do D24AM e "Vidas secas no país das águas", do portal EBC; foram publicadas no ano de 2018 e 2012, respectivamente. Elegemos estas duas reportagens em virtude de serem compostas de muitos elementos comuns entre si, que as caracterizem como grande reportagem: textos abrangentes com no mínimo três fontes constituintes do material, arquivos em foto, arquivos em vídeo e hiperlinks de acesso aberto.

A análise do conteúdo foi feita com base na organização de análise defendida por Bardin (2001, p. 125) "1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação". Dessa maneira, verificamos o processo de produção dos especiais multimídia no veículo de comunicação, analisamos o conteúdo dos especiais e quantificamos a incidência de cada formato de mídia juntamente com as percepções do público leitor do conteúdo.

Em termos mais específicos na primeira etapa compreendemos os veículos de comunicação analisados, bem como o processo de produção dos especiais multimídia no veículo de comunicação. Na segunda etapa analisamos o conteúdo temático das reportagens, bem como a incidência dos diversos formatos de mídia que possuem. Na terceira etapa quantificamos os percentuais, com base na regra de três simples ($N \cdot 100 / N$), de incidência de cada mídia de maneira individual em cada fase do conteúdo, bem como ao longo do especial. Nesta etapa também foi verificada a interação e reação dos usuários da internet em torno a estes especiais multimidia.

Voltados para esse olhar ecológico da comunicação, estabelecemos como universo ecossistêmico o especial multimídia em si, organizado por eixos analíticos. O primeiro eixo diz respeito às mídias, agrupando em categorias nos formatos de texto, foto, vídeo, animação e ilustração. O segundo eixo se refere às percepções do público em relação ao fenômeno comunicacional. O terceiro eixo estabelece o ecossistema total em si, conforma exemplificado a seguir.

Figura 5 - Representação do universo de pesquisa da análise de conteúdo desta pesquisa.



Fonte: O autor.

Nesse contexto, as categorias de mídia denominadas em texto, foto, vídeo, animação e ilustração; responderiam a grau de relevância e o nível de utilização percentual ao longo da produção do especial. Cada uma destas categorias prevê a características próprias e dimensões definidas para a finalidade desta pesquisa:

- **Texto:** como texto se entende a estrutura textual da reportagem. Foi considerada como unidade textual cada subtema abordado ao longo das reportagens.
- **Foto:** fotografias de ambientes, pessoas, lugares e objetos relacionados às reportagens. Foi considerada uma unidade fotográfica cada arquivo publicado separadamente ao longo do conteúdo.
- **Vídeo:** produção audiovisual com informações complementares ao conteúdo. Cada vídeo foi considerado como uma unidade audiovisual.
- **Animação:** ilustrações ou grafismos com recursos de animação embutidos em sua programação. Cada animação com início, meio e fim (sem parâmetro de complexidade e tamanho) foi considerada uma unidade de animação.

- **Ilustração:** grafismos e artes inseridas de maneira estática no conteúdo, contendo dados e informações diversas. Cada conteúdo gráfico com as anteriores características foi considerado como uma unidade de ilustração.

Portando, dessa forma abordamos nesta pesquisa o processo de produção e os fundamentos deste novo formato de publicação de reportagens especiais na internet, que vem crescendo e prometendo uma mudança significativa nas abordagens de conteúdo na internet; fugindo com isto do conceito de superficialidade e descrença no qual o jornalismo online tende a ser enquadrado.

6. CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS E ECOSSISTEMA COMUNICACIONAL NO PORTAL EBC

Tendo em vista que esta pesquisa também tem por objetivo se aprofundar sobre o trabalho dos especiais multimídia realizados no Portal EBC, em Brasília, resulta necessário traçarmos uma breve linha histórica no que diz respeito ao veículo, uma vez que se trata de um grupo de comunicação ligado ao governo federal.

O portal faz parte da Empresa Brasil de Comunicação – EBC. Um conglomerado de comunicação brasileiro que geri as emissoras de rádio e televisão públicas federais. Idealizada em 2007, durante o I Fórum Nacional de TVs Públicas, em Brasília, a empresa foi autorizada a iniciar suas operações no dia 10 de outubro de 2007, pela Medida Provisória (MP) nº 398. Na sequência, no dia 24 de outubro de 2007, foi assinado pelo então presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, o Decreto nº 6.246, que criou a empresa.

Segundo informado nos registros históricos da instituição (2016), o conglomerado unificou os serviços de radiodifusão estatal, agrupando dois canais de televisão, sete emissoras de rádio, o portal de notícias da EBC e a Agência Brasil.

A empresa herdou os canais de rádio e TV geridos pela estatal Radiobrás e pela Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp). A EBC ficou encarregada de unificar e gerir as emissoras federais já existentes, instituindo o Sistema Público de Comunicação. Além disso, adquiriu como missão articular e implantar a Rede Nacional de Comunicação Pública (EBC, 2012, On-line).

Desse modo, a criação da EBC, por meio da Lei 11.652/2008, encerrou a era da Radiobras, criada em 1976, e da TVE do Rio de Janeiro. Com este propósito integrador, conforme consta no Capítulo II, Art. 3, Inciso VI (Lei 11.652, 2008), o objetivo da empresa é “buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos”.

Este novo formato de empresa integra um conjunto de veículos de comunicação constituídos em grupos como agências de comunicação, emissoras de televisão, rádios, serviços e portal.

Figura 6 - Grupos de veículos de comunicação que compõem a Empresa Brasil Comunicação.



Fonte: Portal EBC.

Nesse contexto, segundo exposto no site da EBC (ebc.com.br, 2016), a Empresa Brasil de Comunicação é responsável pela operação dos seguintes veículos de comunicação.

TV Brasil, TV Brasil Internacional, Agência Brasil, Radioagência Nacional, Rádio Nacional AM do Rio de Janeiro (1.130 KHz), Rádio Nacional AM de Brasília (980 KHz), Nacional FM de Brasília (96,1 MHz), Rádio MEC AM do Rio de Janeiro (800 KHz), MEC FM do Rio de Janeiro (99,3 MHz), Rádio Nacional da Amazônia OC (11.780 KHz e 6.180 KHz), Rádio Nacional AM do Alto Solimões (670 KHz) e Rádio Nacional FM do Alto Solimões (96.1 MHz). [...] A EBC também presta serviços de comunicação governamental por meio do núcleo NBR e do programa de rádio “A Voz do Brasil”, retransmitido por todas as estações de rádio brasileiras. Outro serviço oferecido é o da Publicidade Legal - reconhecida no mercado como agência com credibilidade, pontualidade e segurança (EBC, On-line).

Expondo de forma mais direta, poderíamos separar esses grupos com seus devidos veículos de comunicação tendo como resultado que entre todas suas quatro frentes de trabalho são abarcados 15 meios de comunicação de múltiplas naturezas.[]

Quadro 1 - Veículos de comunicação da empresa Brasil Comunicação divididos por conjuntos midiáticos.

Agências	TVs	Rádios	EBC Serviços
<ul style="list-style-type: none"> • Agência Brasil • Radioagência Nacional 	<ul style="list-style-type: none"> • TV Brasil • TV Brasil Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Nacional FM • Nacional de Brasília • Nacional do Rio de Janeiro • Nacional da Amazônia • Nacional do Alto Solimões • MEC FM • Rádio MEC 	<ul style="list-style-type: none"> • TV NBR • A Voz do Brasil • Rede Nacional de Rádio • Publicidade legal

Fonte: Portal EBC.

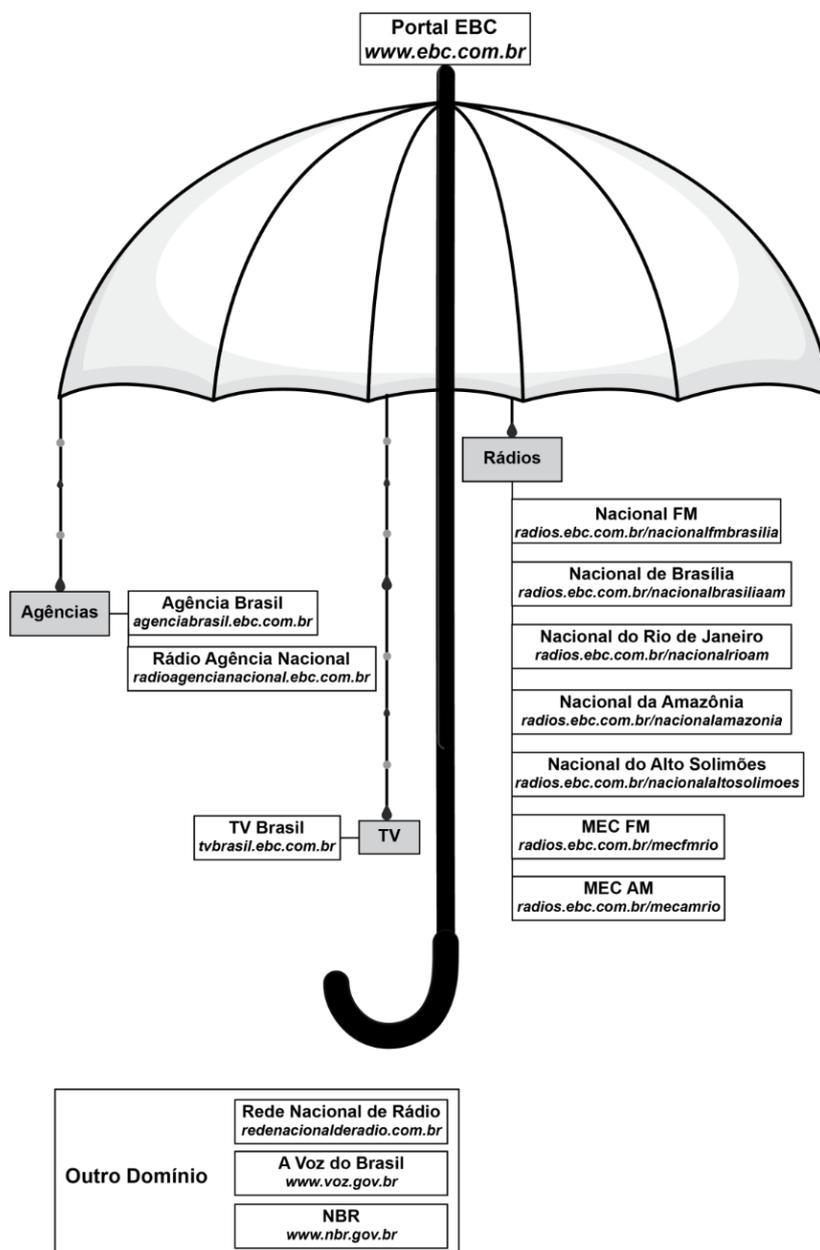
Observa-se, por tanto, que a empresa trabalha com duas agências de comunicação, duas emissoras de televisão, sete emissoras de rádio e, com a figura de serviço externo, opera mais quatro veículos, a TV NBR, A Voz do Brasil, a Rede Nacional de Rádio e a Publicidade Legal.

O portal EBC é uma das plataformas mais recentes. Segundo informações disponíveis na categoria de informações institucionais, do próprio site, foi lançado em 2011, repercute conteúdos de interesse público e integra o Grupo EBC em uma plataforma separada, mas ao mesmo tempo interdepende, que interage com seus usuários provendo conteúdo exclusivo e conteúdo realizado pelos demais veículos do grupo.

Os conteúdos do Portal EBC apresentam uma visão crítica de assuntos de interesse do público na web e nas redes sociais. Além dos conteúdos próprios (notícias, conteúdos explicativos, especiais multimídia, transmissões ao vivo, narrações minuto a minuto etc), é possível encontrar na plataforma conteúdos da TV Brasil, Rádio Nacional, Rádio MEC, Agência Brasil e Radioagência Nacional e também os colaborativos (EBC, On-line).

Dessa forma o Portal EBC, em sua arquitetura, poderia ser visto como um grande “guarda-chuva”, que contempla dentro da sua estrutura todas as vertentes comunicacionais integradas à Empresa Brasil Comunicação.

Figura 7 - guarda-chuva como exemplo metafórico de todos os sites ligados ao Portal EBC.



Fonte: O autor.

Fora desse extenso “guarda-chuva” somente podem ser encontrados alguns veículos de comunicação pertencentes ao EBC Serviços, para os quais existem links que redirecionam para domínios separados, independentes do padrão do portal (ebc.com.br).

Nesse cenário, o portal como esse elo que sustenta as plataformas web do grupo, possui gráficos de acesso consideravelmente importante. Por fonte extraoficial, mas com caráter de confiabilidade, obtivemos os dados relacionados ao total de visitas, classificação do site e principais fontes de origem do tráfego. Conseguimos estas informações por meio da ferramenta *similarweb.com*,⁹ empresa de dados que rastreia o número de acessos, classificações e relevâncias de sites no mundo.

Estes dados registram que o Portal EBC, englobando seus 15 veículos de comunicação internos, obtém perto de cinco milhões de visitas por mês. A grande maioria destes acessos, exatamente 97,14% são no Brasil, o que coloca o portal na posição de número 650 no Ranking de sites no Brasil.

Figura 8 - Gráfico com média de audiência do Portal EBC obtido no similarweb.com



Fonte: similarweb.com

É precisamente neste cenário que chegamos aos fundamentos do Portal EBC, em cujo conjunto foram implementados os conteúdos especiais multimídia, com suas primeiras publicações em 2012, sobre a conferência Rio +20, acontecida no Brasil. Esta fase de produção de conteúdos especiais está ligada ao site da Agência Brasil, encarregada pela produção jornalística online do grupo.

A partir desse especial de 2012 foram lançados anualmente conteúdos densos e aprofundados sobre os mais diversos temas. Em oito anos de implementação foram realizados 86 especiais multimídia, que além de apresentarem estruturas textuais, contam com fotografias, vídeos, animações e ilustrações.

⁹ Informações disponíveis para acesso aberto no site similarweb.com. Disponível em <<https://www.similarweb.com/pt/website/ebc.com.br>>. Acesso em: 11.11.19.

Tabela 3 - Quantidade de especiais multimídia publicados no Portal EBC.

Quantidade de especiais multimídia criados no Portal EBC por ano							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	10	6	14	20	23	10	2
Total = 86							

Fonte: O autor.

Durante esses anos foram desenvolvidos especiais multimídia que abordam temáticas das mais diversas índoles, que combinam seus formatos de mídia e que exploram com as características de reportagem especial multimídia os seus conteúdos. Um total de 86 conteúdos produzidos representa, certamente, uma grande estratégia coordenada com a Agência Brasil, para produzir informações mais profundas.

Figura 9 - Representação panorâmica de especiais publicados no Portal EBC.



Fonte: Portal EBC.

A coordenadora de edição do portal, Liliane Cardoso Aguiar Farias, em entrevista concedida via e-mail para esta dissertação, em 10 de outubro de 2019, afirmou que “a direção da EBC enxerga os especiais multimídia de uma forma positiva a engrandecer e fortalecer o jornalismo online”. Ao mesmo tempo se entende que com diversos graus de complexidade, a realização destes trabalhos implica na convocação um de número significativo de profissionais, sendo

necessário contar na equipe com programadores, designers, produtores audiovisuais, jornalistas, dentre outros.

6.1. Os especiais multimídia e sua construção

Tendo como preocupação não apenas nos referirmos aos especiais multimídia, mas ao mesmo tempo lançar um parâmetro para sua produção, na realização desta dissertação entrevistamos, via e-mail, a vários profissionais vinculados ao Portal EBC. Esses profissionais foram os considerados como peças chave para termos uma compreensão real sobre o processo produtivo. Para obter estas informações contamos com o apoio da Gerencia Web da Agência Brasil e dos profissionais: Liliane Cardoso Aguiar Farias, gerente de núcleo e coordenadora de edição da Agência Brasil; Noelle Oliveira, Jornalista da EBC; Sérgio Santana de Lima, gerente de desenvolvimento e Marcelo Bernardes Nogueira, coordenador de design.

Conforme já elucidado, os formulários de perguntas dos questionários semiestruturados foram enviados e respondidos via e-mail. Um formulário diferente para cada profissional com perguntas pertinentes ao processo de produção de cada um dos envolvidos no processo.

Nesse contexto, seguindo em base às respostas dos entrevistados, a origem da criação de um especial multimídia é o planejamento, conforme sustenta Noelle Oliveira (2019).

O desafio começa na elaboração da pauta, onde é preciso mesclar o que se quer apurar e o recurso (em tempo, viagens, diárias, passagens) que se tem para isso. Depois, é preciso fazer uma pré-produção, buscar histórias, personagens, se inteirar da realidade da região para, ao chegar lá, otimizar o tempo que se tem. Posteriormente, é necessário pensar em recursos multimídia para contar as histórias apuradas, de modo que conteúdo seja repassado ao internauta da forma mais amigável e interessante possível. (OLIVEIRA, 2019).

Neste mesmo sentido, Sérgio Santana de Lima (2019) sustenta que a interação entre as equipes é garantida justamente pelo planejamento, quando a equipe de desenvolvimento ajusta os detalhes do projeto por meio de entrevistas. “Geralmente nos reunimos e fazemos uma entrevista com perguntas chave para melhor entender as necessidades do projeto”. Finalizado o processo de

planejamento de conteúdo, incluindo as diversas mídias a serem utilizadas, cada equipe se concentra na produção das suas demandas.

No caso dos jornalistas, após produzirem a pauta começam a fase de apuração. Iniciam as ligações telefônicas à procura de projetos, de histórias, de personagens envolvidos na problemática que será abordada. É por meio deste planejamento de produção que se torna possível organizar as excussões em campo para coletar os materiais das reportagens.

Foi montado um roteiro para apuração, envolvendo as cidades por onde passariam os repórteres. Foram listados os equipamentos necessários para a produção. Posteriormente, foi pensada a apresentação final de todos esse material. (Noelle Oliveira, Jornalista da EBC, Entrevista em 10.10.2019).

O estilo de trabalho que demanda a elaboração de um especial multimídia depende para o seu sucesso, em grande medida, da cooperação entre as diversas equipes que precisam necessariamente se envolver no processo de produção. Tendo em vista que o projeto a ser detalhado nesta dissertação é o especial *Vidas Secas*, a interação entre os profissionais da Agência Brasil e do Portal EBC foi constante.

Sim, toda a equipe se envolveu de alguma maneira na produção. Um repórter, editor de capa do Portal EBC, foi o responsável pelo primeiro roteiro do material. Em seguida, os demais repórteres colaboraram com sugestões. As pautas foram divididas entre a equipe e a edição do material ficou sob responsabilidade da coordenação do Portal (Noelle Oliveira, Jornalista da EBC, Entrevista em 10.10.2019).

De modo concomitante, as equipes de desenvolvimento gráfico cuidaram das estruturas do especial. É neste momento, logo após o planejamento, que são desenvolvidas três das, pelo menos, seis etapas para elaboração das artes do especial. Marcelo Bernardes Nogueira (2019) explica que no momento inicial devem ser executadas as etapas de “1. Conceituação criativa e propósito da narrativa, 2. Elaboração de uma paleta de cores e 3. Desenho básico de *wireframe* para explicar conceitos e funcionalidades”.

Ainda sobre a forma de trabalho entre as equipes acrescenta que

Acontece uma interação entre as equipes quando são apresentadas as ideias e deste ponto em diante começa a sinergia de trabalho. Algumas vezes as coisas são dadas com diretrizes mais específicas, mas há também a forma em que o escopo fica mais aberto para uma criação livre (Marcelo Bernardes Nogueira, coordenador de design, entrevista em 10.10.2019).

Uma das grandes vantagens da Empresa Brasil de Comunicação durante a elaboração de um especial se fundamenta necessariamente em que existe um grupo multimidiático por trás do processo. A disponibilização de profissionais envolvidos em editorias diversas dentro de seus respectivos veículos de comunicação é uma prática, tendo em vista o dito por Oliveira (2019), no “primeiro trimestre de 2018, eu trabalhava na gestão do Portal EBC. Então, dividia meu tempo entre atividades de gestão e edição/coordenação de reportagens”. Versão que é corroborada pela gerência de produção.

Os profissionais capacitados estão à disposição da EBC para produzir conteúdos em forma de texto, áudio, vídeo, infografia e fotografia. Por a EBC já possuir veículos exclusivos (Rádio, TV e Agência de Notícias Online) não há gastos extras na contratação de mão de obra para conteúdo multimídia e também não há gasto extra para produção e edição do material. Às vezes, o que ocorre é a necessidade de viagem para cobertura jornalística *apurar in loco*. Então o gasto seria com a viagem para produzir reportagens multimídia de melhor qualidade de apuração e material bruto (Liliane Cardoso Aguiar Farias, gerente de núcleo e coordenadora de edição da Agência Brasil, entrevista em 10.10.2019)

No decorrer da execução do trabalho, cada equipe teve suas singularidades relacionada a prazos e a exigências técnicas. No caso da equipe de jornalistas, devido aos deslocamentos, à produção individual de cada texto, o especial *Vidas Secas* levou “algo em torno de 5 meses” do momento de sua concepção até a sua finalização.

Quase sempre, os materiais são colhidos de forma livre e ao final é pensado na ‘melhor maneira’ de apresentar de forma mais interessante e didática dentro do contexto (Marcelo Bernardes Nogueira, coordenador de design, entrevista em 10.10.2019).

Por se tratar de um especial mais complexo, composto por capítulos que continham diversas reportagens especiais, as equipes de criação e desenvolvimento receberam demandas diferenciadas. Lima (2019) sustenta que “alguns especiais tiveram a sua estrutura de informação e apresentação padronizada, mas por questões editoriais, a maioria tem suas especificidades”. No caso do *Vidas Secas*, houve um desafio especial pautado na flexibilidade que a estrutura *web* deveria ter para receber o conteúdo.

O desafio foi disponibilizar uma estrutura de página que comportasse os mais variados tipos de conteúdo, como texto, imagem, vídeo, áudio, galeria de fotos, mapa entre outros de forma adaptativa aos mais variados tamanhos de tela e dispositivos. (Sérgio Santana de Lima, gerente de desenvolvimento. Entrevista em 10.10.2019).

Ao ser desenvolvido o projeto, as equipes que trabalham internamente continuam a implementação das ferramentas visuais necessárias para o projeto. As etapas enumeradas por Nogueira (2019) foram continuadas dando passo aos itens “4. Pesquisa de componentes multimídia para elaboração dos recursos interativos; 5. Design final com a interface gráfica e 6. Codificação da interface em HTML+CSS+JavaScript;”.

Ao serem completadas estas etapas, as equipes concluem em que o maior desafio é o prazo, devido a que, no quesito de ilustração e designer, todos os elementos do especial são criados de maneira a atender a especificidade do projeto “o que onera um pouco mais na questão de produção gráfica”.

Com este conjunto de profissionais de multimídias, a Empresa Brasil Comunicação (EBC) estabelece um ritmo de trabalho que permite a permanência desta, que poderia ser chamada de editoria especial, no espaço do portal, ainda que se entenda a necessidade de maiores prazos para a concepção do conteúdo. Conforme a gerência, liderada por Farias (2019), neste momento “não haverá contratação de novos profissionais” voltados exclusivamente para a produção dos especiais multimídia. No entanto, o interesse da diretoria é que novas pautas sejam criadas por parte das equipes da empresa. “A tendência é que todos os profissionais, independentemente do veículo de comunicação de origem (rádio, TV e agência), produzam reportagens multimídia”.

O especial *Vidas Secas no país das águas, presente e futuro da relação do brasileiro com a estiagem*¹⁰, trata de um tema antigo para o Brasil. As estações secas, principalmente no nordeste do país, ganham notoriedade devido às altas temperaturas e às necessidades que os moradores tem que enfrentar.

Inspirado na obra de Graciliano Ramos, 1938, no seu livro *Vidas Secas*, o portal EBC lança uma série de reportagens especiais no ano em que o Brasil recebeu o 8º Fórum Mundial da Água, em 2018. Evento que trata dos impactos do aquecimento global e dos desafios da humanidade diante da escassez, cada vez mais evidente, de água no mundo.

As pautas que compõem o especial foram pensadas em conjunto. Tendo a obra “*Vida Secas*”, de Graciliano Ramos, como base, foi montado o roteiro de reportagens, de forma justamente a se complementarem e abordarem situações apresentadas na obra literária (Noelle Oliveira, Jornalista da EBC, Entrevista em 10.10.2019).

¹⁰ Especial multimídia do portal EBC analisado nesta pesquisa. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/>>. Acesso em: 11.11.2019.

A abordagem deste assunto resulta plausível, segundo o corpo editorial do especial (2018), se for levado em consideração o contraste climático do Brasil. Um país extenso e com biomas diversos mantenedores de inúmeras fontes de água mineral, diante de um reduto ao norte sitiado pela falta de chuva e pelo ar seco, situações que colocam a água “no topo das preocupações e das emergências nacionais”.

Embora desde o século XVI venham acontecendo estas tragédias, conforme consta em registros consultados pelo portal, as ações irresponsáveis do ser humano, combinada com as variações climáticas agravam situação, tornando as secas cada vez mais severas, ao ponto de o Brasil encontrar-se hoje com o desafio de “pensar em soluções para manter este recurso natural e garantir o abastecimento de uma população que não para de crescer” (EBC, 2018, On-line).

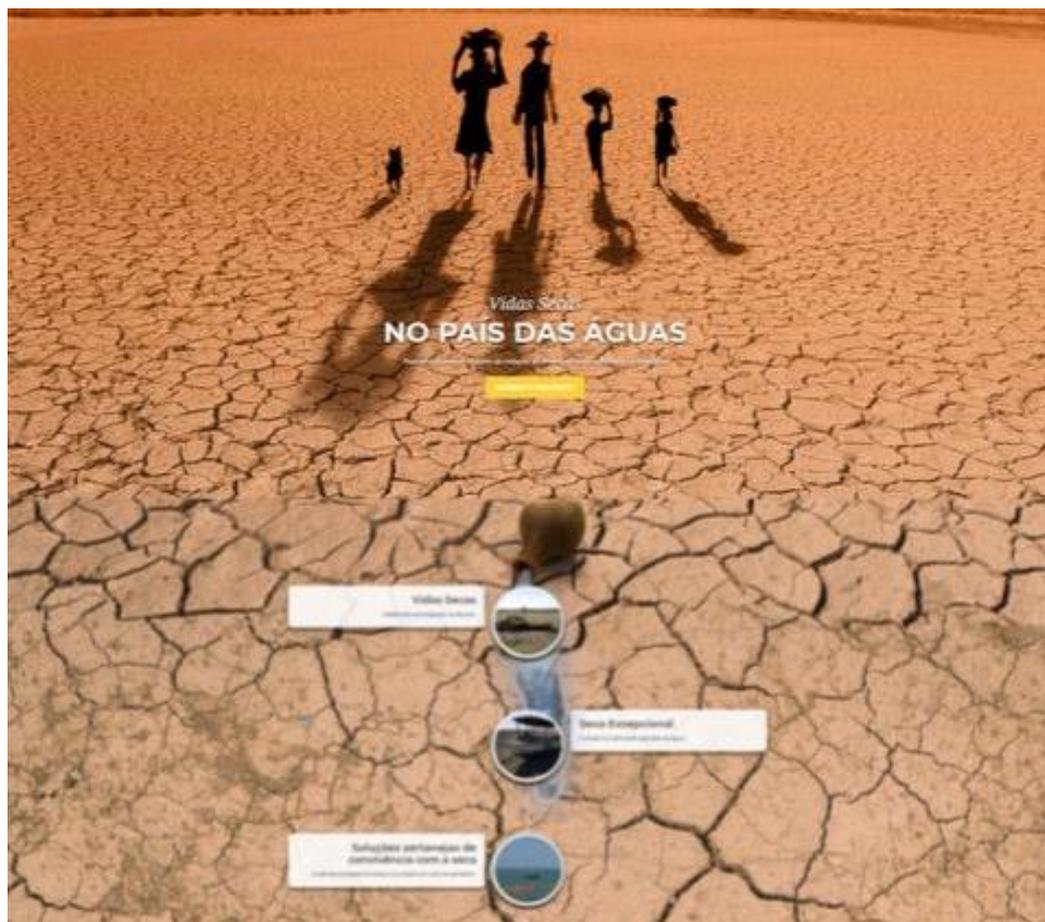
Assim, a reportagem procurou entrevistar pessoas que dia a dia se deparam com os problemas decorrentes da falta d’água, bem como especialistas e pesquisadores do tema com o objetivo de dar maior visibilidade ao problema e propor soluções efetivas que perpassem pela ação de cada indivíduo envolvido no problema.

O design do ambiente *web* foi preparado em linguagem CSS e HTML 5 e se estende verticalmente em página única expondo o título do especial, seus dez capítulos e o expediente da gerência executiva de Web, da Agência Brasil, encarregada de dar vida ao projeto.

utilizamos muitos recursos da linguagem CSS para melhor apresentar os especiais, principalmente com efeitos de transição, ajustes de imagem, colocar imagem de fundo e etc. Esta linguagem praticamente substituiu as animações que eram feitas com a linguagem Flash. [...] a versão 5 do HTML possibilitou a inclusão de tag para apresentar vídeo e áudio de forma nativa nos navegadores. Isso facilitou os conteúdos especiais serem mais multimídia (Sérgio Santana de Lima, coordenador de design, Entrevista em 10.10.2019).

A página de início, logo abaixo da identificação do especial traz o primeiro hyperlink como o título sobre o projeto, que visa trazer ao público os detalhes que originaram a produção. Chama a atenção que nele foi utilizado um recurso gráfico de *Pop-up*, permitindo que o internauta faça a leitura do texto em uma janela sobreposta à página inicial, sem a necessidade de redirecionamentos entre páginas internas. Lima (2019) afirma que esta capa foi criada em linguagem *javascript*, e “foi utilizado o recurso de background-imagem do CSS com a troca da posição da imagem sendo feita via evento de scroll da página”.

Figura 10 - página inicial do especial vidas secas, no portal EBC.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Logo na sequência são observados os dez capítulos, seguindo a ordem de produção e de narrativa, que nos primeiros capítulos traz a problemática das secas; nos capítulos intermediários aborda as soluções em andamento e as possíveis novas soluções; e nos últimos capítulos trata das responsabilidades ambientais que os setores empresariais e sociais precisam ter em função dos recursos hídricos. Em entrevista, Oliveira (2019), afirmou que “neste caso especificamente “o mapeamento do especial foi todo pensando antes e executado. Posteriormente, o material foi sendo liberado em capítulos”.

Assim, conectados por hiperlinks que redirecionam o usuário para novas páginas, temos que nos capítulos *Vidas Secas* e *Seca Excepcional*, um e dois respectivamente, são trazidas reportagens especiais que contextualizam o problema das secas no Brasil. Já nos capítulos *Soluções sertanejas de convivência com a seca*, *Onde está a água no Brasil?*, *Água invisível e soluções sustentáveis para o uso da água*, três, quatro, cinco e seis, respectivamente, o especial traz as soluções

em andamento de cara à problemática das secas. Nos capítulos sete, oito, nove e dez, com os temas *Reviravolta no mapa da seca*, *Nos caminhos dos campos de concentração do Ceará*, *O desastre no Rio Doce*, *Em 20 anos teremos água?* a discussão das secas e dos recursos hídricos é trazida para a responsabilização de cada um dos agentes envolvidos no processo; os próprio seres humanos dependentes dos recursos hídricos, que por meio de ações isoladas ou orquestradas, mediante atitudes particulares, acabam causando maiores problemas em questões ambientais.

Sendo o meio ambiente um ecossistema interligado, no qual cada um dos organismos depende um do outro para sua subsistência e em que cada um sofre as próprias consequências das suas ações por meio da natureza, os impactos decorrentes das diversas ações isoladas contra o meio ambiente contribuem para que o ecossistema se desestabilize e descompense ainda mais sua produção hidrográfica do próprio bioma.

Detalhadamente, no primeiro capítulo do especial intitulado *Vidas Secas, catástrofes atravessaram os séculos*¹¹, com seus temas divididos em cinco subcapítulos, é possível verificar um recorte histórico das secas a partir do século XVI. Na parte inicial do subcapítulo *A grande catástrofe*, o jornalista Luiz Cláudio Ferreira desenvolve uma narrativa textual que intercala citações de especialistas nesta matéria e o relato histórico, encontrado principalmente em obras literárias *Nordeste*, de Gilberto Freyre; *A fome*, do historiador Rodolfo Teófilo; *Ensaio estatístico do Ceará*, de Thomás Pompeu; dentre outras que demarcam o fluxo históricos desta problemática nacional.

Para complementar sua narrativa, a reportagem especial de Luiz Cláudio Ferreira traz uma linha de tempo com as principais secas do Brasil, registradas desde 1583, que segundo os relatos causou alta mortalidade e incentivou a migração de indígenas para o litoral. Esta linha cronológica se estende até 1936, quando a seca impactou também estados do Sudeste e inspirou obras literárias como *Vidas secas* e *Os retirantes*.

Estes relatos são intercalados com fotografias da época, recortes de jornais e citações bibliográficas de historiadores e escritores da época, com a intenção e transmitir um panorama real sobre a vulnerabilidade a que esteve exposta, desde o

¹¹ Capítulo 1 do especial *Vidas Secas: Vidas Secas, catástrofes atravessaram séculos*. Disponível em < <http://www.ebc.com.br/especiais-agua/vidas-secas/>>. Acesso em: 11.11.2019.

início, a população do sertão. No subcapítulo *Piores secas*, a reportagem se detém no Século XX, trazendo os grandes fenômenos que chamaram a atenção entre os anos de 1915 e 1958.

Figura 11 - Especial bibliográfico da primeira reportagem.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Com um nível de aprofundamento que vai além da informação histórica dos acontecimentos, o texto desta primeira reportagem do especial entra em concordância com Carvalho (2010, on-line), ao nos permitir “aprofundar assuntos de interesse público”, neste caso as secas, aprofundando os fatos e dando um “tratamento muito mais primoroso, tanto de conteúdo quanto plástico” permitindo uma compreensão mais ecossistêmica do assunto.

O segundo capítulo da série, *Seca Excepcional, O retrato do sofrimento pela falta de água*¹², traça um panorama que relaciona diretamente o problema das secas com condições de insalubridade, principalmente, do Nordeste brasileiro. O repórter Edgard Matsuki conversa com moradores dos estados do Ceará e do Maranhão, dividindo o conteúdo em três partes: *Seca excepcional, Difícil adaptação e Açailândia (MA)*.

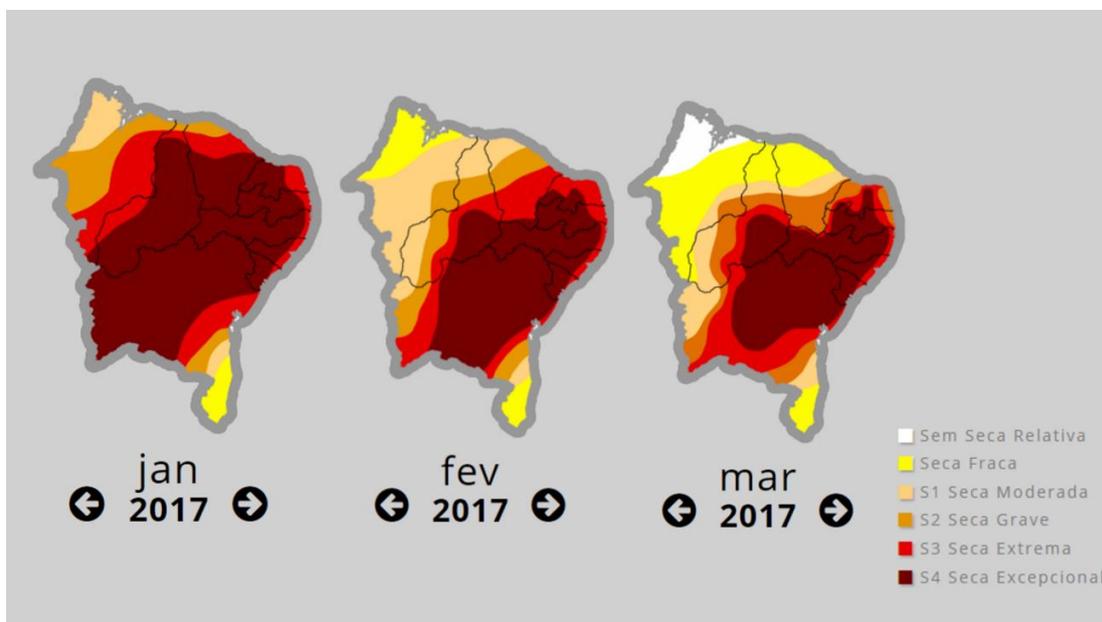
Na primeira parte do conteúdo, *Seca Excepcional*, há uma personagem principal, a senhora Francisca Rodrigues Amorim, que explica para o repórter as dificuldades enfrentadas devido à *Seca Excepcional*, no município de Boa Viagem, no Ceará. Este cenário, segundo a Agência Nacional de Águas (ANA), se enquadraria na categoria S4, a mais grave no ranking de problemas hídricos.

¹² Capítulo 2 do especial Vidas Secas: Seca Excepcional, O retrato do sofrimento pela falta de água. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/seca-excepcional/>>. Acesso em: 11.11.2019.

Diante do cenário caótico, a reportagem se propõe elucidar esta classificação das secas, para que por meio do conhecimento as pessoas tenham maior consciência sobre a gravidade do problema. Assim, observasse que existe a Seca Fraca (S0), um veranico de curta duração; a Seca Moderada (S1), que prejudica de maneira evidente os plantios; a Seca Grave (S2), com graves restrições de água e perdas de culturas de pastagens; a Seca Extrema (S3), com perdas de culturas e pastagens e escassez generalizada e a Seca Excepcional (S4), que dá o nome a este capítulo e inclui outros prejuízos como a escassez de água nos reservatórios, nos córregos e nos poços de água, criando situações de emergência.

Trazendo um parâmetro visual à reportagem, é inserido o gráfico do Monitor de Secas, coordenado pela ANA e que por meio de um recurso de slide expõe a classificação das secas nas regiões do Nordeste o longo do ano de 2017.

Figura 12 - Monitor de Secas, que acompanha o ciclo de estiagem e de escassez de chuva.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Diante do problema, que em alguns territórios é frequente ao longo do ano, as pessoas são forçadas a criarem novos hábitos de sobrevivência, estabelecendo processos de procura de água nos lugares assignados pelos órgãos públicos. Nos centros urbanos, há uma rotina de distribuição de carros-pipa, nos territórios rurais o cenário é um pouco mais caótico, devido a que não somente as pessoas dependem de água. Também os animais e as plantações precisam do líquido e acabam sofrendo as piores consequências.

Verifica-se neste capítulo/reportagem um conteúdo voltado principalmente para a relação do ser humano com os problemas hídricos. Um olhar que não apenas identifica o problema de um modo geral, mas que também volta seus interesses para as pessoas, tecendo uma relação direta do problema com as consequências negativas para os seres humanos.

Mas diante dessa problemática, ainda há casos de superação impulsionados pela ciência. Seguindo em frente com a proposta do especial multimídia, a equipe de produção opta por uma reportagem que começa a trazer uma visão mais positivista diante do problema. O terceiro capítulo, *Soluções sertanejas de convivência com a seca*¹³, retrata as iniciativas de desenvolvimento comunitário em meio ao semiárido.

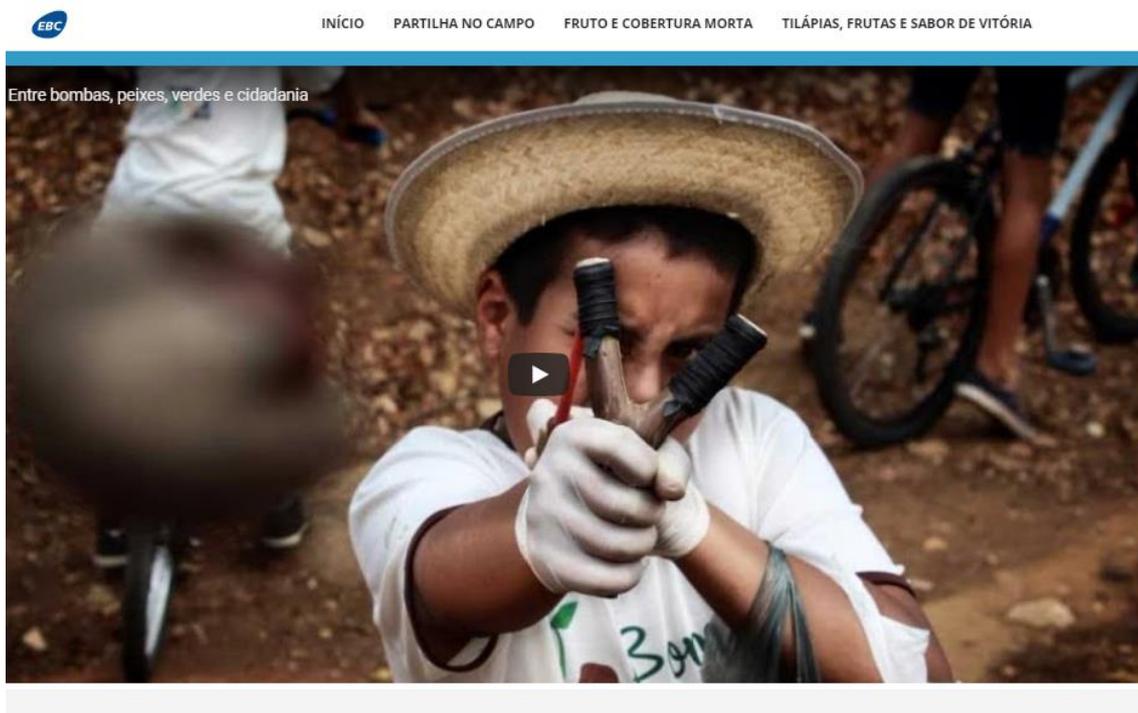
Diante de um cenário mais promissório, este capítulo traz casos de produção agrícola e pecuária em meio agro sertão, que foram possíveis graças à união dos moradores. Paralelamente, também registra um trabalho a longo prazo que visa a reflorestação de espécies nativas do sertão vem sendo implementado com o engenho de jovens moradores dos municípios que mais sofrem com os problemas da seca. A iniciativa prevê a distribuição de bombinhas – composição de barro, esterco e sementes de árvores – em áreas desmatadas. A ideia é tomada do agricultor e microbiólogo japonês Masanobu Fukuoka, criador da ideia e responsável, por meio desta técnica, do cultivo e a reflorestação de vastas áreas na Tailândia e na África.

Também, por meio da técnica de coberturas de plantas mortas e da reutilização de água, a comunidade tem conseguido driblar a crises hídrica, que para a época da reportagem especial, já chegava aos seis anos de duração em alguns municípios.

No que tange à convergência de mídias, este capítulo possui uma reunião ainda maior de formatos digitais. Além do texto, das fotografias e dos gráficos, já explorados nos dois primeiros capítulos, a reportagem faz uso de um vídeo, que por se próprio já se valeria como ferramenta para evidenciar as soluções propostas à seca.

¹³ Capítulo 3 do especial Vidas Secas: Soluções sertanejas de convivência com a seca. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/solucoes-para-a-seca/>>. Acesso em: 11.11.2019.

Figura 13 - vídeo como elemento informativo e complementar no corpo do capítulo.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Não por acaso, o vídeo também está disponível na plataforma do Youtube, de maneira independente, ao possuir um início, meio e fim. Trabalha assim as soluções inovadoras que os moradores de vários municípios do nordeste têm conseguido para dar sequência à produção rural e agrícola, ainda em tempo de estiagem e seca.

Este vídeo é uma inserção que incrementa o conteúdo, que não se limita à transposição das informações que já eram óbvias nos outros formatos de mídia como texto e imagem, mas que complementa de maneira interdependente.

O capítulo 4, *Onde está a água no Brasil?*¹⁴, identifica as regiões com a maior quantidade de água doce no país. Segundo a reportagem de Líria Jade (2018), a região do norte brasileiro concentra a maior quantidade da água.

Cerca de 12% da disponibilidade de água doce do planeta está em território brasileiro. Saiba como esse recurso está distribuído. Enquanto a Região Norte concentra aproximadamente 80% da água disponível, regiões próximas ao Oceano Atlântico possuem menos de 3% dos recursos hídricos do país. (JADE, 2018, On-line)

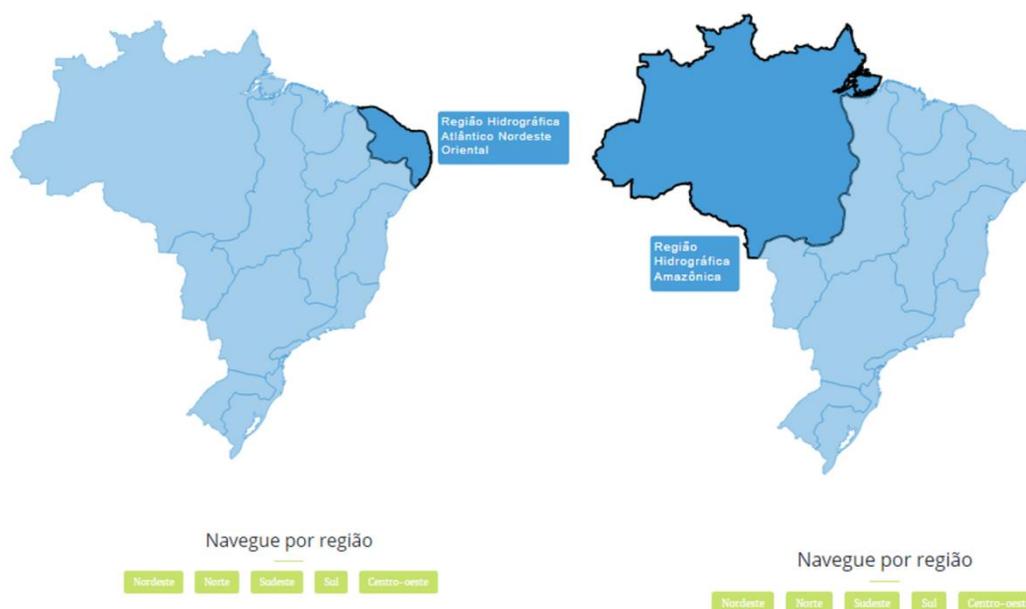
No formato de texto, a reportagem dá conta da enorme quantidade de água que o Brasil possui em suas 12 regiões hidrográficas, sendo que a sua distribuição está concentrada principalmente nas regiões Norte, Centro-Oeste e Sudeste. Por

¹⁴ Capítulo 4 do especial Vidas Secas: Onde está a água no Brasil?. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/agua-no-brasil/>>. Acesso em: 11.11.2019.

sua vez, a região amazônica, que possui cerca de 80% do total da água superficial do país possui uma baixa densidade demográfica, enquanto a região do Semiárido, com mais de 24 milhões de habitantes, enfrenta longos períodos de estiagem e de seca excepcional.

Esta reportagem tem sua participação multimídia com a inclusão do mapa sobre as regiões hidrográficas do país. Essa representação é feita em formato interativo, funcionando a partir da navegação do *mouse* na superfície da arte, possibilitando o destaque às regiões discutidas ao longo da reportagem. A arte ainda conta com maiores informações sobre cada uma das regiões trabalhadas no especial.

Figura 14 - Ilustração em representação das regiões hidrográficas do Brasil.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

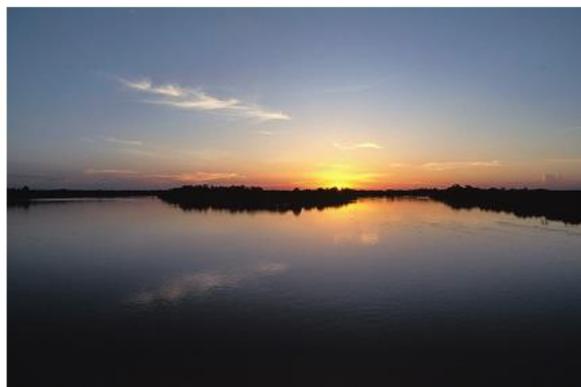
Ao clicar na região hidrográfica sobre a qual se deseja obter maiores informações, é ativada uma janela no estilo de *popup*, trazendo os detalhes relacionados. No destaque, a região hidrográfica amazônica, dá conta de exemplificar a distribuição territorial e de água doce da bacia hidrográfica mais extensa do mundo.

Figura 15 - destaque especial à região hidrográfica da Amazônia.

Região Hidrográfica Amazônica

Área: 7.008.370 km²

Passa por: Brasil, Colômbia, Bolívia, Equador, Guiana, Peru e Venezuela



Rio Branco Boavista (RR) - Fotógrafo: Rui Faquini - Banco de Imagens ANA

A Região Amazônica é considerada a rede hidrográfica mais extensa do mundo, segundo a Agência Nacional de Águas. Ela ocupa uma área total de 7.008.370 km², desde as nascentes, nos Andes Peruanos; até sua foz, no Oceano Atlântico. Mais de 64% desse total ficam em território brasileiro e o restante está dividido entre a Colômbia (16,14%), Bolívia (15,61%), Equador (2,31%), Guiana (1,35%), Peru (0,60%) e Venezuela (0,11%).

Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Este anexo à reportagem especial também trata da divisão interna desse território no Brasil, considerando que a rede é compartilhada pelos estados: Acre, Amazonas, Amapá, Rondônia, Roraima, Pará e Mato Grosso.

Na continuação, a reportagem apresenta os dados demográficos de cada uma das grandes regiões brasileiras, com relação à distribuição demográfica da água. Todas estas regiões são complementadas por arquivos fotográficos que apresentam as riquezas naturais dos grandes rios ao longo do país.

Em outro aparte, é trazido o cenário das áreas rurais em comparação com às urbanas, no que tange à demanda de abastecimento de água. Esta informação é apresentada em formato de gráfico, ilustração no estilo *cartoon* que complementa, incluso, a origem do abastecimento de água nos municípios brasileiros, que tem como fonte principal os mananciais superficiais (58%) e como fonte secundária os subterrâneos (42%).

No capítulo *Água Invisível*¹⁵, o especial trata do consumo de água das diversas maneiras em que acontece. Isto envolve não a quantidade de água

¹⁵ Capítulo 5 do especial Vidas Secas: Água invisível. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/agua-invisivel/>>. Acesso em: 11.11.2019.

consumida ou gasta de maneira consciente. Trata-se este capítulo, ou reportagem, da quantidade de água gasta durante diversas cadeias produtivas tanto do agro, quanto da indústria.

Em formato de *slide show*, são apresentadas ilustrações que trazem análises pontuais sobre a necessidade de recursos hídricos na produção dos recursos materiais e alimentares dos quais dispêndemos diariamente. Um exemplo palpável disso é o arroz. Nesta análise, para produzir 1kilo de arroz são necessários 2.497 litros de água. Com estes dados torna-se evidente o que a repórter Priscila Ferreira (2018) deixa em evidencia nas primeiras linhas do especial.

Cada brasileiro consome um significativo volume de água que não sai das torneiras de casa nem do trabalho. Isso porque a água está presente no processo de produção de vários itens de nossa rotina, mas ninguém vê. Para se produzir uma folha em tamanho A4, por exemplo, não se usam apenas árvores. Há a estimativa de consumo de 10 litros de água por folha. Para uma resma, com 500 folhas, são 5 mil litros, o equivalente, em média, ao 'gasto consciente' de uma pessoa durante um mês e meio. (FERREIRA, 2018, on-line).

A reportagem também insere um novo conceito à discussão, o de marcas de pegadas, que tem por objetivo analisar as marcas que o homem deixará com relação ao consumo de água. Este indicador multidimensional, foi ilustrado pela equipe de designers gráficos do portal EBC, que de maneira estática inseriram as principais informações relacionadas a este conceito introduzido pela *Water Footprint*.

Figura 16 - representação infográfica sobre o consumo de água.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Este gráfico ainda demonstra um desafio para os consumidores, que podem reduzir o consumo de água com medidas já amplamente divulgadas, como as

mudanças nos padrões de consumo. Estas medidas são extensivas às empresas, que podem reduzir as pegadas hídricas a níveis que diminuam a poluição.

No capítulo seis, *Soluções sustentáveis para o uso da água*¹⁶, são apresentados dados que demonstram que o Brasil deve aumentar em 30% sua demanda por uso de água até 2030.

Os repórteres, Líria Jade, Edgard Matsuki e Priscila Ferreira, fazem um resgate dos pensamentos de Fabiano, um dos principais personagens do livro *Vidas Secas*, de Graciliano Ramos, quem sonhava com um futuro com abundância de água. Cenário que, claramente, ainda não é possível em várias regiões do país.

As soluções para superar estas crises hídricas são apresentadas no especial, com um recurso gráfico denominado de *Soluções Hídricas*, composto por cinco tópicos denominados como: Águas de reuso, Dessalinização, Captação de água da chuva, Despoluição e Transporte de rios. Estas soluções são apresentadas em botões com recurso de navegação no formato de *popup*, abrindo em tela uma descrição clara de cada uma das soluções.

Ainda na perspectiva da apresentação das alternativas para solucionar este problema, são elencados alguns tópicos que contém recursos de texto, fotografias e vídeos:

Saneamento sustentável: apresenta o caso da cidade de Petrópolis, no Rio de Janeiro, que serve como modelo para o reaproveitamento de detritos para gerar biogás e adubo.

Cisterna sustentável e livre para uso: no primeiro vídeo desta reportagem, o técnico agropecuário, Edison Urbano, apresenta o seu sistema de aproveitamento de água de chuva, que é filtrada em uma mini cisterna e disponibilizada para uso.

Aproveitamento de água da chuva: outro projeto realizado no estado do Pará, tenta diminuir a incidência de doença devido ao consumo de água sem o devido tratamento. Neste sentido, além da instalação dos sistemas de captação de água, foram realizadas capacitações com a população, a fim de capacitá-los sobre o uso e a manutenção do equipamento.

Fórum Verde: esta ação refere-se ao prédio do Tribunal do Distrito Federal e Territórios, construído em 2012. Este é a primeira unidade sustentável do judiciário

¹⁶ Capítulo 6 do especial *Vidas Secas: Soluções sustentáveis para o uso da água*. Disponível em <<http://www.etc.com.br/especiais-agua/solucoes-hidricas/>>. Acesso em: 11.11.2019.

brasileiro, permitindo a reutilização do recurso hídrico, bem como a conscientização do público interno e externo, que é atraído por esta novidade da engenharia civil.

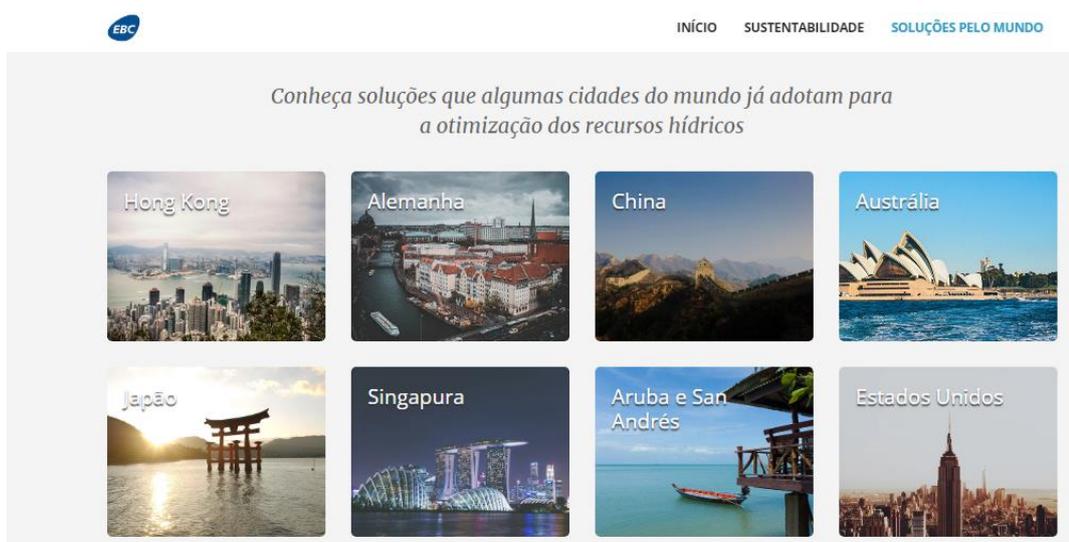
Limpeza de córregos: este projeto retrata um caso na cidade de Sorocaba, no interior de São Paulo, no qual foi recuperada uma área de nascentes e córregos abandonada. A partir da limpeza do local e da reflorestação da mata, conscientizou-se a população da importância e da utilidade que este espaço tinha.

Aeroportos sustentáveis: iniciativas sustentáveis nos terminais aéreos também são responsáveis por economia e conscientização. Neste sentido, iniciativa como as dos aeroportos de Confins, em Belo Horizonte e Santos Dumont, no Rio de Janeiro, merecem especial atenção, tendo em vista que ambos possuem programas de recurso hídricos, que armazenam, purificam e disponibilizam para reuso todas as águas de chuveiros e pias, para depois ser reutilizadas para descarga dos sanitários.

Integração universidade e comunidade: este é a iniciativa acadêmica em prol a sustentabilidade. Por meio de projetos de informação e conscientização é possível atingir a comunidades que vivem próximas às bacias hidrográficas.

A reportagem é finalmente encerrada com um mosaico, em formato de botão *pop up*, com as soluções que algumas cidades do mundo criaram no intuito de otimizar o uso de recursos hídricos.

Figura 17 - Recursos de Pop Up ao interior da reportagem.



Fonte: especial multimídia "Vidas Secas", Portal EBC.

Estas soluções perpassam as alternativas já verificadas no decorrer do capítulo, trazendo um exemplo palpável da viabilidade dessas alternativas. Uma

espécie de validação dessas opções que podem ser comparadas a alguns empreendimentos que o Brasil já tenta pôr em prática. No caso da China, se aposta no desvio de rios para atender as demandas da população. No Brasil, a transposição do rio São Francisco tem como fundamento atingir as populações moradoras do semiárido.

Diante desse cenário pode parecer que a crise hídrica se aloca exclusivamente nas áreas do semiárido do Nordeste. É por esta razão que o especial multimídia abordou no sétimo capítulo a *Reviravolta no mapa da seca*¹⁷, tornando compreensível que a “crises hídricas em SP e no DF mostram que a falta d'água não está restrita ao Nordeste”.

Figura 18 - Capa da reportagem/capítulo que trata da seca no sudeste brasileiro.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

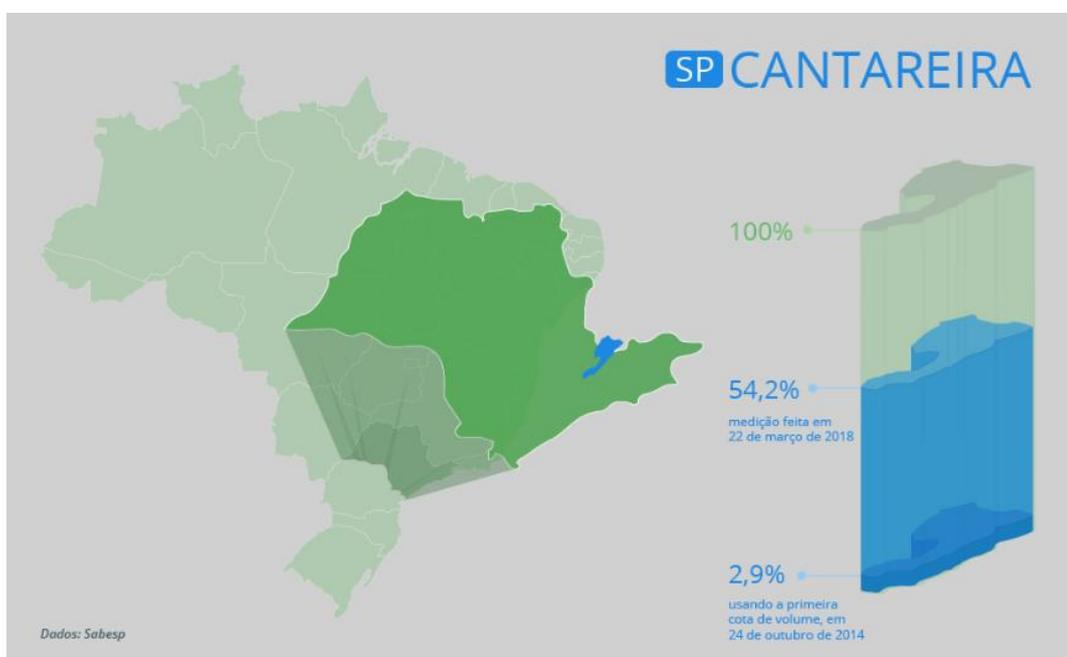
A reportagem foi desenvolvida pelos repórteres Fabíola Sinimbú e Edgard Matsuki, que de maneira geral abordaram a temática como um problema latente em várias regiões do Brasil. Trazendo como objeto central a reserva da Cantareira em São Paulo e as de Descoberto e Santa Mari, em Brasília, a reportagem consegue traçar um panorama que envolve uma crise geral em função da falta de chuva durante os anos de 2014 e 2017.

¹⁷ Capítulo 7 do especial Vidas Secas: Reviravolta no mapa da seca. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/reviravolta-no-mapa-da-seca>>. Acesso em: 11.11.2019.

Neste capítulo também se observa a utilização de diversos recursos gráficos e de desenvolvimento web, que por meio de sua utilização tornam o ambiente mais didático e ligam alguns conteúdos com outros, ampliando a contextualização ao internauta.

Na primeira parte da reportagem, intitulada *Crise em SP*, são especificados os motivos que geraram a crise hídrica na região metropolitana de São Paulo. Em linha de tempo detalhada, se apresentam os principais movimentos neste sentido a partir de 2010, quando a situação da reserva se encontrava no limite da sua capacidade máxima, com 97% da sua capacidade máxima de armazenamento comprometida em função da chuva. Já em 2013, são registradas chuvas 72% abaixo do normal. Em 2014 chega o fenômeno *El Niño* na América do Sul e a crise aumenta, chegando a operar em volume útil no ano de 2016, conforme exposto no gráfico.

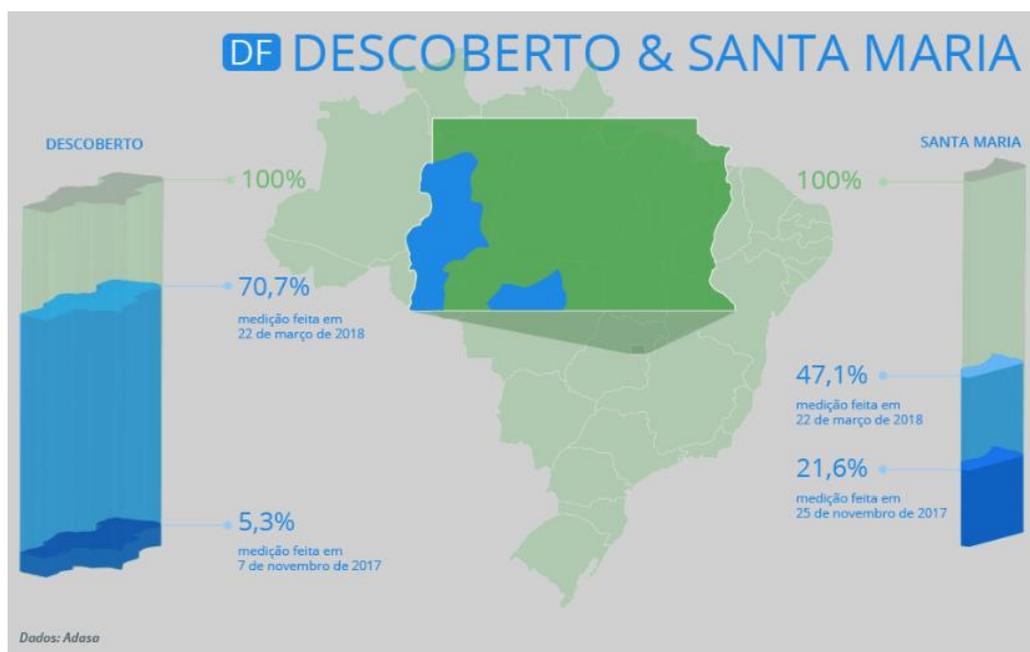
Figura 19 - Ilustração gráfica dos níveis da reserva Cantareira - SP.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

No caso de Brasília, a equipe do portal implementou uma estratégia ilustrativa muito parecida, composta por fotografias, vídeo e linha tempo. Todos estes recursos de mídia em função de fundamentar as causas que levaram os reservatórios de Descoberto e Santa Maria a atingirem seus menores volumes históricos, ainda em 2017.

Figura 20 - Reservas de Descoberto e Santa Maria - DF.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Este capítulo, mais do que para informar, serve como um alerta para as demais regiões do Brasil, que embora se encontrem longe do clima seco do sertão, ainda correm perigo com a falta de água em decorrência das mudanças climáticas, que hora aumentam seu fluxo histórico e causam inundações, hora se espaçam em intervalos tão acentuados que evidenciam as crises mencionadas.

Para dar um giro ao fluxo do especial multimídia, a oitava reportagem volta oito décadas no tempo para conferir *Nos caminhos dos campos de concentração do Ceará*¹⁸, que reuniram pelo menos 73.918 flagelados. “A equipe de reportagem da Agência Brasil percorreu o interior do estado, 86 anos depois, para verificar como vive hoje a população nas proximidades dos antigos campos” (FERREIRA, 2018, On-line).

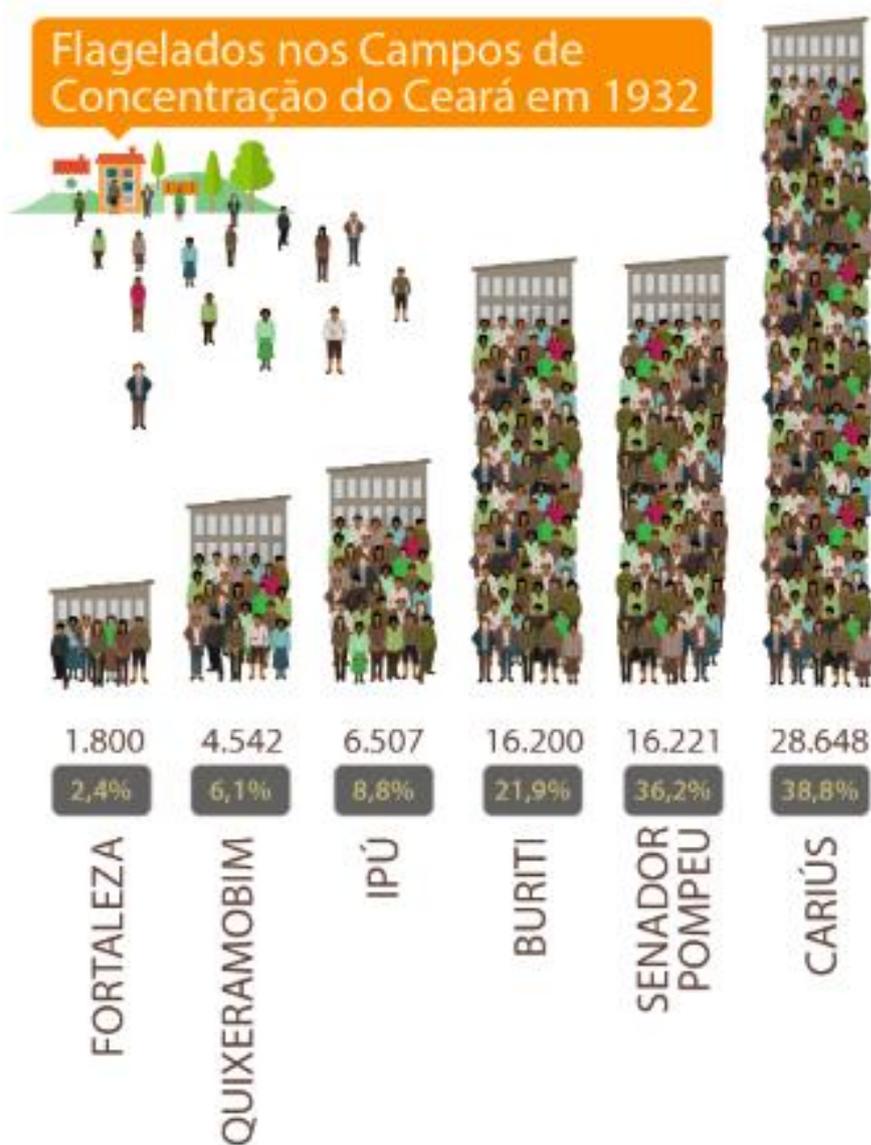
A reportagem cumpre seu objetivo apresentando conteúdo em diversos tipos de mídia. A abertura é feita com um vídeo que apresenta uma visão geral dos locais nos quais foram estipulados os assentamentos, trazendo ao mesmo tempo a realidade daqueles que vivem na atualidade naqueles lugares.

Essa história dos campos de concentração cearenses se originou durante a crises hídrica de 1932, que é retratada na obra de *Vidas Secas*, de Graciliano

¹⁸ Capítulo 8 do especial *Vidas Secas*: *Nos caminhos dos campos de concentração do Ceará*. Disponível em < <http://www.ebc.com.br/especiais-agua/campos-de-concentracao/>>. Acesso em: 11.11.2019.

Ramos, que serviu como ponto de partida para o trabalho da reportagem. Durante esta, que é considerada uma das maiores crises hídricas do Nordeste, pelo menos 73.918 foram confinadas em casarões erguidos pelo Departamento Nacional de Obras Contra a Seca, que prometeu cuidar das necessidades básicas das pessoas durante a crise.

Figura 21 - Campos de concentração no Nordeste, 1932.



Fonte: especial multimídia "Vidas Secas", Portal EBC.

No gráfico, a equipe de reportagem expôs os percentuais populacionais que se concentraram nos confinamentos criados entre os municípios de Crato e Fortaleza. Atualmente, os moradores da região ainda tentam se adaptar às consequências das secas da região, mas concordam com o fato de agora estarem

um passo à frente do problema, ao terem algumas alternativas para sobreviver à seca.

No período recente, não apenas as mudanças climáticas têm provocado problemas relacionados à água. A falta dos recursos hídricos devido à seca, talvez seja o motivo mais discutido nos últimos anos, mas a esse agravante podemos também somar a poluição aos mananciais de água doce. A contaminação destes recursos hídricos também traz como resultado a escassez hídrica no Brasil.

Um dos acontecimentos mais recordados pela população brasileira, quanto à poluição de recursos hídricos, é o rompimento da barragem de Fundão, em Mariana, Minas Gerais. Com recursos midiáticos muito parecidos aos já utilizados nas anteriores reportagens do especial, a equipe traz um panorama geral do acontecimento no capítulo 9.

Este capítulo, intitulado *O desastre no Rio Doce*¹⁹, além de trata a tragédia de um modo geral, com os principais dados em número de mortes, desabrigados e de perdas, também traz um olhar a partir do impacto ambiental gerado pelo excesso de lama e a presença de metais tóxicos como mercúrio e chumbo.

Figura 22 - cidades de Barra Longa, Bento Rodrigues e Mariana um ano após a tragédia.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Diante do impacto em longo prazo causado pelo rompimento das barragens, a reportagem optou por apresentar o trabalho das entidades envolvidas na

¹⁹ Capítulo 9 do especial Vidas Secas: As lições amargas do desastre no Rio Doce. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/desastre-no-rio-doce/>>. Acesso em: 11.11.2019.

recuperação do rio. Segundo o repórter Edgard Matsuki (2018), a situação embora não tenha sido superada apresenta sinais de melhoria.

O levantamento de qualidade das águas feito pela Fundação Renova em dezembro de 2017 mostra que a situação é muito melhor do que na época do desastre, mas pior do que a média histórica de antes da tragédia e próximos aos limites aceitáveis. (MATSUKI, 2018, On-line).

Para dar conta dessa possível recuperação, a equipe gráfica traz uma ilustração que apresenta detalhes relacionados à turbidez, ao nível de oxigênio, à condutividade elétrica e ao pH.

Figura 23 - Detalhes sobre a qualidade hídrica.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

Apesar do avanço em termos de diminuição de poluição nas águas do rio doce, para boa parte dos moradores dos municípios afetados a evolução em termos ambientais e de sobrevivência são mínimos. O próprio impacto causado pela tragédia, as perdas materiais e a contaminação ambiental gerada naquele momento, certamente ficarão guardadas na mente de quem esteve ali durante o ocorrido.

O especial é fechado no capítulo/reportagem de número 10. Se lança um questionamento oportuno. *Em 20 anos, teremos água?*²⁰. É dessa maneira que o especial multimídia aproxima da discussão os “prognósticos alarmantes” e os “olhares otimistas”, diante dos problemas de recursos hídricos vivenciados no país.

Diante de tantas adversidades encontrada nas últimas décadas nos grandes centros urbanos, o prognóstico para 2038 não seria o mais esperançoso. Ainda assim, para especialistas da Agência Nacional de Águas (ANA), em uma reflexão

²⁰ Capítulo 10 do especial Vidas Secas: Em 20 anos, teremos água?. Disponível em: < <http://www.ebc.com.br/especiais-agua/em-20-anos-teremos-agua/> >. Acesso em: 11.11.2019.

mais profunda o pior cenário seria vivenciado nas áreas urbanas. Conforme defende Marcos Freitas (2018), coordenador do Instituto Virtual Internacional de Mudanças Globais, da UFRJ.

Do ponto de vista climático, as mudanças foram muito pequenas nesta região se recordarmos o que era o semiárido na década de 1930. São quatro meses de chuvas para oito meses de seca. Há de se considerar, ainda, o crescimento populacional no semiárido e mais pressão por recursos hídricos [...] A minha perspectiva para o Nordeste é mais positiva do que no Sudeste. O que não está sendo resolvida na velocidade adequada é a poluição das bacias da região (FREITAS, 2018, On-line).

Diante de um cenário diferenciado para as diversas regiões do país, é plausível elencar o que ao longo do tempo poderia acontecer de positivo ou negativo em grandes regiões do país como o semiárido nordestino, os grandes centros do sudeste e a Amazônia. Esta perspectiva ficou clara na arte ilustrativa desenvolvidas pelas equipes de designers e programadores do EBC.

Figura 24 - ilustração animada e com dados complementares.



Fonte: especial multimídia “Vidas Secas”, Portal EBC.

A partir da elucidação deste cenário, a reportagem segue seu curso dividida em seis eixos: futuro nas profundezas, futuro na cidadania, futuro na agricultura, futuro na tecnologia, futuro no olhar ao passado e futuro nos rios da Amazônia. Ao longo deste sub tópicos, a reportagem acrescenta soluções de sustentabilidade dos recursos hídricos além de fazer referência às 9 grandes reportagens produzidas para

compor o especial. Uma espécie de junção de peças que passaria pela conscientização sobre o problema, a apresentação das alternativas possíveis e os desafios que surgem para o futuro.

Conforme fica claro, diante da diversidade de recursos implementados na produção deste especial, a equipe envolvida foi extensa. Cada um dos capítulos ou reportagens teve suas distintas equipes responsáveis totalizando ao todo 15 profissionais envolvidos em funções detalhadas no quadro abaixo.

Quadro 2 - Expediente do especial multimídia Vidas Secas.

Expediente do especial multimídia Vidas Secas	
Atividade	Profissionais
Reportagens	Edgard Matsuki Fabíola Sinimnú Líria Jade Luiz Cláudio Ferreira Priscila Ferreira
Edição	Ana Elisa Santana Carolina Pimentel Ligya Carvalho Luiz Cláudio Ferreira Nathália Mendes Noelle Oliveira
Produção visual e implementação	Alexandre Krecke Marcelo Nogueira
Infografia	Daniel Dresch Cid Vieira
Imagens	Gustavo Gomes / EBC Banco de Imagens da Agência Nacional de Águas – ANA Agência Brasil Tiago Moreira (imagens cedidas)

Fonte: O autor.

6.2. Análise da Convergência e do Ecossistema Comunicacional do especial multimídia Vidas Secas

Diante do conteúdo é possível verificar a existência de um processo de convergência de mídias. Convergência esta que está relacionada à implementação dos diversos formatos de mídia presentes no especial e as formas em que os mesmos foram combinados. Esta combinação partiria do princípio da complementação visual e gráfica, com a intenção de aumentar a compreensão do conteúdo. Além de esse olhar sobre a complementação entre as mídias, surge também a necessidade de observarmos mais detalhadamente o entorno desse processo de unificação de conteúdo, indo além dos conceitos de multimídia e transmídia analisados por Jenkins (2009).

Esse olhar traria uma visão mais do que holística do conteúdo, seria um posto de vista ecológico, tendo em vista que segundo Capra (1996, p. 26), veria o mundo “não como uma coleção de objetos isolados, mas como uma rede de fenômenos”, com percepções relativas não apenas ao processo organizacional e de construção, mas estabelecendo uma relação com os efeitos causados por esse conjunto de conteúdos convergentes.

Uma visão holística de uma bicicleta, digamos, significa ver a bicicleta como um todo funcional e compreender, em conformidade com isso, as interdependências de suas partes. Uma visão ecológica da bicicleta inclui isso, mas acrescenta-lhe a percepção de como a bicicleta está encaixada no seu ambiente natural e social – de onde vêm as matérias-primas que entram nela, como foi fabricada, como o seu uso afeta o meio ambiente natural e a comunidade pela qual ela é usada, e assim por diante (CAPRA, 1996, p. 25).

Partindo desse princípio, esta análise nos leva de um ponto geral ao um específico que contém dados pertinentes para a discussão. Tendo em vista que o especial multimídia Vidas Secas possui dez capítulos ou reportagens especiais, resulta importante lançarmos mão do panorama geral desta distribuição de mídias.

Figura 25 - disposição gráfica com elementos multimídia do especial.

Vidas Secas
NO PAÍS DAS ÁGUAS
assado, presente e futuro da relação do brasileiro com a fartura e a estiagem



Fonte: O autor.

O especial registra em sua estrutura uma clara tendência ao conteúdo de texto, incorporando de maneira complementar fotografias, ilustrações, animações e vídeos. Os dados dessa preferência na escolha do formato do conteúdo podem ser observados da seguinte maneira ao longo dos capítulos.

Tabela 4 - Vidas Secas, Catástrofes atravessaram os séculos.

Capítulo 1 - Vidas Secas, Catástrofes atravessaram os séculos.	
Formato de mídia	Quantidade
<i>Texto</i>	5
<i>Foto</i>	21
<i>Vídeo</i>	0
<i>Ilustração</i>	0
<i>Animação</i>	1
Total mídias	27

Gráfico 1

Gráfico 1. Convergência de mídias do capítulo 1.

Fonte: O autor.

De modo exato, na primeira reportagem se observa que a fotografia foi o recurso de mídia mais utilizado ao longo do conteúdo. Conforme observado no gráfico 1, com um 78%, seu protagonismo só é seguido pelos arquivos textuais, que ocupam um 18% do total do espaço.

Tabela 5 - Seca Excepcional, O retrato do sofrimento pela falta de água.

Capítulo 2 - Seca Excepcional, O retrato do sofrimento pela falta de água.	
Formato de mídia	Quantidade
<i>Texto</i>	4
<i>Foto</i>	6
<i>Vídeo</i>	0
<i>Ilustração</i>	12
<i>Animação</i>	0
Total mídias	20

Gráfico 2

Gráfico 2. Convergência de mídias do capítulo 2.

No capítulo 2 se observa que as ilustrações foram a principal mídia. Por fazerem um percurso minucioso sobre o monitoramento da seca, necessariamente foi necessária a implementação de múltiplos recursos ilustrativos.

Desenhasse aqui uma tendência que já é vista nos capítulos de reportagem anteriores e que será aparente nos próximos. Cada reportagem do especial possui um recurso de mídia prevalecente. Quer dizer que a utilização deste recurso, que depende exclusivamente da necessidade do conteúdo da reportagem, norteará em mais de um 50% os recursos implementados.

Tabela 6 - Soluções sertanejas de convivência com a seca.

Capítulo 3 - Soluções sertanejas de convivência com a seca.	
Formato de mídia	Quantidade
<i>Texto</i>	3
<i>Foto</i>	18
<i>Vídeo</i>	1
<i>Ilustração</i>	0
<i>Animação</i>	0
Total mídias	22

Gráfico 3

Gráfico 3. Convergência de mídias do capítulo 3.

Fonte: O autor.

Ao apresentar as soluções que os sertanejos já implementam para solucionar os problemas da seca, o principal recurso de mídia escolhido pela equipe foram as fotografias. No gráfico 3 se observa que 82% do conteúdo está composto por fotos. Ao parametrizar a escolha da equipe de reportagem pela utilização de 18 fotografias, se entende que é fundamental mostrar os registros visuais dessas soluções de que trata a reportagem.

Tabela 7 - Onde está a água no Brasil?

Capítulo 4 - Onde está a água no Brasil?

<i>Formato de mídia</i>	Quantidade
<i>Texto</i>	2
<i>Foto</i>	26
<i>Vídeo</i>	0
<i>Ilustração</i>	2
<i>Animação</i>	1
Total mídias	31

Gráfico 4

Gráfico 4. Convergência de mídias do capítulo 4.

Fonte: O autor.

A reportagem do capítulo 4 apresenta um panorama nacional sobre as regiões hidrográficas do país. Além de terem sido utilizados a maioria de formatos de mídia que estamos analisando, a fotografia esteve em 84% do conteúdo, conforme consta no gráfico 4.

Tabela 8 - Água invisível

Capítulo 5 - Água invisível	
<i>Formato de mídia</i>	Quantidade
<i>Texto</i>	5
<i>Foto</i>	0
<i>Vídeo</i>	0
<i>Ilustração</i>	28
<i>Animação</i>	1
Total mídias	34

Gráfico 5

Gráfico 5. Convergência de mídias do capítulo 5.

Fonte: O autor.

Ao elucidar os consumos invisíveis da água, as ilustrações são uma escolha natural. Tendo em vista que a água é invisível, somente os recursos gráficos poderiam evidenciar sua existência. Esta hipótese se comprova ao verificar que o conteúdo, segundo o gráfico 5, está composto em um 82% por ilustrações.

Tabela 9 - Soluções sustentáveis para o uso da água.

Capítulo 6 - Soluções sustentáveis para o uso da água.	
Formato de mídia	Quantidade
<i>Texto</i>	2
<i>Foto</i>	25
<i>Vídeo</i>	2
<i>Ilustração</i>	0
<i>Animação</i>	13
Total mídias	42

Mídia	Porcentagem
Foto	59%
Animação	31%
Texto	5%
Vídeo	5%
Ilustração	0%

Gráfico 6. Convergência de mídias do capítulo 6.

Fonte: O autor.

No gráfico 6, embora se observe uma tendência mais equilibrada entre os recursos de mídia utilizados, ainda um recurso domina com 59% de implementação.

Tabela 10 - Reviravolta no mapa da seca.

Capítulo 7 - Reviravolta no mapa da seca.	
Formato de mídia	Quantidade
<i>Texto</i>	6
<i>Foto</i>	12
<i>Vídeo</i>	1
<i>Ilustração</i>	2
<i>Animação</i>	2
Total mídias	23

Mídia	Porcentagem
Foto	52%
Texto	26%
Animação	9%
Ilustração	9%
Vídeo	4%

Gráfico 7. Convergência de mídias do capítulo 7

No gráfico 7 verificamos que as fotografias, como recurso mais utilizado, dividem parte do protagonismo, desta vez, as unidades de conteúdo textual. Importante destacar que pela única vez no especial multimídia, se observa em uma única reportagem especial a utilização de todos os recursos de mídia pesquisados.

Tabela 11 - Nos caminhos dos campos de concentração do Ceará.

Capítulo 8 - Nos caminhos dos campos de concentração do Ceará.

<i>Formato de mídia</i>	<i>Quantidade</i>
<i>Texto</i>	2
<i>Foto</i>	26
<i>Vídeo</i>	1
<i>Ilustração</i>	2
<i>Animação</i>	0
Total mídias	31

Gráfico 8

Gráfico 8. Convergência de mídias do capítulo 8.

Fonte: O autor.

O gráfico 8 traz novamente a tendência de predominância de um formato de mídia. As fotografias pressupõem 84% dos formatos de mídia. Esta reportagem também comporta texto, vídeo e duas ilustrações.

Tabela 12 - O desastre no Rio Doce.

Capítulo 9 - O desastre no Rio Doce.

<i>Formato de mídia</i>	<i>Quantidade</i>
<i>Texto</i>	4
<i>Foto</i>	24
<i>Vídeo</i>	0
<i>Ilustração</i>	1
<i>Animação</i>	1
Total mídias	31

Gráfico 9

Gráfico 9. Convergência de mídias do capítulo 9.

Este capítulo muito visual, considerando a natureza do conteúdo trabalhado. O desastre no Rio Doce apresentou de maneira ampla as evidências dos problemas causados por causa do rompimento da barragem de Fundão. Com 24 fotografias, a reportagem teve um 80% de prevalência fotográfica.

Tabela 13 - Em 20 anos, teremos água?

Capítulo 10 - Em 20 anos, teremos água?	
Formato de mídia	Quantidade
<i>Texto</i>	6
<i>Foto</i>	9
<i>Vídeo</i>	0
<i>Ilustração</i>	1
<i>Animação</i>	1
Total mídias	17

Gráfico 10

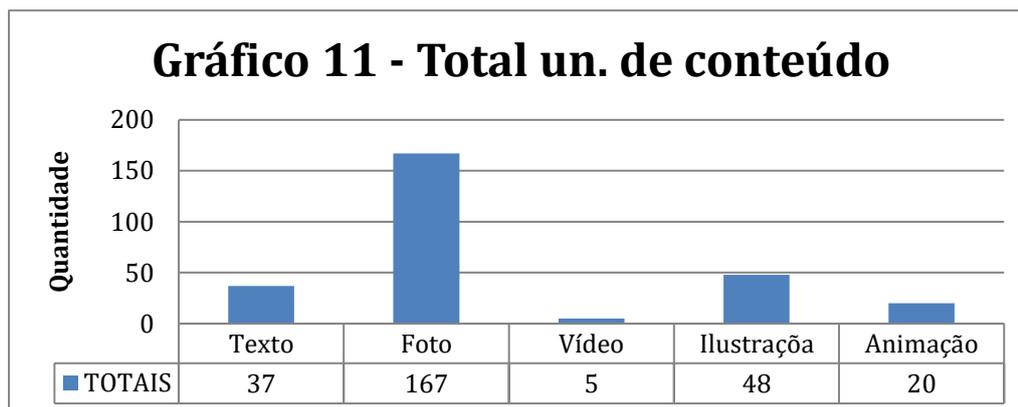
Gráfico 10. Convergência de mídias do capítulo 10.

Fonte: O autor.

Por apresentar um panorama geral em torno a todas as reportagens do especial multimídia, a fotografia foi um caminho natural. De maneira conclusiva, também se observa a importância do texto no fechamento das ideias. Conforme o gráfico 10, 35% do conteúdo desta reportagem foi textual.

De modo geral resgatamos os dados de utilização de mídia implementados ao longo das dez reportagens do especial multimídia. Com um total de 277 unidades de conteúdo utilizadas, é perceptível que algumas foram mais presentes ao longo do material.

Gráfico 11 - Quantidades totais de formatos de mídia utilizados nos capítulos do especial multimídia "Vidas Secas".

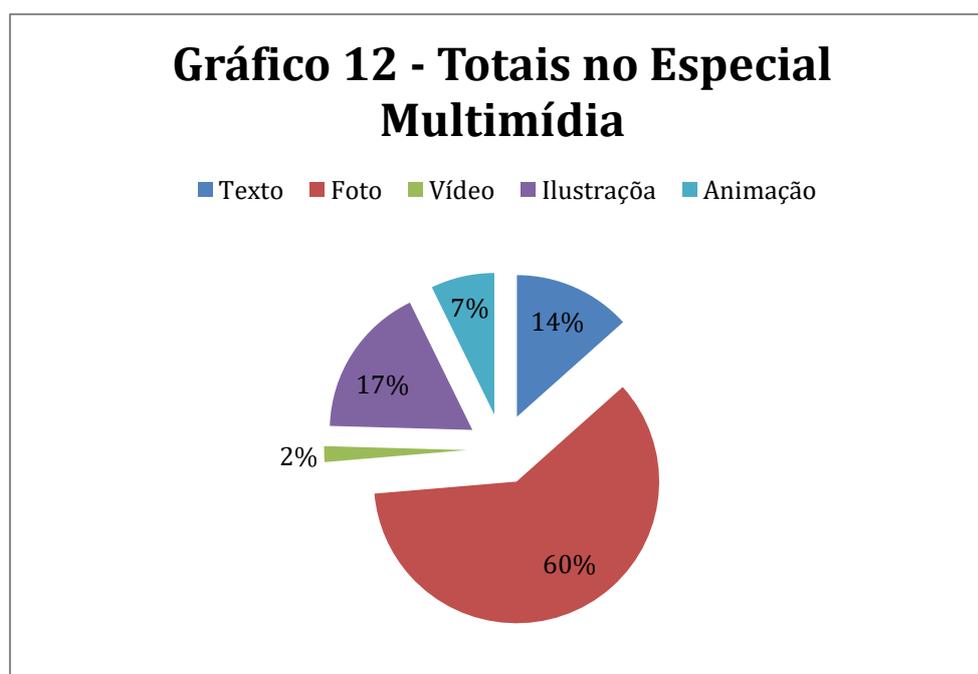


Fonte: O autor.

O gráfico 11 evidencia uma clara tendência à utilização da fotografia, seguida pelo texto. Tendo em vista a característica própria da internet, que costumeiramente já trabalha em publicações comuns os formatos mais evidentes no gráfico.

Estabelecendo um percentual real sobre a aparição de cada tipo de mídia ao longo do especial, lançamos mão de um gráfico sintetizador do total dos conteúdos.

Gráfico 12 - Quantidades proporcionais de formatos de mídia utilizados nos capítulos do especial multimídia "Vidas Secas".



Fonte: O autor.

O especial multimídia é um formato que nativamente tem abordado conteúdos mais profundos, que se sobrepõem à superficialidade corriqueira de boa parte dos

conteúdos presentes na mídia. Assim, a implementação de recursos visual representa um caminho lógico que de maneira alguma inclinaria a balança para uma preferência absoluta.

Segundo o gráfico 12, com 60% do total das unidades de conteúdo, a fotografia foi o de longe o tipo de conteúdo mais utilizado. Tendo em vista que para esta pesquisa se estabeleceu metodologicamente a característica de cada formato de mídia utilizado, resulta plausível resgatar que a prevalência da fotografia não determinaria necessariamente um espaço maior destinado a este tipo de mídia. Apenas entendesse que o texto, por sua característica natural, ocupa o maior espaço ao longo das reportagens explicitadas. Embora se observe essa tendência, uma unidade textual, para efeito desta pesquisa, com início, meio e fim se estende por vários parágrafos, conquistando um maior ambiente especial, embora esteja em menor número individual de conteúdo.

Para este efeito, ocupar um espaço maior não significaria a prevalência do formato de mídia, apenas sua característica natural, que prescinde de uma área ainda maior para se configurar como uma unidade com sentido completo.

6.3. Percepções dos internautas do especial Vidas Secas

Para preencher por completo a análises do processo ecossistêmico dos especiais multimídia, inserimos o sexto elemento que compõe o ecossistema comunicacional: a audiência e as percepções dos leitores. Esta inserção se dá também como parâmetro para estabelecer a recepção que o público teve sobre o conteúdo, bem como a interação. Visualizando como resultado desta ação o tipo de aprofundamento que estes especiais multimídia trazem para o público, bem como as percepções que se têm sobre eles.

No caso do especial Vidas Secas, as opiniões constantes nas redes sociais se caracterizam por terem um viés positivo sobre o conteúdo elaborado pelo Portal EBC. Se percebe na interação de vários internautas um elogio à iniciativa da equipe e ao tipo de conteúdo que foi desenvolvido.

Figura 26 - Compartilhamento positivo do especial do EBC.



Fonte: Portal EBC.

Na rede social *Twitter*, o time da DigitalGovBr, encarregados da transformação da relação do cidadão com o Governo Federal pelo digital, compartilhou o conteúdo com seus seguidores, tecendo elogios à equipe que produziu o especial e se referindo ao fato de estar à espera da veiculação de novos conteúdos dessa natureza.

As manifestações positivas surgiram nas várias plataformas digitais. No *Facebook* os usuários também compartilharam o especial ao mesmo tempo em que elogiavam a qualidade do mesmo.

Figura 27 - Compartilhamentos elogiando especial do EBC.



Fonte: Portal EBC.

Conforme Farias (2019), os comentários da audiência durante a realização destes conteúdos "geralmente são positivos", o que pode ser constatado em diversas plataformas, como consta nas imagens.

Figura 28 - Interação no Twitter elogiando especial do EBC.



Fonte: Portal EBC.

Existe essa conscientização sobre a necessidade de conteúdos que vão além os fatos corriqueiros. Aqueles que trazem informações mais profundas, que

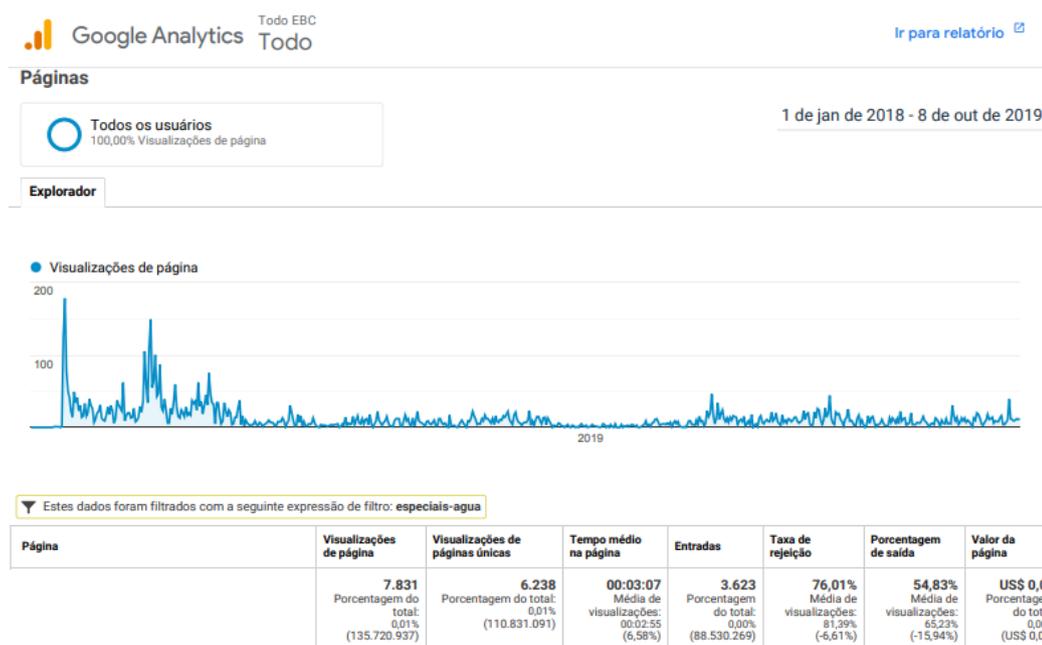
documentam veridicamente o usuário e o conscientizam. Estes especiais multimídia, conforme pode ser constatado nos registros de comentários da audiência, promovem um combate ativo à superficialidade informacional, oferecendo pontos de vistas paralelos que ajudam o internauta a ganhar propriedade sobre os assuntos em questão.

Embora este resultado positivo seja perceptível mediante o *feedback* dos internautas, é possível perceber que existe pouca adesão por parte do usuário do portal EBC para esse tipo de conteúdo. Conforme Farias (2019) “as matérias multimídias publicadas online não estão entre as mais acessadas. Às vezes, os internautas se manifestam via ouvidoria ou redes sociais elogiando o material”.

Esse posicionamento de elogio denota que uma parcela da audiência identifica a importância de se aprofundar massivamente em assuntos determinados, embora contraste com a grande maioria dos internautas que não aderem à ideia de conferir estes especiais multimídias.

Conforme dados gerados pelo Google Analytics, ferramenta do Google encarregada pelo monitoramento de acessos a sites, o especial Vidas Secas recebeu 7.831 visualizações entre 1 de janeiro de 2018 e 8 de outubro de 2019.

Figura 29 - Gráfico de audiência do especial "Vidas Secas".



Fonte: Analytics, Portal EBC.

Uma taxa de visualizações que contrasta profundamente com os cerca de 5 milhões de acessos que o portal recebe mensalmente. O que demonstra que,

embora os especiais sejam produzidos no portal desde 2012, ainda este formato se encontram em um processo de divulgação para adesão de novo.

Figura 30 - Gráfico de audiência do especial "Vidas Secas", detalhado.

Página	Visualizações de página	Visualizações de páginas únicas	Tempo médio na página	Entradas	Taxa de rejeição	Porcentagem de saída	Valor da página
	7.831 Porcentagem do total: 0,01% (135.720.937)	6.238 Porcentagem do total: 0,01% (110.831.091)	00:03:07 Média de visualizações: 00:02:55 (6,58%)	3.623 Porcentagem do total: 0,00% (88.530.269)	76,01% Média de visualizações: 81,39% (-6,61%)	54,83% Média de visualizações: 65,23% (-15,94%)	US\$ 0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$ 0,00)
1. /especiais-agua/	2.167 (27,67%)	1.497 (24,00%)	00:01:52	479 (13,22%)	50,73%	29,40%	US\$ 0,00 (0,00%)
2. /especiais-agua/solucoes-hidricas/	1.840 (23,50%)	1.471 (23,58%)	00:04:30	1.305 (36,02%)	81,84%	75,43%	US\$ 0,00 (0,00%)
3. /especiais-agua/vidas-secas/	933 (11,91%)	811 (13,00%)	00:03:16	307 (8,47%)	77,85%	51,13%	US\$ 0,00 (0,00%)
4. /especiais-agua/agua-invisivel/	796 (10,16%)	657 (10,53%)	00:05:35	518 (14,30%)	78,96%	71,11%	US\$ 0,00 (0,00%)
5. /especiais-agua/agua-no-brasil/	576 (7,36%)	501 (8,03%)	00:04:56	356 (9,83%)	80,90%	68,75%	US\$ 0,00 (0,00%)
6. /especiais-agua/seca-excepcional/	350 (4,47%)	300 (4,81%)	00:02:45	96 (2,65%)	77,08%	47,43%	US\$ 0,00 (0,00%)
7. /especiais-agua/campos-de-concentrac ao/	238 (3,04%)	224 (3,59%)	00:05:54	176 (4,86%)	88,64%	75,63%	US\$ 0,00 (0,00%)
8. /especiais-agua/solucoes-para-a-seca/	144 (1,84%)	122 (1,96%)	00:03:18	37 (1,02%)	81,08%	41,67%	US\$ 0,00 (0,00%)
9. /especiais-agua/em-20-anos-teremos-ag ua/	142 (1,81%)	131 (2,10%)	00:04:14	91 (2,51%)	75,82%	65,49%	US\$ 0,00 (0,00%)
10. /portal/projetos/2018/especiais-agua/s olucoes-hidricas/	90 (1,15%)	67 (1,07%)	00:04:53	31 (0,86%)	64,52%	43,33%	US\$ 0,00 (0,00%)

Linhas 1 - 10 de 45

Fonte: Analytics, Portal EBC.

Analisando com mais detalhes os gráficos de visualizações se entende que o internauta consumidor destes conteúdos possui hábitos diferenciados de navegação. Uma vez que, se observarmos a coluna de tempo médio na página, percebemos que este internauta permanece na página visualizada por mais tempo, em média 6,58% com relação ao restante do portal, métrica que denota maior dedicação e análise do conteúdo.

Embora o trabalho surta efeitos positivos para o portal, Farias afirma que após sua publicação e lançamento, se observa que “o conteúdo não se mantém competitivo”. Os acessos caem e em média, durante o ano de 2019, o especial recebeu “menos de 10 acessos mensais”.

7. PROCESSO DE PRODUÇÃO E PUBLICAÇÃO DO CONTEÚDO NO PORTAL D24AM

O Portal D24AM é um site de notícias do Estado do Amazonas, pertencente a um grupo empresarial que atua na área de comunicação desde 1985. Segundo Souza (2013, p. 23) “no dia 2 de junho de 2010 surgiu o referido portal, pertencente à ‘Rede Diário de Comunicação’ (RDC) e com apenas um scroll vertical (sem rolar abaixo)”.

A Rede Diário de Comunicação, por sua vez, teve suas origens no ano de 1985, a partir da circulação do primeiro jornal do grupo empresarial, o Diário do Amazonas, fundado pelo empresário Cassiano Cirilo Anunciação. “Desde as suas primeiras edições até a década de 1990, o jornal seguiu a linha policial e popularesca. Foi o primeiro da imprensa amazonense a ser totalmente colorido” (DUARTE, 2015, p. 22).

Ao longo de sua trajetória, o grupo jornalístico iniciou a circulação diária até se consolidar como um dos veículos de comunicação mais influentes do mercado. Em 2008, o veículo lançou um segundo jornal impresso voltado para o público de menor renda.

Acompanhando a tendência do mercado nacional, em 15 de setembro de 2008 lançou um segundo jornal, o Dez Minutos, uma versão de baixo custo para atingir as populações de menor renda, na periferia da cidade. (DUARTE, 2015, p. 22).

Com o aumento de circulação na cidade, o grupo de comunicação visualizou a oportunidade de sair à frente com o público da internet, levando informações de cunho popular para o crescente público do mundo virtual. Assim, o grupo empresarial lançou um portal que agregou também, os jornais em formato digital. Tanto o Diário do Amazonas (1985), quanto o Dez Minutos (2008).

Agora também presente em plataforma online, o grupo fortaleceu o Portal D24AM como a única plataforma online do grupo de comunicação. Dessa maneira, foram acrescentados à sua estrutura os sites do jornal Diário do Amazonas e Dez Minutos. Assim, com a hegemonia dos seus veículos de comunicação, o grupo empresarial decidiu diversificar ainda mais as mídias oferecidas, inserindo ao projeto comunicacional a emissora de televisão Record News Manaus, retransmissora do sinal da TV Record News nacional, e a Rádio Diário, o mais recente veículo de comunicação do grupo.

Quadro 3 - Veículos de comunicação do Grupo Diário.

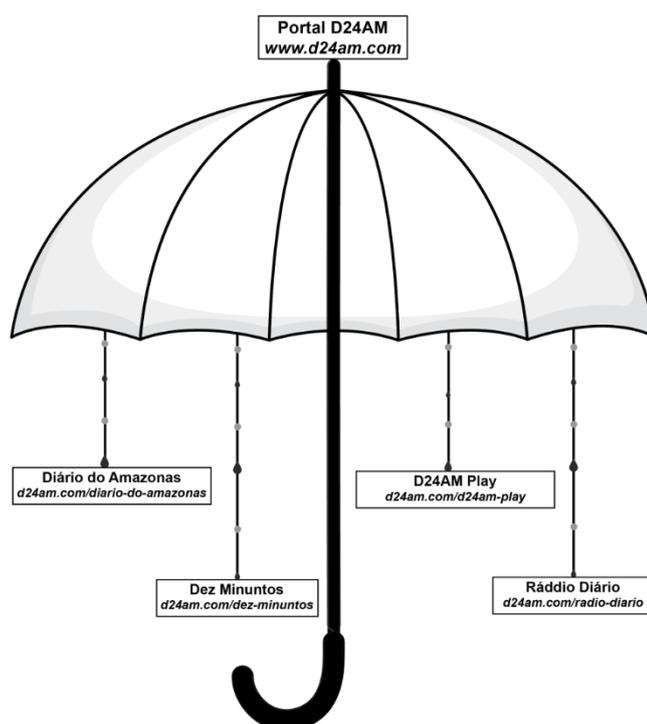
Veículos de comunicação do Grupo				
Diário do Amazonas	Jornal Dez Minutos	Portal D24AM	Record News Manaus	Rádio Diário

Fonte: O autor.

Embora cada um destes veículos de comunicação possua suas particularidades e lógicas de produção de notícias, o portal D24AM aglomera todos os seus conteúdos na plataforma web. Em sua estrutura é possível verificar espaço destinado ao Diário do Amazonas, ao jornal Dez Minuto, ao D24AM Play (plataforma de vídeos da TV) e a Rádio Diário.

Seguindo o mesmo exemplo estrutural dos portais de notícias, o D24AM consegue distribuir conteúdo de fontes diferentes de maneira uniforme, se mantendo como o ponto de acesso principal para os outros sites.

Figura 31 - guarda-chuva como exemplo metafórico de todos os sites ligados ao D24AM.

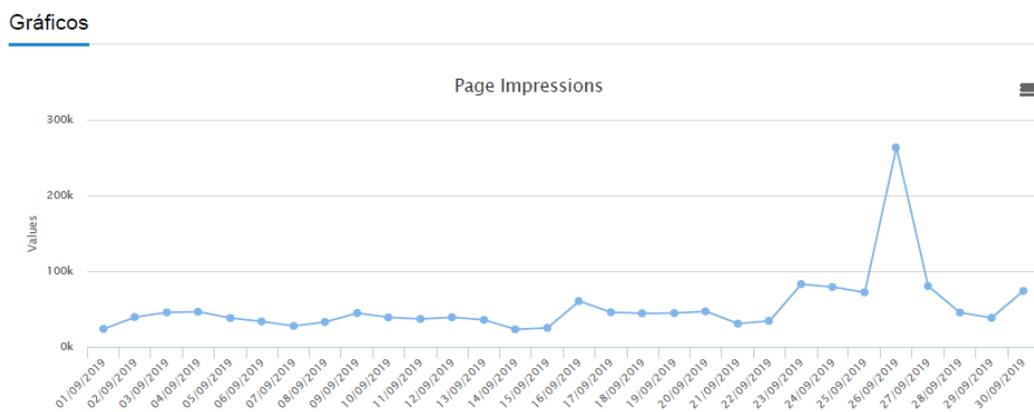


Fonte: O autor.

Seguindo o exemplo de guarda-chuva de domínios web, se percebe que o Portal D24AM cumpre um papel fundamental na estrutura online do conglomerado

de veículos da Rede Diário de Comunicação. Relevância que é refletida em seus índices de audiência, que são auditados pelo Instituto Verificador de Circulação - IVC, que apresenta um fluxo de tráfego que se aproxima das 100 mil impressões diárias.

Figura 32 - Audiência do portal, auditada pelo IVC.



Fonte: Portal D24AM

Com estas métricas importantes, o portal chega a movimentar perto de 1,5 milhão de páginas impressas ao longo do mês.

Figura 33 - Audiência detalhada do portal, auditada pelo IVC.

	Page Impressions	Unique Browsers	Sessions
	1.592.780	618.259	1.022.352
Dias	Page Impressions	Unique Browsers	Sessions
01/09/2019 - Domingo	24.334	13.952	16.247
02/09/2019 - Segunda	40.051	20.491	24.011
03/09/2019 - Terça	46.148	23.786	28.377
04/09/2019 - Quarta	47.097	26.878	30.634
05/09/2019 - Quinta	38.791	23.865	26.955
06/09/2019 - Sexta	34.165	19.743	22.477
07/09/2019 - Sabado	28.265	15.354	18.129
08/09/2019 - Domingo	33.606	18.940	22.198
09/09/2019 - Segunda	45.362	22.925	27.508
10/09/2019 - Terça	39.602	21.670	25.206
11/09/2019 - Quarta	37.455	19.950	23.300
12/09/2019 - Quinta	39.772	22.236	25.963
13/09/2019 - Sexta	36.317	20.366	23.774
14/09/2019 - Sabado	23.810	13.216	15.496

Fonte: Portal D24AM

Estas métricas dizem respeito aos números de acessos totais ao portal distribuídos entres seus mais diversos veículos de comunicação.

Para efeitos da elaboração dos especiais multimídia, a equipe do D24AM foi a pioneira a investir neste segmento. Embora outros veículos tenham iniciado a produção de reportagens especiais na internet, o D24AM é o único que de fato tem investido em uma secção exclusiva para esta finalidade, trabalhando com linguagem de convergência de mídias e aprofundando em temas latentes para a sociedade.

Esta característica tornou o portal um ponto obrigatório dentro da pesquisa. Ao ser o único do Amazonas com estas características, entender seu funcionamento resulta extremamente importante no amadurecimento dos formatos dos especiais multimídia no Estado do Amazonas.

Embora tenham sido apresentados os argumentos acima à direção do portal, exercida à época pelo jornalista Bruno Maziere, fomos informados que a divulgação dos dados solicitados no questionário semiestruturado, descrito na metodologia desta pesquisa, revelariam dados estratégicos da empresa, como também envolveriam um conjunto de profissionais que por algum motivo não descrito, não poderiam responder a tais questionamentos.

Diante da impossibilidade do envio das informações pertinentes ao processo de produção da secção dos especiais do portal, partimos para uma análise unilateral. A partir da observação destes conteúdos foi possível levantar um conjunto de informações muito pertinentes que dizem respeito sobre a própria viabilidade destas produções no grupo comunicacional.

7.1. Análises de convergência de mídias do especial Compaj: um ano do massacre

Figura 34 - Página inicial dos especiais multimídia.



Imigrantes e 'expulsos' de invasão formam população de ocupação em prédio, no Centro

Edifício que já foi sede do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) é ocupado, atualmente, por 52 famílias. Moradores relatam o que os levou a ocupar o histórico prédio no Centro de Manaus

20 de maio de 2018

Um ano da rebelião no Compaj D24am

O maior massacre entre presos da história do País

Compaj: um ano do massacre

Como a morte de 64 presidiários e a fuga de 225 detentos expuseram a vulnerabilidade do sistema penitenciário do Amazonas a facções criminosas há um ano

31 de dezembro de 2017

Fonte: Portal D24AM.

Conforme constatado na própria página de especiais do portal, é possível verificar que desde a inauguração do portal foram produzidos dois especiais multimídia. O primeiro é o utilizado para os fins desta pesquisa, publicado no dia 31 de dezembro de 2017, o segundo especial conta como publicado cinco meses depois, no dia 20 de maio de 2018. Neste segundo especial é retratado o drama de diversas famílias que formam a população expulsa do antigo prédio do Instituto Nacional do Seguro Social, no centro de Manaus.

Após estas publicações não são apresentados novos conteúdos com características de especial multimídia. Os motivos para a descontinuação do material são desconhecidos, embora extraoficialmente se estime que novos conteúdos podem ser produzidos.

Na reportagem especial de que trata esta pesquisa, *Compaj: um ano do massacre*²¹, publicada em janeiro de 2018, é feito um registro geral sobre os acontecimentos marcantes da rebelião prisional de 2017, no Amazonas, e se faz um registro sobre a cobertura feita pela Rede Diário de Comunicação.

²¹ Especial Compaj: um ano do massacre. Disponível em: < <https://d24am.com/especiais/compaj-um-ano-do-massacre/>>. Acesso em: 11.11.2019.

Na primeira parte da reportagem é abordado o fato em si, o acontecido na tarde do dia 1 de janeiro. Trata da vulnerabilidade do sistema prisional do Amazonas, que foi exposta no episódio de rebelião no dia 1 de janeiro de 2017, em que 225 detentos se envolveram. Desse total de apenados, 64 foram mortos dentro de diferentes presídios do Estado, com ações que se estenderam até o dia 8 daquele mês.

Figura 35 - Especial "Compaj: um ano do massacre"



Fonte: Portal D24AM.

A ação foi fruto de uma operação coordenada por integrantes da facção criminosa denominada como Família do Norte – FDN, que aproximadamente às 16h00 (horário local), daquele dia, invadiram o corredor do pavilhão 3 do Complexo Penitenciário Anísio Jobim – Compaj, renderam os agentes penitenciários e chegaram até as celas onde se encontravam os detentos da facção rival, o Primeiro Comando da Capital – PCC.

Seguidamente, a reportagem conta detalhes da ação dos criminosos que torturaram e depois assassinaram seus rivais na quadra do pavilhão. Durante toda ação também foram feitos 86 reféns, entre funcionários da “Umanizzare Gestão Prisional, que presta serviço para o sistema penitenciário do Amazonas, e outros detentos que foram presos em grades em alguns casos”, segundo a reportagem do D24AM (2018).

Como forma de incrementar a informação transmitida, nesse momento a equipe do D24AM utiliza um vídeo com imagens das câmeras de segurança. Com áudio ambiente, no vídeo com pouco mais de 4 minutos, é possível ver por vários ângulos o momento em que os criminosos iniciam a revolta, se espalham pelos corredores do pavilhão 3 e começam a escalar o muro.

O texto da reportagem especial continua com informações relacionadas à liberação dos reféns e à declaração do então Secretário de Segurança Pública do Estado do Amazonas (2017), Sérgio Fontes.

Após ser encerrada a contextualização do fato, a equipe tenta trazer um ponto de vista testemunhal. Membros do grupo de comunicação, Rede Diário de Comunicação, apresentam aquilo que viram naquele dia, além da cobertura.

Figura 36 - Arquivo audiovisual no corpo da reportagem.

O jornalista Jucélio Paiva e o repórter fotográfico Sandro Pereira, da **REDE DIÁRIO DE COMUNICAÇÃO**, acompanharam o sofrimento dos familiares dos detentos. Alguns deles, mesmo dias depois do massacre, não sabiam se o parente preso estava vivo ou morto.



Fonte: Portal D24AM.

Em seu depoimento, o Jornalista Jucélio Paiva conta como foi sua participação durante as negociações para pôr fim à rebelião. Relembra que uma das exigências dos detentos foi a cobertura da imprensa, de dentro do presídio, para informar também à sociedade sobre as supostas reivindicações que os levaram a cometer a catástrofe.

O repórter fotográfico Sandro Pereira também aponta, no segundo vídeo da reportagem, que nesses momentos o foco jornalístico deve ser no registro da emoção dos envolvidos. Deve-se focar na apreensão dos familiares por não terem notícias sobre seus entes queridos, ao mesmo tempo em que novos acontecimentos

surgem de dentro da penitenciária. Estes dois momentos marcaram o trabalho intenso das equipes de reportagem ao longo dessa cobertura.

Com um novo subtítulo, a reportagem especial observa mais um ponto marcante do acontecimento, que foi a morte de detentos já conhecidos na cidade. Na reportagem *Mortos Famosos*, a equipe relembra os casos dos detentos mais conhecidos na cidade. Referem-se a Sebastião Ribeiro Marinho Filho, o ‘Velho Sabá’, membro da facção criminosa FDN; Paulo Marcelo Santos Nascimento, preso em 2011 e apontado como um dos chefes do tráfico na zona sul de Manaus e o ex-policia Moacir Jorge Pessoa da Costa.

o ‘Moa’, que ficou conhecido por ser um dos delatores do ‘Caso Wallace’, que terminou na prisão do já falecido ex-deputado Wallace Souza, preso, em outubro de 2009, acusado de encomendar mortes de desafetos para exibir em um programa local de televisão. Ele foi morto carbonizado na cela do ‘Seguro’ onde morava sozinho. Em maio de 2015, Moa foi condenado há 12 anos de prisão pela morte do traficante Cleomir Pereira Bernadino, o Caçula, ocorrida em 2007 (D2AM, Online).

A nota seguinte, que dá corpo à reportagem, se intitula *Foragido pelas ruas*, é retomado o assunto das fugas acontecidas durante a rebelião. Voltasse a lembrar como aconteceu a liberação dos números oficiais por parte das autoridades, dos equívocos nas informações entregadas à imprensa e do medo que tomou conta da cidade, principalmente nas áreas localizadas perto da BR-174.

Ainda sobre os números oficiais de detentos em fuga, utilizasse um *hiperlink* para uma matéria externa (dentro do mesmo portal, mas sem vínculo direto com o especial) publicada no dia 15 de dezembro de 2017, em que se relembram as fugas e se informa que mais de 60 presos continuavam foragidas, quase um ano após a rebelião.

Outros foragidos não conseguiram e manter fora das grades. Foi o caso de Bryan Bremer Quintelo Mota, um dos casos mais emblemáticos retratados pela mídia, uma vez que utilizou as redes sociais para ironizar sobre a segurança do presídio.

Figura 37 - Reprodução de imagem icônica do acontecimento.



Fonte: Portal D24AM.

Após sua imagem “viralizar” na internet, a prisão de Bryan tornou-se um assunto prioritário, embora sua recaptura não tenha sido alcançada. Sua liberdade só chegou ao fim quando no mês de Março, do mesmo ano, se entregou às autoridades acompanhado de um advogado.

Na sequência, com o subtítulo *FDN x PCC*, é feita uma reconstrução do conflito entre as duas facções criminais protagonistas do massacre. Neste subcapítulo a reportagem traz o motivo por trás do massacre. Segundo informado apontadas pela reportagem, o inquérito da Polícia Civil, revelou nove meses depois do ocorrido que José Roberto Fernandes Barbosa, o ‘Zé Roberto da Compensa, havia ordenado o crime por meio de uma carta. O intuito seria exterminar a facção rival: o PCC.

Quanto às melhorias e às medidas tomadas no presídio, a reportagem apresenta um vídeo do novo Secretário de Estado de Administração Penitenciária, Cleitman Rabelo Coelho, que deu detalhes sobre a rotina que os detentos tinham no momento em que começou a rebelião. Ele afirma que a empresa Umanizzare, responsável por gerenciar unidades prisionais em Manaus, oferecia um tratamento mais “humanizado”, com isso os detentos ganharam terreno e dominaram a segurança mediante ameaças com armas de fogo.

Figura 38 - Entrevista em vídeo do Secretário da SEAP.



Fonte: Portal D24AM.

Durante o conjunto desta unidade de conteúdo também é abordada a renovação do contrato com a empresa terceirizada e as denúncias de corrupção feitas pelo Ministério Público do Amazonas.

O penúltimo capítulo da reportagem vem abordar as responsabilidades assumidas após o acontecido. Por um lado, o Ministério público solicitou que os envolvidos no massacre fossem condenados a penas máximas devidos às condições em que os assassinatos foram cometidos. Por outro lado, a Defensoria Pública do Estado do Amazonas (DPE-AM) “solicitou o pagamento de cerca de R\$ 50 mil para familiares de cada um dos presos mortos, dentro do sistema prisional do Estado, em janeiro”.

Por último, a reportagem registra a presença da Força Nacional durante a rebelião. Também registram a liberação de um conjunto de recursos públicos oriundos do Fundo Penitenciário Nacional - Funpen, para serem investidos no aprimoramento do sistema prisional do Estado.

7.2. Análise da Convergência e do Ecossistema Comunicacional no D24AM

Seguindo a mesma linha da análise feita em torno da reportagem do portal EBC, no caso do especial *Compaj: um ano depois do massacre*, seguiremos o mesmo percurso metodológico. Estabelecendo que o ecossistema comunicacional,

no caso da convergência de mídias de que trata esta pesquisa, está constituído pelos formatos de mídia; texto, foto, vídeo, ilustração e animação. No que diz respeito aos fatores ecossistêmicos envolvendo as repercussões, verificaremos as iterações em redes sociais como número de *likes*, comentários e compartilhamentos.

Por se tratar de uma reportagem especial com características diferentes às já verificadas na análise anterior, podemos afirmar que as semelhanças se mantêm parcialmente, devido aos conteúdos terem concepções diferentes. No caso do Portal EBC, verificamos um especial multimídia com dez reportagens especiais na sua composição. No caso da atual análise, a do D24AM, encontramos que o especial é composto por uma única reportagem especial que traz todas as informações pertinentes ao assunto que pretende elucidar.

A formatação do especial, embora seja mantido em um domínio web diferenciado, possui características de *Layout* e formatação similares aos já trabalhados no portal, não sendo possível identificar um processo de demanda de programação web para a elaboração do conteúdo especificamente.

Tabela 14 - Compaj: um ano do massacre.

Compaj: um ano do massacre	
Formato de mídia	Quantidade
<i>Texto</i>	10
<i>Foto</i>	6
<i>Vídeo</i>	4
<i>Ilustração</i>	0
<i>Animação</i>	0
Total mídias	20

Gráfico 13

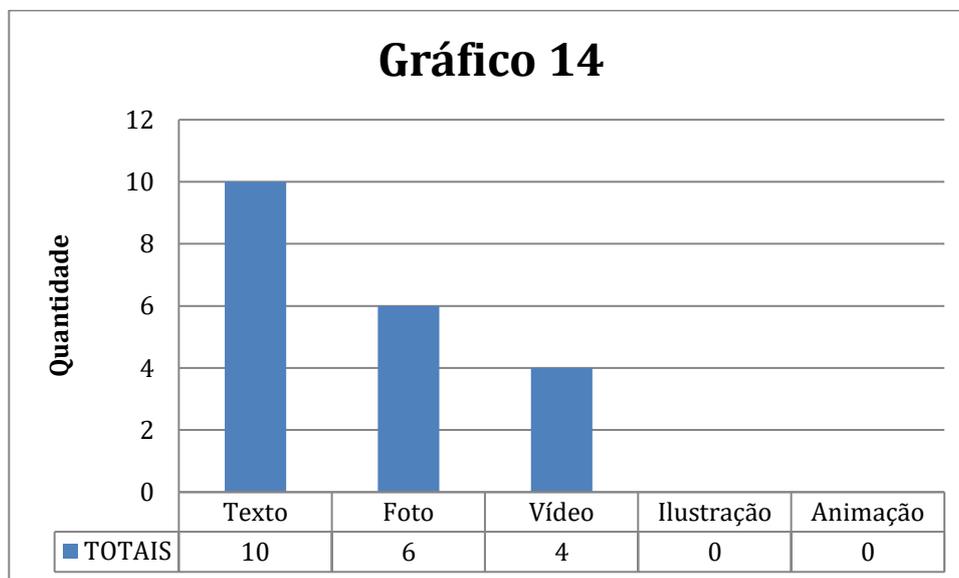
Gráfico 13. Convergência de mídias no especial "Compaj: um ano do massacre".

Fonte: O autor.

No que diz respeito gráfico 13, que analisa a prevalência dos formatos de mídia implementados na reportagem, se percebe a utilização de dez unidades textuais com sentido completo (início, meio e fim), seis fotografias e quatro vídeos.

Todos os conteúdos se complementam entre si, trazendo linhas de raciocínio que acrescentam à discussão do assunto. Cabe destacar também o caso de o especial conter apenas três dos cinco formatos de mídias pesquisados.

Gráfico 14 - Quantidades totais de formatos de mídia utilizados nos capítulos do especial multimídia "Compaj: um ano do massacre".



Fonte: O autor.

Corroborando as informações evidenciadas no gráfico anterior, agora não com percentuais de participação, mas com gráfico de coluna que nos permite comparar as quantidades de formatos utilizados.

Diferentemente do que é percebido em outros casos, no especial *Compaj: um ano do massacre*, a maior área espacial e a prioridade de formato implementado foi o texto. Embora cada uma das mídias tenha exercido um papel importante no conjunto das informações, o texto foi grande fio condutor da história do início ao fim.

7.3. Percepções dos internautas do especial *Compaj: um ano do massacre*

Por se tratar de um especial envolvendo uma temática mais polêmica, as reações via redes sociais não foram poucas. Opiniões de todo tipo surgiram principalmente no *Facebook*, rede social mais importante do grupo de comunicação. Em sua página oficial a publicação foi veiculada com a hastagh #MassacreNoCompaj gerando um volume de mais de 2 mil *likes*, 93 compartilhamentos e 2016 comentários.

Figura 39 - Publicação do especial no Facebook.

D24am
31 de dezembro de 2017 · 🌐

#MassacreNoCompaj

Como a morte de 64 presidiários e a fuga de 225 detentos expuseram a vulnerabilidade do sistema penitenciário do Amazonas a facções criminosas.

Um ano da rebelião no Compaj
D24am

O maior massacre entre presos da história do País

D24AM.COM

Um ano da rebelião no Compaj
Como a morte de 64 presidiários e a fuga de 225 detentos expuseram a

👍👎👏 2,2 mil 206 comentários 93 compartilhamentos

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Fonte: Facebook D24AM.

Das 2,2 mil reações se observou que em 129 foram reações relativas a gargalhadas, uma prévia do que foi constatado nos comentários, quando se observou um conjunto de opiniões que não pontuavam o mérito da produção do especial, mas que se posicionavam contra o acontecimento em si, reforçando suas próprias opiniões quanto ao massacre.

Figura 40 - Reações de internautas ao especial.

Raimundo Martins Costa Gostaria que algum jornalista mostrasse a realidade do CECON, e outras areas da saúde. Tipo quantos pais de familia morreram sem tratamento medico. Pois havia sido suspenso pelo governador (hj ex) Jose mello. E quantas vidas foram ceifadas por falta de medicamento. Isso nenhum jornalista tem coragem para fazer. Mais falar de bandido que morreu parece que adoram. Mostrem a realidade de quem depende do SUS NO AM.
Curtir · Responder · 1 a

Omar Santos Infelizmente não teve outra, mas tudo bem ainda não perdi a esperança acredito que até final de Janeiro acontecerá. #SOMOSTODOSREBELIÃO
Curtir · Responder · 1 a

Alex Mendes E só tu não Roubar não Estuprar não Comer Latrocínio que tu não vai pra lá Pooorrraaa 🤔
Curtir · Responder · 1 a

Neoo S. Paixao Nao adianta morrer os Orelhas Se os Politicos , os Chefes e os policias Corruptos nao morrem 😊 feliz ano Novoooo
Curtir · Responder · 1 a

Ws Silva Poxa pensei que ia abrir o Facebook e ver mais uma rebelião com mais de 10 mil mortos , pena que não aconteceu !
Curtir · Responder · 1 a

Thatiana Ribeiro Era pra ter mais um esse ano né. Vamos bater meta dos 100 kkk
Curtir · Responder · 1 a

Junior Santos Massacre, entre eles mesmos né, imagina o "Benefício que esses caras trariam para a sociedade" #Sqñ. 🤔
Curtir · Responder · 1 a

Jose Carlos Já está passando da hora de fazerem outra rebelião e se matarem a vontade
Curtir · Responder · 1 a

Leonardo Costa Alves Colocar o Melo e todo os secretários e estourar outra rebelião seria interessante
Curtir · Responder · 1 a

Augusto Netto E o amazonino renovou o contrato com a empresa que presta o serviço nos presídio. Parabéns amazonenses.
Curtir · Responder · 1 a

Dalva Oliveira Quantas e quantas familia tem crianças adolescentes e não se sabe o futuro deles hoje quantas pessoas querendo ser Deus para julgar o ser humano segundo seu entendimento. e esqueci que certo ou errado essas pessoas tem filhos ,esposa , pai, mãe e eles sofre a dor a perda. .
Curtir · Responder · 1 a

Por outro lado, também foi possível verificar um conjunto de usuários que não apenas demonstraram suas perspectivas no que tange ao massacre, mas que foram além e criticaram o fato do grupo de comunicação ter se interessado pela elaboração de um conteúdo denso tratando de um tema que não era considerado prioritário, na visão deles.

Figura 41 - Reações críticas de usuários ao especial.



Fonte: Facebook D24AM.

Embora tenham sido em menor número, os elogios à equipe encarregada pela produção do especial multimídia também se fizeram presentes. Numa tentativa por fazer justiça a todos os profissionais de multiplas especialidades que uniram suas força de trabalho para dar vida ao especial multimídia.

Figura 42 - Reações positivas de usuários ao especial.



Fonte: Facebook D24AM.

Entendesse, pela própria natureza do conteúdo e pela audiência que o portal atinge, em sua grande maioria das classes B, C e D, (segundo as análises dos principais veículos ligados ao portal) que as opiniões dos internautas tenham permanecido raças diante do fenômeno registrado. Sobrando espaço em boa medida para os comentários pejorativos observados em maior número ao longo dos 206 comentários recebidos na publicação.

8. CONSIDERAÇÕES

Ao chegarmos ao final desta dissertação compreendemos que a construção de um especial multimídia, por envolver uma complexidade de formatos digitais e por estar relacionada a conteúdos mais complexos em sua forma de produção, permite a elucidação de pontos importantes.

Desde a própria criação da imprensa até os primórdios da internet, no projeto Arpanet, assuntos relacionados ao tipo de conteúdo e a diversificação das mídias utilizadas por um veículo de comunicação, vem sendo trabalhados com certa profundidade.

As próprias mídias tradicionais conhecidas desde o Século XIX, com exceção do rádio, se utilizavam de formatos de multimídia para a melhor transmissão dos conteúdos. No caso do Jornal Impresso, os elementos textuais e visuais eram fundamentais; na televisão, a reunião de elementos visuais, auditivos, textuais e gráficos foram sempre parte da própria concepção do seu estilo de comunicar.

Logo, com a chegada da internet e a evolução dos navegadores web, a inserção do jornalismo no processo foi natural. Tendo sido um marco no que conhecemos hoje como convergência de mídias. Neste sentido, a utilização de diversos formatos de mídia no seu método de comunicação, que aconteceram ao longo de duas décadas, permitiram a transmissão de informações com um maior número de peças de conteúdos independentes que convergem com o objetivo de oferecer informações mais completas para a audiência.

Neste sentido, discutido amplamente por meio dos nossos objetivos, em que medida a utilização da convergência de mídias e dos ecossistemas comunicacionais contribuem para o combate à superficialidade presente historicamente nos mais diversos meios de comunicação. Neste sentido pode se destacar que contribuem em grande maneira, devido a que oferecem um conjunto de informações que vão além do óbvio e permitem a imersão do internauta no assunto discutido.

Embora seja perceptível esta possibilidade, cabe resgatar pelo menos dois pontos de vista diferentes que norteiam esta discussão. O primeiro se fundamenta em que nem todos os fatos permitem um maior nível de aprofundamento. O segundo repousa em que a própria superficialidade permite que o público se informe, embora de maneira leviana, sobre assuntos de diversas índoles.

Neste primeiro argumento poderíamos ponderar que alguns fatos ou registros feitos pela imprensa, embora reúnam vários elementos pertinentes aos critérios de noticiabilidade, não possuem características suficientes que o levem a ser abordado de maneira mais profunda. Tendo em vista que os veículos de comunicação são empresas que sobrevivem devido à publicidade decorrente dos seus índices de audiência, o aprofundamento em matérias que não rendem uma grande repercussão, pelo fato de serem triviais ou de despertarem pouco apelo social, resultaria numa estratégia pouco inteligente, do ponto de vista mercadológico.

No segundo argumento surgido em torno à superficialidade, cabe ponderar que devido à estrutura democrática de grande parte dos países latino-americanos, a informação das camadas sociais teria uma conotação de destaque no que a teoria democrática denomina de “triângulo da democracia”. A imprensa como grande divulgador das movimentações acontecidas nas esferas do poder, não poderia se deter em apenas uma dúzia de acontecimentos em detrimento dos demais fatos. Resulta, portanto, plausível que ao obedecer às suas respectivas linhas editoriais, os veículos optem por destinarem níveis de aprofundamento aos seus conteúdos, devido ao seu dever de informar uma grande quantidade de fatos.

De qualquer modo, entendeu-se ao final desta pesquisa que a produção de conteúdos menos aprofundados, isto é, respondendo apenas as perguntas do *lead*, também cumpririam um papel importante na estrutura informacional da sociedade. No momento em que a própria leveza com que o assunto é tocado, permite que se saiba o mínimo possível viável para se estar medianamente informado sobre os fatos que despertam o interesse da audiência ou não.

Embora este apontamento seja praticado por grande parte dos veículos de comunicação populares, principalmente os que atingem as classes C, D e E, o argumento acima não pode ser confundido como uma validação de conteúdos com insuficiência de informação. Destacasse que a leveza à que se refere o argumento acima é aquela que avança à procura de informações, no mínimo, suficientes no tocante às respostas do *lead* jornalístico, à consulta de fontes e ao privilégio à veracidade dos fatos.

Sobre o outro ponto de vista analisado na pesquisa, o do aprofundamento das informações, resultou evidente a importância dos especiais multimídia na elaboração de conteúdos mais abrasivos em torno aos fatos nos ambientes da internet.

Partindo do princípio de que cada veículo de comunicação tradicional já possui em seus formatos de programação aqueles que se aprofundam sobre os acontecimentos de maneira mais analítica, como é o caso das reportagens especiais no impresso, das entrevistas no rádio e dos documentários na televisão; na internet os especiais multimídia cumprem este papel, ao serem o espaço que por excelência aborda os assuntos com maior ímpeto e profundidade.

Em consonância com isso, a possibilidade trazida pela evolução tecnológica revolucionou estes especiais, ao permitir a implementação de diversos formatos de mídia em ambientes personalizados planejados para a transmissão das informações. Sobre este ponto se destaca que os especiais multimídia evoluíram ao longo das últimas duas décadas a pontos de referência tecnologia. Com a implementação da linguagem de programação CSS e com o surgimento do *HTML5*, se tornou possível criar ambientes mais interativos para a audiência. Outra vantagem adquirida a partir do avanço tecnológico diz respeito à implementação de recursos gráficos com menores taxas *bits* (mais leves) e com uma maior qualidade de reprodução, tornando os ambientes mais atrativos para o usuário da internet.

Observado também em outros especiais que não foram analisados para a finalidade desta pesquisa, foi possível verificar uma nova relação entre o internauta e o conteúdo transmitido. A “multivocalidade” permite a seleção de fatos de acordo aos próprios interesses do usuário, em quanto a tecnologia tornou mais atrativa a representação das informações, o que poderia ser tratado como um parâmetro de persuasão do usuário para o consumo da informação. É o caso da incorporação de conteúdos em diversos formatos de mídia, da “*gameficação*” dos ambientes informacionais e da interatividade entre os usuários e o conteúdo transmitido.

No que tange ao processo de produção e realização dos especiais multimídia nos grupos de comunicação investigados, Portal EBC, em Brasília e o Portal D24AM, no Amazonas, foi possível constatar que o fato dos grupos de comunicação possuírem diversos veículos informativos facilita a produção de multimídias em torno ao produto final.

Também se verificou que no caso da produção dos especiais, um dos objetos de análise desta pesquisa, não há equipes determinadas para esta nova editoria. No caso do Portal EBC, que de modo mais consistente elabora os especiais desde 2012, observasse o amadurecimento das equipes, no sentido da produção de conteúdo e da linguagem de programação, como também a frequência de

publicação ao longo do tempo, com um número expressivo de especiais multimídia publicados por ano.

No caso do Portal EBC, ainda, é interessante resgatar que a complexidade na programação web se encontra em um caminho muito pertinente e evolutivo, quando comparado com outros veículos que também elaboram este tipo de conteúdo. Provavelmente o amadurecimento das técnicas e a criação de um núcleo exclusivo para estas produções sejam os únicos caminhos viáveis para alcançar uma meta mais audaciosa.

Não se percebe a mesma característica no Portal D24AM, que embora seja o pioneiro na produção dos especiais multimídia no Estado do Amazonas, fica evidente que não foram utilizados os recursos possíveis que a *web* disponibiliza para a execução deste trabalho. Situação que contrasta com o conteúdo das reportagens, nas quais se observa um material mais consistente.

Por último e ainda em matéria de *layout* e programação web, foi possível verificar uma réplica dos conceitos aplicados na arquitetura geral do portal, sem grandes diferenciações em vias de apresentar um conteúdo mais interativo para o usuário.

Acreditasse, por tanto, que em termos de especiais multimídia, a utilização de formatos visuais é bem mais frequente, tendo em vista sua natureza mais profunda, específica e esclarecedora para o público. Algo que foi possível constatar ao longo dos dois especiais multimídia analisados, com uma frequente utilização de fotografias e gráficos, como formatos mais explicativos para a audiência.

Do ponto de vista do pesquisador, a especialidade profissional necessária para o desenvolvimento dos especiais multimídia encontra barreira na falta de compreensão do potencial dos conteúdos, aqui no Estado, tendo em vista que o nível de investimento para sua produção é necessariamente maior. Por um lado, os veículos de comunicação não têm voltado seus interesses para o formato devido aos custos de produção, pelo outro os empresários e possíveis anunciantes não têm sido convencidos a investir nesta nova modalidade de produção de conteúdo na *web*.

Sugere-se que futuras análises com relação a este tema sejam feitas com metodologia de pesquisa ação. Acredita-se que ao reproduzir as técnicas de desenvolvimento dos especiais multimídia, pode ser verificado o um parâmetro que permita uma melhor compreensão sobre os hábitos de consumo da informação. Nesse novo cenário de pesquisa, a interação do público, o estilo de navegação e os

números relativos às métricas de acessos, renderiam um novo ponto de vista, não sobre a convergência de mídias, mas sim sobre os hábitos de “multivocalidade” e preferências no consumo da informação na internet.

9. REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves De. **Desafios da notícia: o jornalismo brasileiro ontem e hoje**. Rio de Janeiro, Editora FGV: 2017.
- ANDRADE, Antônio Luis Lordelo. **Usabilidade de interfaces web - Avaliação heurística do Jornalismo Online**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- ANDRADE, Antônio Luis Lordelo. **Avaliação heurística de usabilidade de interfaces no jornalismo online: um estudo de caso do JB Online**. 2005. Dissertação (Mestrado Comunicação e Culturas Contemporâneas), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia.
- ANTONIO, Jorge Luiz. **Intertexto, hipertexto, hipermídia, transmídia: os caminhos da tecno-arte-poesia**. Associação Brasileira de Literatura Comparada - Abralic, 2012.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **A Indústria Jornalística Brasileira em 2017**. Disponível em: <<https://www.anj.org.br/site/autorre/114-cenarios/742-a-industria-jornalistica-brasileira-em-2017.html>>. Acesso em: 11.11.2019
- ASSUMPCAO, Alice Bentzen Fonseca; AMARAL, Ana Luisa Marzano. **Interatividade no jornalismo online: estudo de caso do site G1 e proposta de um novo modelo de site jornalístico interativo**. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2008. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro).
- AROSO, Inês Mendes Moreira. **A Internet e o novo papel do jornalista**. Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>> Acessado em 07.09.2018.
- BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.
- BAGGIO, Carolina Liger. **Jornalismo colaborativo em portais de notícias: o que a mídia hegemônica não vê?**. Unesp/Bauru-SP. 2012.
- BARBOZA, Eduardo Fernando Uliana. **A infografia multimídia no clarin.com e folha.com: o flash e o HTML5 na ampliação das características interativas**. São Bernarndo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2015.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BECKER, Beatriz. **Pensando e Fazendo Jornalismo Audiovisual: A experiência do projeto TJ UFRJ**. Rio de janeiro: e-papers, 2012.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática**; tradução Jorge Arnaldo Fontes. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BOLÓS, Concha Edo. **El Language Periodistico en la red: Del texto AL hipertexto y Del multimedia al hypermedia**, 2002, Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110079A>> Acessado em: 19/08/17.

BRASIL. Decreto n. 6.246, de 24 de outubro de 2007. **Cria a Empresa Brasil de Comunicação - EBC.** Presidência da República, Casa Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6246.htm>. Acesso em: 11.11.2019.

_____. Lei n. 11.652, de 7 de ABRIL de 2008. **Autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm>. Acesso em: 11.11.2019.

CANTELLS, Manuel. **A galaxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos.** Trad. de Newton Roberval Eicheberg. São Paulo: Editora Cultrix, 1996.

CARVALHO, Fábio Diamante Alexandre. **Reportagem na tv: como fazer, como produzir, como editar.** São Paulo: Contexto, 2010.

CASTILHO, Carlos. **Corrida pelo furo cria novo caso de quebra da ética jornalística.** Observatório de imprensa, 2011. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/corrida-para-dar-furo-sobre-mandela-cria-novo-caso-de-quebra-da-etica-jornalistica/>> Acesso em 11.11.2019.

CESCA, Heliberton. **Uso do hipertexto - No webjornalismo: O caso da gazeta do povo on- line.** Curitiba, 2005.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. **Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica.** Rio de Janeiro: 7Letras, 2003.

COELHO, Rafael C. **Uma Análise da Geolocalização e Gamificação para o Desenvolvimento de aplicações moveis.** 2013. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

COLFERAI, Sandro. **O caráter ecossistêmico das histórias em quadrinhos.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2015, Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

COUTINHO, Josmar Brandão. **A TV público-educativa no Brasil entre 1998 e 2008 : o debate em torno da institucionalização da "Rede Pública de TV" e da criação da Empresa Brasileira de Comunicação.** Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP: 2014.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **O uso indevido do rótulo ‘popular’.** O Ribatejo, Santarém, Portugal: Cortes e Recortes, 1997.

CRUZ, Amanda Janaina da Silva. **O Poder de Influência dos Meios de Comunicação na Vida das Crianças.** Revista FAIT, 2014.

DALMONTE, Edson Fernando. **O hipertexto enquanto modalidade discursiva do webjornalismo: entre promessas e limitações.** In: FERREIRA, G. M. e MARTINO, L. C. Teorias da Comunicação. Salvador, Edufba, 2007.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DEMOLY, Karla Rosane do Amaral. **Escrituras na convergência de mídias**. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação. Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação. Porto Alegre, BR-RS, 2008.

DIAZ NOCI, Javier. **La escritura ciberperiodística. Hipertexto y construcción del discurso en el periodismo electrónico**. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2001.

DUARTE, Durango Martins. **A Imprensa Amazonense: chantagem, politicagem e lama**. 1ª ed. Manaus: DDC Comunicações LTDA-EPP, 2015.

DUARTE, Luiz Carlos. **Editor-chefe Jornal Agora**. Entrevista concedida a MENESES, Leda Rosa. São Paulo. Dezembro de 2004.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3ª.ed., São Paulo: Contexto, 2003.

_____. **Jornalismo digital**. São Paulo: Editora Contexto, 4ª Edição, 2010.

FERRAZ, Reinaldo. **Tendências da Web**. São Paulo: Senac, 2018.

FERREIRA, Priscila. **Água invisível**. In: Especial Vidas Secas. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/agua-invisivel/>>. Acesso em: 11.11.2019.

_____. **Nos caminhos dos campos de concentração do Ceará**. In: Especial Vidas Secas. Disponível em < <http://www.ebc.com.br/especiais-agua/campos-de-concentracao/>>. Acesso em: 11.11.2019.

FORD, Tamara Villareal; GENEVE, Gil. **A Internet radical**. In: DOWNING, John D. H. *Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. Tradução de Silvana Vieira. São Paulo: SENAC, 2004.

FRANCO, Guillermo. Traduzido por SOARES, Marcelo. **Como escrever para Web**. Austin: Knight Center, 2009.

FREIRE, Marcelo; SILVA, Rodrigo Carreiro. **Áudio slideshow como formato para reportagens multimídia baseada em som**. In: FERRARETO, Luiz Artur; KLOCKNER, Luciano. (Orgs.). *E o rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

FREITAS, Marcos. Portal EBC, Brasília, 2018. **Em 20 anos teremos água?**. Entrevista concedida Luiz Claudio Ferreira em 2018. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/em-20-anos-teremos-agua/>>. Acesso em: 11.11.2019

GARCIA MARQUEZ, Gabriel. **El mejor oficio del mundo**. Discurso en la 2ª. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa en Los Angeles, California, el 7 de octubre de 1996. Disponível em <<https://www.redalyc.org/pdf/160/16057434006.pdf>>. Acesso em 11.11.2019.

GONÇALVES, Elias Machado. **Os novos conceitos de edição no jornalismo digital**. Comunicação e Sociedade, no 2, vol.14, 2000.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para Novas Mídias: do game à tv interativa**. São Paulo: Senac, 2003.

GUEDES, Maria da Consolação Resende. **Jornal popular-massivo: as estratégias utilizadas pelo super notícia para conquistar seu leitor**. Belo Horizonte, 2010. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

HERBERT, John. **Journalism in the digital age: theory and practice for broadcast, print and on-line media**. Oxford: Focal Press, 2000.

HOEWELL, Gabriel Rizzo; GRUSZYNSKI, Ana Claudia & BANDEIRA, Ana. **A Narrativa multimídia no ciberjornalismo: uma análise de “Rota 66, A Confissão”**. 2015. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Curso de Comunicação Social, habilitação em jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

ITO, Liliane de Lucena. **A (r)evolução da reportagem: Estudo do ciclo da reportagem hipermídia, da produção às respostas sociais**. Aveiro: Ria editorial, 2019.

JADE, Líria. **Onde está a água no Brasil?**. In: Especial Vidas Secas. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/agua-no-brasil/>>. Acesso em: 11.11.2019.

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

KLINEMBERG, Eric. **Journalistes à tout faire de La presse américaine**. In: Le Monde Diplomatique, Aug. 1999, p.7-9. Acessado em Maio 30, 2006.

KOLB, Anton; ESTERBAUER, Reinhold; RUCKENBAUER, Hans-walter. **Ciberética, responsabilidade em um mundo interligado pela rede digital**. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

LAENA, Anielly Azevedo Dias. **O ecossistema comunicativo das histórias em quadrinhos na web: semiose nas relações entre o sistema do entretenimento e o sistema tecnológico**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2012.

LANDOW, George P. **Hipertexto - la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología**. Barcelona: Paidós, 1995.

_____. **Hipertexto**. Barcelona: Paidós, 1995.

_____. **Teoría del Hipertexto**. Barcelona: Paidós, 1992.

LEÃO, Lucia. **Labirinto da hipermídia, arquitetura e navegação no ciberespaço**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2005.

LENZI, Alexandre. **Inversão de papel: prioridade ao digital como um novo ciclo de inovação para jornais de origem impressa**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2017.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 4ª edição. Barueri, SP: Manole, 2009.

LIMA, Enoque. **A invasão oculta**. 2ª Edição, São Paulo: Naós, 2008.

LONGHI, Raquel Ritter. **Infografia on-line: narrativa intermídia**. Florianópolis: Estudos em Jornalismo e Mídia, 2009.

LONGHI, Raquel Ritter. **Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia**. Florianópolis: Estudos em comunicação, 2010.

_____. **O turning point da grande reportagem multimídia**. Porto Alegre: Revista Famecos, 2014.

LUCAS, Giovana Azevedo Pampanelli. **Notícias On-line em Tempo Real: O Jornalismo na Era Tecnológica**. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 2002.

MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: o labirinto como metáfora**. In: DOMINGUES, Diana (Org.). *A arte no século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Unesp, 1997.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra, 2003.

McADAMS, Mindy. **Flashjournalism. How to create multimedia news packages**. Burlington, MA, USA: Focal Press/Elsevier, 2005.

MAIA, Luiz Paulo. **A grande reportagem como criação literária: a experiência da Universidade Federal do Paraná**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Guarapuava, Paraná. 2008

MANCIO, Alesssandro. **Sociedade em rede: comunicação científica na nova mídia**. Paraná: Appris, 2016.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____; ASSIS, Francisco. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. São Paulo: Intercom - RBCC, 2016.

_____. **Comunicação e Jornalismo: A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Ed. Hacker Editores, 2000.

_____. **O capital da notícia - Jornalismo como produção social da segunda natureza**. 2ª ed., São Paulo: Ática, 1989.

_____. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

MARANGONI, Reinaldo; PEREIRA, Luciano Iuri; RODRIGUES SILVA; Rafael. **Webjornalismo: uma reportagem sobre a prática do jornalismo online**. Indaiatuba: Rumograf, 2002.

MATTOS, Ana Carolina Guedes. **Convergência de mídias e educação: um estudo de cursos na modalidade à distância**. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2011.

MELO, Beatriz Barcelos. **Avaliação dos atributos na adoção de mídia do tipo jornal impresso e jornal online**. Brasília: 2013. Monografia (bacharelado em administração) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração.

MELO, Patrícia Bandeira de. **Um passeio pela História da Imprensa: O espaço público dos grunhidos ao ciberespaço**. Revista Comunicação & informação. Universidade Federal de Goiás, V. 8, n. 1, 2005.

MENESES, Leda Rosa. **Jornalismo moderno na superficialidade camufla sensacionalismo bolorento no conteúdo**. Universidade de São Paulo: Intercom, 2010.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

MONTEIRO, Gilson Vieira; COLFERAI, Sandro Adalberto. **Por uma pesquisa amazônica: provocações para novos olhares**. In: MALCHER, Maria Ataíde et al. (Orgs.). Comunicação Mídia na e da Amazônia. Belém: FADESP, v.2, 2011.

MORAN, José Manuel, SOARES, Ismar de Oliveira. **Multimeios aplicados à educação**. Série IDÉIAS, 9. São Paulo: FDE, 1990.

_____. **Como utilizar a internet na educação**. Scielo: 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651997000200006>. Acesso em 11.11.2019.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

MATSSUKI, Edgard. **As lições amargas do desastre no Rio Doce**. In: Especial Vidas Secas. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/especiais-agua/desastre-no-rio-doce/>>. Acesso em: 11.11.2019.

NETO, Angelo Franzão. **Midialização: o poder da mídia**. São Paulo: Nobel, 2006.

NIELSEN, Jakob. **How users read on the web**, 1997. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>>, Acesso em: 11/11/19.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 7. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória**. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

PARANHOS, Lidia Raquel Louback; RODOLPHO, Paulo José. **Metodologia da pesquisa aplicada à tecnologia**. São Paulo: Senai-SP editora, 2014.

PEGORETTI, Jacy. **Métrica única de audiência de jornal em mídia**. Monografia (Pós-Graduação Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações), 2015. NIVERSIDADE DE SÃO PAULO, Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Métodos de Investigação na Imprensa**. BARROS FILHO, Clóvis. (Org.). Coleção Fazer Jornalismo. Petrópolis: RJ. Editora Vozes, 2006.

PEREIRA, Mirna Feitoza. **Ecosistemas comunicacionais: uma proposição conceitual**. In: MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; LIMA, Regina Lúcia Alves de; AMARAL FILHO, Otacílio (orgs.). Comunicação Midiatizada na e da Amazônia. Belém-PA: Fadesp, 2011. p. 49-64.

PINHO, José Benedito. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

PULLIZI, Joe. **Marketing de conteúdo épico: como contar uma história diferente**. São Paulo: DVS editora, 2016.

PRADO, Magaly. **Ciberativismo e Noticiário - da mídia torpedista às redes sociais**. Alta Books Editora, 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2ª edição. Novo Hamburgo, RS: Universidade Feevale, 2013.

RAMONET, Ignacio. **Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

RODRIGUES, André Wagner. **História, Historiografia E Ensino De História**. São Paulo: Clube de Autores, 2011.

ROCHA, Paula Melani; XAVIER, Cintia. **O livro-reportagem e suas especificidades no campo jornalístico**. Revista Rumores. Universidade Estadual de Ponta Grossa, RS. V. 7, 2013.

ROMAN, Artur Roberto. **O conceito de polifonia em bakhtin - o trajeto polifônico de uma metáfora**. Curitiba: Editora da UFPR, 1992.

SALAVERRÍA, Ramón; GÁRCIA AVILÉS, José Alberto. **La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo**. Trípodis, número 23, Barcelona, 2008.

_____; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergência de médios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol90 Média, 2008.

_____. **De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para los periódicos digitales.** Novática (Revista de la Asociación de Técnicos de Informática), 1999. Disponível em: <<http://dadun.unav.edu/handle/10171/5186>>, Acesso em: 11/11/19.

SENS, André Luiz. **Da mídia à transmídia: uma tipologia aos projetos narrativos a partir de seus arranjos midiáticos.** In: Alan Angeluci, GOSCOLA, Vicente; VIOLA, Natalia Martin; SARZI, Regilene. (Orgs.). Arte e narrativas emergentes. Aveiro: Ria editorial, 2019.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. **Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia.** São Paulo: Summus Editorial, 2005

SILVA, Andreza Regina Lopes da; SARTORIA, Ademilde Silveira; SPANHOL, Fernando José. **Convergência das mídias na educação à distância.** In: BIEGING, Patrícia et al. (Orgs) tecnologia e novas mídias: da educação às práticas culturais e de consumo. São Paulo: Pimenta Cultural, 2013.

SILVA, Ellen Fernanda Gomes da; SANTOS, Suely Emilia de Barros. **O Impacto e a Influência da Mídia sobre a Produção da Subjetividade.** In: XV Encontro Nacional da ABRAPSO, 2009, Maceió-AL. Anais de trabalhos Completos - XV Encontro Nacional da ABRAPSO, 2009.

SOUZA, Cristiane Naiara Araújo de. **Processo de elaboração da notícia no ciberjornalismo: estudo de caso do portal d24am.** 2013. Dissertação (Mestrado em ciências da Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

STRAUBHAAR, J. & LAROSE, R. **Comunicação, mídia e tecnologia.** São Paulo: Thompson, 2004.

TÁRCIA, Lorena Peret Tasende. **Ação, pesquisa e reflexão sobre a docência na formação do jornalista em tempos de convergência das mídias digitais.** 2007. Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica De Minas Gerais.

TEIXEIRA, Mendonça Marcelo. **A Comunicação na Sociedade da Informação.** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), 2012.

VERGARA, Sylvia. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 15. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

WINQUES, Kérley. **“Tem que ler até o fim?” O consumo da grande reportagem multimídia pelas gerações x, y e z nas multitelas.** Florianópolis: Universidade Federal se Santa Catarina, 2016.

SITES CONSULTADOS

20 años sin Franco - https://www.elmundo.es/nacional/XXV_aniversario/index.html

Vidas Secas - <http://www.ebc.com.br/especiais-agua/>

Compaj: um ano do massacre - <https://d24am.com/especiais/compaj-um-ano-do-massacre/>

Histórico Grupo EBC - <http://www.ebc.com.br/institucional/>

Associação Nacional de Jornais (ANJ) - <https://www.anj.org.br/site/>

ENTREVISTAS

FARIAS, Liliane Cardoso Aguiar. Gerente de núcleo e coordenadora de edição da Agência Brasil. Formulário via Email. Entrevista em 10.10.2019.

LIMA, Sérgio Santana de. Coordenador de design da empresa EBC. Formulário via Email. Entrevista em 10.10.2019.

NOGUEIRA, Marcelo Bernardes. Coordenador de design da empresa EBC. Formulário via Email. Entrevista em 10.10.2019.

OLIVEIRA, Noelle. Jornalista da empresa EBC. Formulário via Email. Entrevista em 10.10.2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA – GERENTE WEB EBC

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Questionário de perguntas para o Portal EBC, com o objetivo de compor a pesquisa de mestrado do acadêmico **Hernán Gutiérrez Herrera**, intitulada **JORNALISMO ON LINE**: A aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC, em Brasília e D24AM, no Amazonas, do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação – **PPGCCOM**, da Universidade Federal do Amazonas - **UFAM**.

EDITOR/GERENTE DE JORNALISMO:

Nome: Liliane Cardoso Aguiar Farias

Cargo na empresa: Gerente

Autorização:

Declaro estar ciente da utilização deste questionário para fins acadêmicos.

Autorizo a citação do meu nome e das minhas respostas na pesquisa do em questão, realizada pelo acadêmico da UFAM, Hernán Gutiérrez Herrera:

Sim

Não

1. De que forma a direção do veículo enxerga os especiais multimídia?

A direção da EBC enxerga os especiais multimídia de uma forma positiva a engrandecer e fortalecer o jornalismo online. Percebe e valoriza o conteúdo produzido.

2. É viável, financeiramente, investir neste tipo de conteúdo?

Sim. É bastante viável. Os profissionais capacitados estão à disposição da EBC para produzir conteúdos em forma de texto, áudio, vídeo,

infografia e fotografia. Por a EBC já possuir veículos exclusivos (Rádio, TV e Agência de Notícias Online) não há gastos extras na contratação de mão de obra para conteúdo multimídia e também não há gasto extra para produção e edição do material. Às vezes, o que ocorre é a necessidade de viagem para cobertura jornalística apurar in loco. Então o gasto seria com a viagem para produzir reportagens multimídia de melhor qualidade de apuração e material bruto.

3. Há alguma política na empresa que estipule um investimento mais incisivo neste segmento? Não.
 - a. Se sim, como seria e qual seria a composição das equipes?
 - b. Se não, irão produzir novos conteúdos dessa natureza e com características semelhantes ou desejam encerrar esse formato?

A direção pretende investir e valorizar a produção de conteúdo multimídia cada vez mais. Não haverá contratação de novos profissionais para isso. O que pode ocorrer é a criação de novas oportunidades de pautas multimídia, de interesse da direção; com ou sem viagem para cobertura in loco. A tendência é que todos os profissionais, independentemente do veículo de comunicação de origem (rádio, TV e agência), produzam reportagens multimídia.

4. Qual a resposta (positiva ou negativa) do público aos especiais multimídia?

As matérias multimídias publicadas online não estão entre as mais acessadas. Às vezes, os internautas se manifestam via Ouvidoria ou redes sociais elogiando o material.

Possui prints de comentário positivos ou negativos?

Acesse as manifestações nas redes sociais:

<https://twitter.com/DigitalGovBr/status/976832831770030081>

<https://twitter.com/reporterbrasil/status/956521241162153984>

<https://twitter.com/agenciabrasil/status/955511019643834368>

<https://twitter.com/agenciabrasil/status/977877766119899137>

<https://business.facebook.com/agenciabrasil.ebc/photos/a.486299661380692/1984549891555654/?type=3&theater>

(Neste último do Facebook, ler os comentários dos compartilhamentos)

5. Os conteúdos geram engajamento suficiente, feedback positivo?

Sim. Às vezes, os internautas se manifestam via Ouvidoria ou redes sociais.

a. Quais são estes feedbacks?

Geralmente são positivos.

b. Possui prints, comentário ou alguma métrica sobre a resposta da audiência a estes conteúdos?

Acesse as manifestações nas redes sociais:

<https://twitter.com/DigitalGovBr/status/976832831770030081>

<https://twitter.com/reporterbrasil/status/956521241162153984>

<https://twitter.com/agenciabrasil/status/955511019643834368>

<https://twitter.com/agenciabrasil/status/977877766119899137>

<https://business.facebook.com/agenciabrasil.ebc/photos/a.486299661380692/1984549891555654/?type=3&theater>

(Neste último do Facebook, ler os comentários dos compartilhamentos)

6. Quantos acessos recebeu, assim que lançado, o especial Vidas secas?

O Especial Vidas Secas somou 7.831 visualizações. Entre janeiro 2018 a setembro de 2019.

a. Ainda se mantêm competitivo na Web?

Não se mantêm competitivo. Os acessos caíram.

b. Em média, quantos acessos recebe mensalmente?

Neste ano, menos de 10 acessos mensais.

7. Em média, quanto tempo de produção total para cada especial?

De duas semanas a um mês.

**APÊNDICE B - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA –
JORNALISTA EBC**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

Questionário de perguntas para o Portal EBC, com o objetivo de compor a pesquisa de mestrado do acadêmico **Hernán Gutiérrez Herrera**, intitulada **JORNALISMO ON LINE: A aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC**, em Brasília e D24AM, no Amazonas, do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação – **PPGCCOM**, da Universidade Federal do Amazonas - **UFAM**.

JORNALISTA:

Nome: Noelle Oliveira

Cargo na empresa: Jornalista da EBC

Autorização:

Declaro estar ciente da utilização deste questionário para fins acadêmicos.

Autorizo a citação do meu nome e das minhas respostas na pesquisa do em questão, realizada pelo acadêmico da UFAM, Hernán Gutiérrez Herrera:

(X) Sim () Não

1. Você trabalha exclusivamente nas reportagens especiais ou dividi seu tempo com as pautas diárias do site?

Na ocasião da elaboração do especial, primeiro trimestre de 2018, eu trabalhava na gestão do Portal EBC. Então, dividia meu tempo entre atividades de gestão e edição/coordenação de reportagens.

2. Qual o desafio de criação das reportagens destes conteúdos especiais, como Vidas Secas?

O desafio começa na elaboração da pauta, onde é preciso mesclar o que se quer apurar e o recurso (em tempo, viagens, diárias, passagens) que se tem para isso. Depois, é preciso fazer uma pré-produção, buscar histórias, personagens, se inteirar da realidade da região para, ao chegar lá, otimizar o tempo que se tem. Posteriormente, é necessário pensar em recursos multimídia para contar as histórias apuradas, de modo que conteúdo seja repassado ao internauta da forma mais amigável e interessante possível.

3. O planejamento de conteúdo é feito de que maneira?

Após pensar a pauta, os repórteres envolvidos pré-produziram o material. Buscaram reportagens da área, entraram em contato com entidades e órgãos da região para marcação de entrevistas. Foi montado um roteiro para apuração, envolvendo as cidades por onde passariam os repórteres. Foram listados os equipamentos necessários para a produção. Posteriormente, foi pensada a apresentação final de todos esse material.

4. Como organizam a arquitetura, tendo em vista que os assuntos se complementam?

As pautas que compõem o especial foram pensadas em conjunto. Tendo a obra “Vida Secas”, de Graciliano Ramos, como base, foi montado o roteiro de reportagens, de forma justamente a se complementarem e abordarem situações apresentadas na obra literária.

5. Qual o ponto inicial de produção, a pedra filosofal do conteúdo?

A obra Vidas Secas, de Graciliano Ramos, em consonância com temas atuais sobre a questão da água no mundo.

6. São empregados conteúdos externos, como outras reportagens antigas do portal, ou conteúdo é exclusivo para o especial?

Não. Todo o conteúdo foi produzido para o especial.

7. Há um processo colaborativo durante a organização destas publicações, como se organiza a equipe?

Sim, toda a equipe se envolveu de alguma maneira na produção. Um repórter, editor de capa do Portal EBC, foi o responsável pelo primeiro roteiro do material. Em seguida, os demais repórteres colaboraram com sugestões. As pautas foram divididas entre a equipe e a edição do material ficou sob responsabilidade da coordenação do Portal.

8. Em média, quanto tempo de produção jornalística leva cada especial?

Depende de cada especial. Esse em questão foi algo em torno de 5 meses.

9. Há alguma mudança na criação deste tipo de conteúdos obedecendo as considerações dos internautas?

Neste caso específico não. O mapeamento do especial foi todo pensando antes e executado. Posteriormente, o material foi sendo liberado em capítulos.

**APÊNDICE C - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA –
PROGRAMADOR EBC**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

Questionário de perguntas para o Portal EBC, com o objetivo de compor a pesquisa de mestrado do acadêmico **Hernán Gutiérrez Herrera**, intitulada **JORNALISMO ON LINE**: A aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC, em Brasília e D24AM, no Amazonas, do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação – **PPGCCOM**, da Universidade Federal do Amazonas - **UFAM**.

PROGRAMADOR:

Nome: Sérgio Santana de Lima

Cargo na empresa: Gerente de Desenvolvimento

Autorização:

Declaro estar ciente da utilização deste questionário para fins acadêmicos.

Autorizo a citação do meu nome e das minhas respostas na pesquisa do em questão, realizada pelo acadêmico da UFAM, Hernán Gutiérrez Herrera:

(X)Sim ()Não

1. Em média, quanto tempo de programação web leva cada especial?

R: Em média leva 5 dias de programação.

2. Qual linguagem vocês utilizam no processo?

R: No processo de desenvolvimento *backend* utilizamos PHP.

○ Utilizam linguagem Flash? Por quê?

R: Não, porque as peças geradas por esta tecnologia são de tamanho fixo e não se adaptam aos vários tamanhos de tela além de não ser suportado por dispositivos móveis. O Flash também deixou de ser suportado pelos principais navegadores por questões de desempenho e segurança e já não vem habilitado por padrão.

- Utilizam linguagem CSS? Por quê?

R: Sim, utilizamos muitos recursos da linguagem CSS para melhor apresentar os especiais, principalmente com efeitos de transição, ajustes de imagem, colocar imagem de fundo e etc. Esta linguagem praticamente substituiu as animações que eram feitas com a linguagem Flash.

- Utilizam linguagem HTML5? Por quê?

R: Sim, pois a versão 5 do HTML possibilitou a inclusão de tag para apresentar vídeo e áudio de forma nativa nos navegadores. Isso facilitou os conteúdos especiais serem mais multimídia.

3. O processo de criação e layout é desenvolvido de uma maneira específica padrão ou cada especial possui sua própria característica?

R: Alguns especiais tiveram a sua estrutura de informação e apresentação padronizada, mas por questões editoriais, a maioria tem suas especificidades.

- O especial Vidas Secas possui uma animação na página inicial (queda de água), com quais recursos contaram para este efeito?

R: Para o efeito foi utilizado o recurso de background-imagem do CSS com a troca da posição da imagem sendo feita via evento de scroll da página na linguagem Javascript.

4. O especial Vidas Secas, devido à sua característica complexa (composta por vários conteúdos, praticamente um site fora a parte), revelou que tipo de desafios para as equipes de programadores?

R: O desafio foi disponibilizar uma estrutura de página que comportasse os mais variados tipos de conteúdo, como texto, imagem, vídeo, áudio, galeria de fotos, mapa entre outros de forma adaptativa aos mais variados tamanhos de tela e dispositivos.

5. Possuem alguma limitação mercadológica no Brasil (falta de cases de sucesso no mercado) para ter referências na criação destes conteúdos especiais?

R: Não. Temos bons cases de sucesso no mercado brasileiro no qual nos inspiramos.

6. Como profissional das áreas exatas, como profissional criativo, como funciona essa interface com os profissionais jornalistas, de ciências sociais?

R: Geralmente nos reunimos e fazemos uma entrevista com perguntas chave para melhor entender as necessidades do projeto. Também utilizamos ferramentas de protótipo de interface para validar o entendimento de ambas as partes.

7. Quais os desafios que enxerga, na área tecnológica, a fim de alavancar essas produções especiais?

R: O nosso principal desafio é criar uma plataforma para edição dos especiais que seja simples de usar e seja flexível a composição dos elementos na página (inclusão de multimídia) ao ponto que entregue aos jornalistas toda autonomia de criação, edição e publicação de conteúdo.

**APÊNDICE D - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA –
DESIGNER EBC**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

Questionário de perguntas para o Portal EBC, com o objetivo de compor a pesquisa de mestrado do acadêmico **Hernán Gutiérrez Herrera**, intitulada **JORNALISMO ON LINE**: A aplicação dos ecossistemas comunicacionais e a convergência de mídias nos Portais EBC, em Brasília e D24AM, no Amazonas, do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação – **PPGCCOM**, da Universidade Federal do Amazonas - **UFAM**.

DESIGNER:

Nome: Marcelo Bernardes Nogueira

Cargo na empresa: Coordenador de Design

Autorização:

Declaro estar ciente da utilização deste questionário para fins acadêmicos.

Autorizo a citação do meu nome e das minhas respostas na pesquisa do em questão, realizada pelo acadêmico da UFAM, Hernán Gutiérrez Herrera:

(X)Sim ()Não

1. Quais são as etapas de produção gráfica de um especial multimídia?
 1. *Conceituação criativa e propósito da narrativa;*
 2. *Elaboração de uma paleta de cores;*
 3. *Desenho básico de wireframe para explicar conceitos e funcionalidades;*
 4. *Pesquisa de componentes multimídia para elaboração do recursos interativos;*
 5. *Design final com a interface gráfica;*
 6. *Codificação da interface em HTML+CSS+JavaScript;*

2. Enquanto ao processo criativo, qual o maior desafio na hora de produzir estes especiais?

1. *Prazo;*

3. Em média, quanto tempo de produção gráfica para cada especial?

3 a 4 dias

4. No especial Vidas Secas, a produção gráfica requereu quais artes?

Composição de vários elementos produzidos internamente na empresas. Todos os elementos foram criados especificamente para o projeto, o que onera um pouco mais na questão de produção gráfica.

5. A produção das artes é feita com demandas abertas, como liberdade para criar ou a equipe de jornalistas orienta o passo a passo de criação?

Acontece uma interação entre as equipes quando são apresentadas as ideias e deste ponto em diante começa a sinergia de trabalho. Algumas vezes as coisas são dadas com diretrizes mais específicas, mas há também a forma em que o escopo fica mais aberto para uma criação livre.

6. Qual o tipo de relação com o departamento de programação web, de cara à produção das artes?

Como há uma sinergia entre todas as áreas esta relação também afeta na produção, pois, uma boa criação ela deve ser exequível, para isso a relação com a equipe de programação é importante para poder balizar as limitações técnicas.

7. A definição da arquitetura das reportagens é previamente planejada ou é adaptada ao que é recebido de conteúdo?

Quase sempre, os materiais são colhidos de forma livre e ao final é pensado na “melhor maneira” de apresentar de forma mais interessante e didática dentro do contexto.

ANEXOS

AUTORIZAÇÃO E ENVIO DO QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO DO DESIGNER- EBC, MARCELO NOGUEIRA.

De: "Marcelo Bernardes Nogueira" <marcelo.bernardes@ebc.com.br>

Para: "liliane" <liliane.farias@ebc.com.br>

Enviadas: Quarta-feira, 9 de outubro de 2019 16:06:53

Assunto: Re: Questionários Pesquisa de Mestrado

Segue ai o questionário.

At.

Marcelo Nogueira

AUTORIZAÇÃO E ENVIO DO QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO DO PROGRAMADOR- EBC, SÉRGIO LIMA.

De: "Sergio Santana de Lima" <sergio.lima@ebc.com.br>

Para: "liliane" <liliane.farias@ebc.com.br>

Enviadas: Quinta-feira, 10 de outubro de 2019 19:25:17

Assunto: Re: Questionários Pesquisa de Mestrado

Prezada Liliane,

Envio em anexo o questionário com as respostas.

--

Atenciosamente,

Sérgio Lima

Gerente de Aplicações Multiplataformas

Gerência Executiva de Sistemas de Informação de Comunicação - DOTEC

Empresa Brasil de Comunicação - EBC

+55 (61) 3799-5526 | +55 (61) 99909-5074

www.ebc.com.br

@ebcnarede

AUTORIZAÇÃO E ENVIO DO QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO DA GERENTE- EBC, LILIANE FARIAS.



Liliane Cardoso Aguiar Farias

para eu ▾

qui, 10 de out 21:19 ★ ↶ ⋮

Olá, Hernán!

Em anexo, resposta do questionário Gerente. Também em anexo, levantamento de audiência do Especial Vidas Secas (Fonte: Google Analytics)

At.

Liliane Farias
Coordenação de Edição
Agência Brasil
Empresa Brasil de Comunicação (EBC)
(61) 3799-5578
www.agenciabrasil.ebc.com.br

AUTORIZAÇÃO E ENVIO DO QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO DA JORNALISTA- EBC, NOELLE OLIVEIRA.



Noelle Santos Oliveira

para eu, Liliane ▾

Caro Hernan, bom dia,

Segue o questionário respondido, conforme solicitação da Liliane.

Att,

