Tendências do jornalismo digital. Reportagens multimídias

Belisa Barga S. Fonseca[1]; Robson Bastos da Silva[2]

[1] Universidade Santa Cecília
[2] Professor Orientador

Resumo

O objetivo deste estudo consiste em analisar e compreender os usos da característica da multimidialidade como formato característico do jornalismo digital no contexto da convergência jornalística e da multiplataforma. Também busca analisar as mudanças provocadas no exercício dessa função a partir da tecnologia, e as rupturas provocadas entre as gerações de profissionais causadas por conta da informatização.

Palavras-chave: jornalismo digital. Convergência jornalística

INTRODUÇÃO

Ao longo do século XX a comunicação passou por diversas mudanças tanto sociais quanto tecnológicas, que influenciaram as diretrizes e desenvolvimento dos meios. A Internet, um dos principais, surgiu em meados dos anos 1960, durante a Guerra Fria, nos Estados Unidos. A tecnologia foi criada com o intuito de ser utilizada como ferramenta de comunicação entre os militares estadunidenses e deveria ser resistente a possíveis investidas soviéticas. Assim, em caso de ataques o fluxo de informações transmitidas não seria interrompido, pois não havia um controle central.

No final da dessa década surge a ARPAnet1, rede de longa distância que interligava quatro computadores remotamente. Nos anos seguintes, desenvolveu-se o protocolo TCP-IP2, que possibilitou a comunicação entre computadores de diferentes redes, estimulando a participação de governos, militares e acadêmicos a trocar experiências.

1 Advanced Research Projects Agency Network
2 Transmission Control Protocol/Internet Protocol
3 World Wide Web

O surgimento do www3 na década de 1980, criado por Tim Berners-Lee, popularizou a internet, uma vez que navegação se tornou usual e recursos multimídias foram implementados. Essa foi uma das principais revoluções tecnológicas do século XXI, que dimensionou a comunicação para além de suas categorias tradicionais.

> Antes da invenção do World Wide Web (WWW ou Web), a rede já era utilizada para a divulgação de informações, porém os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de e-mails, de boletins disponibilizados através do Gopher ou de recursos semelhantes. A Internet passa a ser empregada, de forma expressiva, para atender finalidades jornalísticas, a partir de sua utilização comercial, que se dá com o desenvolvimento da Web no início dos anos 90. (MIELNICZUK, 2001).

E foi durante a transição do final do século XX para o inicio do XXI que o jornalismo digital passou a ser considerado por sua relevância social, cultural e tecnológica. Também foi responsável pelos processos de reconfiguração dos modelos de gerir e gerar a notícia que possibilitaram um patamar de transformações constantes tanto do ponto de vista econômico como profissional do jornalismo, conforme descrito no trabalho de Emmanuela Nunes (2013).

A internet provocou mudanças na forma de comunicação. Logo, a imprensa também precisou se adequar a nova forma de produzir e disseminar informações para as pessoas.

> As tecnologias digitais permitiram que a informação fosse "processada automaticamente, com um grau de precisão quase absoluto, muito rapidamente e em grande escala quantitativa" (LEVY, 1999, p.52)

O uso da internet para fins jornalísticos divide-se em três fases. A primeira delas, chamada de transpositivo, não passava de reproduções de trechos dos principais jornais. O que era chamada de 'versão online', cujas atualizações ocorriam conforme o fechamento das edições impressas, nada mais era que a publicação de material desses veículos impressos.

O segundo período inicia com a tentativa de explorar os recursos disponíveis nas redes, com o surgimento dos links, interligando as notícias entre as edições – que ainda eram reproduções dos jornais. Aqui, o e-mail passa a ser usado como ferramenta de

interatividade entre o jornalista e o leitor, e começa-se a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto.

O chamado *webjornalismo* surge apenas em um terceiro momento, quando o jornalismo passa a explorar, de fato, as potencialidades oferecidas pela rede como a criação de editorias exclusivas para o online, como a utilização de softwares para a transmissão de recursos como sons e imagens.

No mundo virtual, esse o desenvolvimento de linguagens de programação com o XHTML4 e ferramentas como o *programa Flash* foram os principais responsável por essas possibilidades de integração.E**X**tensible **H**yper**T**ext **M**arkup **L**anguage, linguagem de programação interpretada por qualquer dispositivo independente da plataforma utilizada. Plataforma multimídia de desenvolvimento de aplicações que contenham animações, áudio e vídeo, bastante utilizada na construção de anúncios publicitários e páginas web interativas.

De acordo o trabalho de Ana Luisa Angetelli Nunes (apud Raquel Ritter Longhi, 2012, p. 192) a utilização do software Flash5 influenciou o jornalismo digital, culminando inclusive, no cunho de um novo termo, o *Flash Journalism,* que são os conteúdos multimídia como infográficos ou recursos audiovisuais, por exemplo, produzidos a partir da concepção do programa.

> Esse programa se mostra importante para o jornalismo digital a partir do momento em que é ele que vai possibilitar a integração das linguagens na mesma plataforma online, influenciando a forma como as estruturas narrativas podem ser construídas. (LONGHI, 2012, p.193).

A internet é um meio de comunicação popular pelo imediatismo, já que é um dos meios mais rápidos de ser atualizado e tem grande poder de alcance. Por conta de suas potencialidades – difusão imediata, alcance mundial, força mercadológica e crescimento crescente, a internet é um ambiente propício para a convergência multimídia.

> A opção pela narrativa jornalística multimídia é um velho sonho dos pioneiros da internet que vislumbraram a possibilidade de combinar áudio, imagens (estáticas e animadas) com texto para criar reportagens em que o internauta passa a ter um papel ativo, seja rearrumando as diversas peças da narrativa segundo seus desejos, seja interagindo com os autores e protagonistas por meio de mensagens em texto, áudio ou imagens. (CASTILHO, 2013).

Atualmente as mídias se repetem entre si, dando a mesma notícia, porém adaptadas aos seus meios. O grande desafio nas reportagens multimídias é oferecer, no mesmo conteúdo, informações que se complementem entre si sem se repetir, e tragam novidades em cada abordagem específica.

> A difusão das tecnologias digitais e a consequente convergência das áreas de comunicação, informática e telecomunicações está transformando a atividade jornalística. As mudanças atingem a pesquisa, a produção e a difusão da informação. Possibilitam outras formas de relacionamento entre leitor e jornalista, exigindo a redefinição de técnicas.(MURAD, 1999)

As reportagens multimídia comprovam que o público de internet aprecia ter acesso a conteúdos mais aprofundados e elaborados. É muito comum que as pessoas verifiquem notícias, atualmente, através de sites, deixando de lado o material impresso fisicamente, como jornais e revistas. O jornalismo deixa, gradualmente, de ser apenas tradicionais para atender novos públicos principalmente os jovens, muito acostumados a lidar com tecnologias.

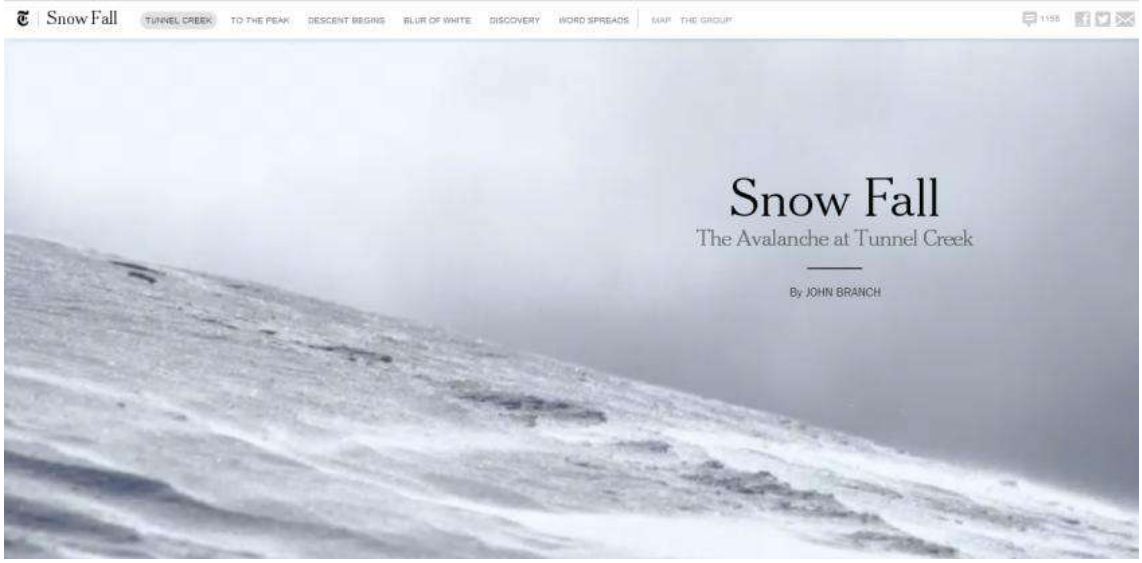
Assim, o objeto de estudo deste paper será o *webjornalismo* através das reportagens digitais / multimídias, uma nova categoria jornalística que mescla textos, com outros recursos audiovisuais como vídeos, áudios, animações e fotos.

A MULTIMIDIALIDADE DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

O primeiro veículo a realizar uma reportagem envolvendo todos os recursos multimídias disponíveis foi o *The New York Times6*, em abril de 2013. De autoria do jornalista John Branch, intrigado com o aumento significativo de acidentes de esqui com vítimas fatais, o trabalho retrata fatos ocorridos durante uma avalanche de neve ocorrida em Washington um ano antes, vitimando três dos 16 atletas que praticavam *snowboard* em uma na encosta do vale Tunnel Creek. Esse modelo pode ser considerado uma grande reportagem digital, conforme definição da autora Raquel Longhi (2010):
Disponível em http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek. Acesso em 27 de julho de 2014.

> Grande reportagem constituída de formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, dentro outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear. (LONGHI, 2010, p.153)

Intitulada de *Snow Fall a* matéria foi veiculada exclusivamente na internet e apresentou os fatos através de gráficos interativos, vídeos e biografias de praticantes das modalidades de *snowboard* e esqui. Outro diferencial é que a produção abordou os fatos de forma inovadora, tanto em conteúdo quanto design, reuniu na mesma notícia, diferentes estruturas de linguagens. Além da predominância do tradicional texto, o leitor é envolvido no conteúdo através de recursos audiovisuais e imagens, que funcionam como complementos, disponibilizando novas informações que ainda não haviam sido passadas no texto.
Imagem da página principal da reportagem Snow Fall 11



> A matéria do *The New York Times* revela que a possibilidade de integração de som, imagem fixa e em movimento, texto verbal e infográfico enriquece uma reportagem na *web*. A construção de reportagens mais contextualizadas e inventivas é uma ação de resistência ao imediatismo e à velocidade dos fluxos de informação que tendem a esvaziar os valores simbólicos das notícias (BECKER, 2012 apud BECKER, BARREIRA, 2013, p.79).

Ao todo foram seis meses de apurações e entrevistas para a elaboração do material. Além de Branch, a equipe contou com mais 16 profissionais das áreas de design gráfico, fotografia, pesquisa e produção de vídeos. Outro ponto a ser citado é referente aos custos da produção dessa reportagem, que apesar de não divulgados, representaram custos muito superiores à produção de um material normal.

Embora o *Times* não divulgue o volume de tráfego total recebido desde o lançamento da reportagem, em dezembro de 2012, nos primeiros seis dias o a reportagem teve 2,9 milhões de visitas e 3,5 milhões de *page views*. A reportagem, na ocasião, foi premiada com o *Pulitzer,* a mais prestigiada premiação jornalística norte-americana, na categoria Feature Writing.

> Não ficou claro quanto dinheiro o *Times* gastou com "Snow Fall", mas vamos partir do princípio de que foi uma pequena fortuna. (...) E em troca o jornal recebeu uns poucos milhões de visitas à página, mas acredito que também construíram uma bela infraestrutura para criar mais projetos do mesmo tipo. Consequentemente, o próximo "Snow Fall" vai custar menos e a maior parte dos futuros gastos será para o lado criativo: textos, fotos e outros elementos e *design* de multimídia.(MALIK, 2013)

O sucesso da nova modalidade de jornalismo digital fez tanto sucesso que 'Snow Fall' se tornou um verbo e sinônimo para esse tipo de trabalho multimídia, que deixaram de ser exclusividades do jornalismo estadunidense e ganharam outros mercados entre eles, o brasileiro. Por aqui o Jornal Folha de São Paulo desenvolveu uma reportagem nestes moldes com o tema *A Batalha de Belo Monte*, que ganhou uma versão traduzida para o inglês; o Jornal do Comércio produziu reportagens como *Casa Grande* e *Senzala, 80 anos*; o Jornal Zero Hora, também produziu conteúdos multimídia como as reportagens *Os Infiltrados, Por Dentro de...Dunas* e *Avenida em Farrapos*.

Em paralelo a essa revolução multimídia, outra mudança comportamental segue em andamento, e se refere ao uso cada vez mais frequente de *smartphones* e *tablets* como instrumentos de leitura e informação. Com isso, as empresas de comunicação também precisam oferecer conteúdos atraentes para esse novo público que busca, nesses aparelhos, informações com multimidialidade e que permitam se possível, interatividade.

O blog da revista Superinteressante publicou, em abril de 2013, que nos Estados Unidos o "MoJo" (*mobile journalism* ou jornalismo móvel) é uma realidade muito comum. Os leitores verificam seus *smartphones* ou *tablets* a qualquer momento, sem a necessidade de aguardar o uso de um computador para saber sobre as notícias do dia. 7 7 Acesso em julho de 2014: http://super.abril.com.br/blogs/newsgames/5-tendencias-do-jornalismo-digital-mundial/

No Brasil, também já se nota um movimento comportamental similar entre os usuários desses eletrônicos. O jornalismo precisa acompanhar essas mudanças e implementar no jornalismo digital, recursos que tornem as histórias mais interessantes e próximas dos leitores, que buscam, cada vez mais, interatividade com esses meios.

As reportagens multimídia tendem a ganhar força por ser um marco na narrativa jornalística multimídia, sendo considerado, inclusive, um novo método de fazer jornalismo conforme as pesquisadoras Beatriz Becker e Ivone Barreira:

> *"Snow Fall* também repercutiu em centros de pesquisa e *sites* que publicam artigos sobre a produção jornalística. Segundo o Observatório da Imprensa no Brasil, a reportagem virou um verbo e representa uma mudança no modo de pensar e fazer as reportagens multimídias." (BECKER; BARREIRA, 2013, p. 78)

Ainda de acordo com as autoras, um exemplo são as chamadas narrativas jornalísticas multimídias, as quais emergem como algumas das escrituras mais inovadoras do século XXI e traz a promessa de uma renovação na forma de apresentar as notícias em portais de todo o mundo (BECKER; BARREIRA, 2013).

> O domínio das tecnologias digitais na produção de notícias também permite um contato maior dos jornalistas com as audiências, convertendo os leitores em interlocutores e colaboradores, o que, em conjunto com a integração das redações e a implantação das multiplataformas, caracteriza a convergência jornalística (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008 apud BECKER e BARREIRA, 2013).

Através do *webjornalismo* é possível trabalhar o conceito de informações com recursos diversos, como audiovisual, infográficos e até mesclar com conteúdos interativos como *newsgames.* O ambiente online é o único meio de comunicação que permite a integração de todos esses recursos, portanto, é um grande horizonte a ser explorado pelos jornalistas, até por conta do alcance da mídia que é ilimitado.

Portanto, esse ambiente virtual permite a produção de reportagens mais completas e complexas, o que permite discutir se o ambiente web não seria o mais adequado para, por exemplo, as grandes reportagens, hoje destinadas ao veículos mais tradicionais como mídias impressas e televisivas.

Como dito anteriormente, as mídias são muito segmentadas: TV, rádio, impresso e on-line e, também, se pode considerar a fotografia como objeto de informação. Cada veículo produz a mesma notícia, porém, com linguagens específicas para o seu meio. Nem sempre essas diferentes abordagens trazem, de fato, novas informações ao público, sendo assuntos repetidos.

Considerando que são matérias mais elaboradas, trabalhadas e com elementos informativos que, são muitas vezes desprezados pelo jornalismo diário por falta de tempo para melhor apuração ou mesmo espaço/tempo para publicação ou divulgação, as reportagens multimídia visam também ampliar a capacidade crítica dos leitores.

O equilíbrio de uma matéria está não apenas nos textos e imagens, mas também na utilização de elementos complementares. Grandes portais nacionais como Globo, Folha, UOL, Estadão, Terra, IG, por exemplo, já adotaram estruturas profissionais e tecnológicas a fim de disponibilizar, ao máximo, seus conteúdos em formatos multimídia, mesmo nas notícias mais corriqueiras. Exemplo disso são as foto galerias, vídeos ou ilustrações disponibilizados nesses sites.

> Com o aumento do uso e relativo barateamento da banda larga no Brasil, começa-se a identificar algumas iniciativas das empresas de comunicação no investimento de seções multimídias. É o caso do portal do Estadão (www.estadao.com.br), que neste ano estreou o canal "Multimídia" e o Globo.com, que investe no portal de notícias G1 (g1.globo.com). Além disso, os portais IG, Terra e UOL apostam em conteúdo multimídia como a Terra TV (http://terratv.terra.com.br) e a TV UOL (http://tvuol.uol.com.br), que exploram apenas canais de vídeo, áudio e galerias de slide shows fotográficos. (SPINELLI, RAMOS, 2007, p.2 apud NUNES, 2013, p. 12)

1.1. ELEMENTOS DA MULTIMIDIALIDADE

As principais características da multimidialidade são conceituadas por Palacios (2002) como a 'convergência dos formatos das mídias tradicionais na narração do fato jornalístico'.

> A Multimidialidade do jornalismo na Web é certamente uma continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjuração de formatos midiáticos (imagem, texto e som). No entanto, é igualmente evidente que na Web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. (PALACIOS, 2002, p. 6).

> A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões, segundo Henry Jenkins (2007), entre elas, o fato de que a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores, sendo a notícia considerada uma parte desse conteúdo. A convergência está mudando o modo como os setores de mídia operam e o modo como as pessoas pensam sobre sua relação com os meios de comunicação (LONGHI, 2012, p. 4).

Com o jornalismo digital surgem alguns elementos carcterísticos desse cenário. Bardoel e Deuze (2000) apontam quatro elementos: Interatividade, Personalização do Conteúdo, Hipertextualidade e Multimidialidade. Palacios (2004), aponta um quinto item, a Memória. Cabe mencionar que a atualização contínua e o acesso imediato também são característicos do jornalismo digital. A seguir, uma breve descrição dos conceitos:

A Hipertextualidade conduz o leitor para páginas inter-relacionadas ao assuntos. Através de links é possível oferecer informações complementares ou até mesmo desdobramentos sobre um determinado assunto, relacionado ao tema principal. O hiperlink também permite o redirecionamento a reportagens produzidas em outras plataformas (áudio, vídeo, imagens), precursoras das reportagens multimídias.

A Multimidialidade ou convergência agrega em um mesmo produto o uso de diferentes linguagens (textos, áudios e vídeos) para constituir a narrativa jornalística. Já a Interatividade é a ação que permite a participação do leitor / internauta na produção jornalística, seja através de sugestões ou participação por meio de comentários na página da notícia.

A personalização oferece ao leitor a possibilidade de escolher as informações e conteúdos com os quais ele terá acesso, sem que seja preciso acompanhar todo o material disponível. A memória, por fim, é a possibilidade de arquivar e acumular indefinido número de informações dentro da internet.

1.2. JORNALISTAS NO AMBIENTE VIRTUAL

Por mais que o próprio mercado de trabalho exija que os profissionais sejam cada vez mais multiplataformas, os jornalistas em geral são especialistas em uma determinada área, seja TV, rádio ou meio impresso.

Cada veículo tem um tipo de linguagem e público e os jornalistas aprendem a se comunicar com esses segmentos. As reportagens multimídias vão exigir dos profissionais a compreensão de todas essas linguagens simultaneamente e, também, que sejam dadas abordagens diferentes e pontuais sobre o mesmo assunto dentro da mesma matéria.

Dessa forma, é importante conhecer as possibilidades que essa nova ferramenta digital oferece para que os profissionais. Segundo o jornalista Carlos Castilho, em artigo publicado no Observatório da Imprensa:

> "A opção pela narrativa jornalística multimídia é um **velho sonho dos pioneiros da internet** que vislumbraram a possibilidade de combinar áudio, imagens (estáticas e

> animadas) com texto para criar reportagens em que o internauta passa a ter um papel ativo, seja rearrumando as diversas peças da narrativa segundo seus desejos, seja interagindo com os autores e protagonistas por meio de mensagens em texto, áudio ou imagens." (CASTILHO, 2013)

1.3. BARREIRAS DO JORNALISMO DIGITAL

Apesar de representar uma nova tecnologia jornalística, as reportagens multimídias seguem no contrafluxo do jornalismo cotidiano, que busca agilidade nas informações e publicações. Trata-se de uma categoria onde são valorizadas reflexões, e ângulos de entrevistas e dados que normalmente são cortados das notícias, seja por falta de espaço ou tempo para apuração.

O jornalismo gera conteúdos todos os dias. No entanto, sobre o ciberjornalismo se observa que:

> *"*Esses experimentos demandam, em média, de 15 dias a um mês para ficarem prontos e experiências como o *Snow Falls* podem levar até seis meses para serem publicadas. Desse modo, não há uma tendência de aproveitamento desse tipo de linguagem nas chamadas *Hardnews*.." (BECKER; BARREIRA, 2013, p. 79)

Essas reportagens, categorizadas com grandes reportagens nos veículos digitais por seu teor de apurações, pesquisas e entrevistas, visam aproximação entre redatores e público, conforme citado abaixo:

> O domínio das tecnologias digitais na produção de notícias também permite um contato maior dos jornalistas com as audiências, convertendo os leitores em interlocutores e colaboradores, o que, em conjunto com a integração das redações e a implantação das multiplataformas, caracteriza a convergência jornalística (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008 apud BECKER; BARREIRA, 2013, p.75).

No entanto, o ritmo frenético de transições e expansões das tecnologias digitais deixa algumas lacunas profissionais, principalmente nos jornalistas que estão em atuação há mais tempo. Acostumados a trabalhar com as mídias tradicionais, a geração mais antiga não possui conhecimentos teóricos a respeito dessa nova modalidade. Já os novos profissionais, embora dominem esse conceito, não tem bagagem e vivência profissionais suficientes para produzir uma reportagem em diversas linguagens sobre o mesmo produto jornalístico.

Conforme Becker e Barreira (2013), "a necessária renovação da formação profissional provocada pelos efeitos da convergência nas rotinas produtivas tem sido discutida em fóruns especializados em diferentes universidades do Brasil e no exterior".

> O ritmo acelerado da expansão das tecnologias digitais deixou os cursos de Graduação defasados em relação às exigências do mercado em todo.O mundo. Universidades com décadas de existência enfrentam o desafio de reavaliar suas propostas pedagógicas. Pesquisadores consideram que "a digitalização é uma excelente oportunidade para se romper uma longa história de desencontros entre o ensino do jornalismo e as empresas jornalísticas" (BECKER; BARREIRA, 2013, p. 80)

De acordo com artigo dos autores Santos e Tonus (2010), as redações procuram repórteres convergentes, capaz de elaborar narrativas a partir das programações web e da utilização de programas. O jornalista precisa ser cada vez mais, um profissional que desempenhe inúmeras funções simultaneamente (escrever, fotografar, produzir vídeos,

sugerir ideias para material interativo), ou seja, deve conhecer todas as plataformas digitais. Esse é o perfil que as empresas jornalísticas buscam atualmente.

> O jornalismo contemporâneo passa por transformações em diversas esferas. O mercado exige um profissional multimídia devido à convergência digital, demandando profissionais com um novo perfil, o que leva à necessidade de uma formação cada vez mais complexa. As tecnologias digitais e a produção hiper e multimidiática têm, assim, implicações diretas na prática, no perfil e na formação do jornalista. (SANTOS, TONUS, 2010, p. 152).

A informatização das redações em meados da década de 1980 provocou mudanças na rotina dos jornalistas, que passaram a ser contar com programas como corretores ortográficos, dando início a extinção do cargo de redator. E esse seria apenas o início do que se tornaria a atual configuração da redações. Com o uso comercial da Internet na década seguinte, as transformações ocorreram de forma ainda mais veloz. Com a implantação dos computadores e tecnologias, os jornalistas deixaram de exercer funções delimitadas para executar, cada vez mais, multitarefas. Um mesmo profissional realiza todas as etapas da produção de uma notícia, como pautar, apurar, redigir, editar e revisar, inclusive, para diferentes meios de comunicação.

> O jornalista tem de escrever sua matéria para a versão impressa e para a versão on-line, ou então produzir sua matéria para a emissora de rádio convencional e para a webrádio, ou ainda para a TV convencional e para a webTV. E isso é só o começo. Os portais contratam os chamados jornalistas convergentes, ou seja, aqueles que produzem multimidiaticamente e que ainda constroem a narrativa da sua produção jornalística a partir de programação para web, seja em editores de HTML ou em softwares como o Flash, por exemplo. (SANTOS, TONUS, 2010, p. 153).

As questões que envolvem esses novos processos e produtos jornalísticos, mais que provocar mudanças no ambiente de trabalho modificam, também, o comportamento nas salas de aulas de Jornalismo. As novas gerações de jornalistas saem com conteúdos muito mais voltados para as práticas tecnológicas do que, propriamente, para o exercício teórico da profissão.

As universidades tendem a valorizar em seus currículos as atuais práticas da função com disciplinas muito mais voltadas às novas tecnologias, e não tem priorizado tanto as reflexões para as produções de conteúdos, como há alguns anos. Essas diferenças entre gerações se refletem nas redações, onde ocorre o encontro de jornalistas pré e pós era da tecnologia / multimidialidade. De um lado, os repórteres que tem um conhecimento muito denso para produzir conteúdos reflexivos, grandes reportagens especiais, porém, específicos para um tipo de veículo. Do outro lado, jornalistas que tem muita facilidade em desenvolver conteúdos para diversas mídias porém sem se aprofundar em nenhum conteúdo.

Conforme descrição de Santos e Tonus (2010), atualmente são discutidas as diretrizes curriculares dos cursos de Jornalismo, inclusive pelo Ministério da Educação (MEC) e acredita-se que uma investigação sobre a formação do jornalista pode delinear as consequências dessa multimidialidade tanto no âmbito acadêmico quanto mercadológico.

Além de esbarrar nessas questões, esse tipo de reportagem apresenta outro problema que é "o alto custo de produção e a necessidade de pessoal especializado", conforme mencionado por Carlos Castilho (2013) em artigo para o Observatório da Imprensa e citado por Santos e Tonus, conforme abaixo.

> Há implicações sociológicas, políticas, econômicas, culturais e informacionalistas, dentro outras, nestas novas interações mediadas. É importante destacar o aspecto humano do jornalista e as consequências deste novo cenário sobre sua vida, à medida que as empresas veem nisso uma forma de reduzir custos e manter sua lucratividade, pois contratam um profissional hipermultimidiático que possa fazer a vez de dois ou mais colegas, ou ainda, obrigam os já contratados a desempenharem mais funções sem oferecer-lhes condições de trabalho ou remuneração adequadas. (SANTOS, TONUS, 2010, p. 154).

Tal situação sobre conflitos de gerações profissionais da comunicação são ilustradas no filme Intrigas de Estado (2009), que faz uma análise precisa do jornalismo e a busca pela informação verdadeira, sua principal missão. O filme mostra a atuação de um jornalista tradicional envolvido na investigação de um crime político. Repórter experiente, usa de sua paciência e sagacidade para buscar a informação legítima, cuidando para não publicar fatos inverídicos ou que possam dar margem à boatos, que se une a uma blogueira que tem ânsia de publicar informações, sem se preocupar tanto com a precisão da apuração mas sim, velocidade de divulgação.

Essa situação evidencia o conflito entre as gerações de profissionais da comunicação nas redações, os chamados velho e novo jornalismo. Os antigos profissionais são vivenciaram o período em que rádio, TV e jornais representavam os principais veículos de comunicação e que, em grande parte das vezes, pertenciam a um mesmo grupo. A informação não era tão veloz e havia um tempo maior para apuração e produção dos conteúdos. Já os pertencentes ao novo jornalismo são frutos da Era da Internet e suas inúmeras possibilidades. São profissionais ansiosos por conteúdos, novidades e interatividade. Tem pressa para informar e não tem habilidades para produzir conteúdos qualificados e sim, genéricos. Fizeram da web a principal fonte de informações, culminando na convergência das mídias tradicionais e novas mídias incluindo as redes sociais, também usadas como ferramentas de difusão de informações.

Para Nunes, (2013), a multimidialidade é uma das características pertinentes em uso no jornalismo digital por possibilitar a construção da narrativa de forma dinâmica. Essa importância dada explica-se pela relevância comunicativa do webjornalismo com as redes de alta velocidade e a influência audiovisual na cultura da internet.

Porém, essa opção carrega em si, a priori, a tensão relacionada ao fato de que nem todos os internautas possuem banda larga para navegar em uma plataforma pesada. Ao mesmo tempo, o uso é uma demanda corrente do público por páginas mais dinâmicas e ofertas de conteúdos com características mais completas (áudio, vídeo, imagens, entre outros). O modelo de interface multimídia nos portais e sites de conteúdo jornalístico e constantemente adotado. (NUNES, 2013)

Embora os serviços de banda larga no Brasil tenham se tornado populares, muitos usuários ainda enfrentam alguns problemas com seus serviços de conexão, o que dificultaria o acesso a esses conteúdos, normalmente mais pesados por do uso de plataformas distintas.

> Além disso, a leitura dessas matérias também apresenta dificuldades técnicas porque o carregamento das páginas é demorado; por integrarem diferentes tipos de linguagens, estas páginas são mais "pesadas" do que aquelas dos jornais onde apenas uma ou duas formas de linguagem são exploradas. (BECKER; BARREIRA, 2013, p. 80).

O autor Nicholas Negroponte aborda em seu livro "A Vida Digital", os rumos que podem ser dados à comunicação digital, considerando inclusive, a possibilidade de

que as informações estejam cada vez mais segmentas e personalizadas para seus leitores.

Já as publicações Comunicação no Mercado Digital e Mercado e Comunicação na Sociedade Digital apresentam compilados de artigos onde é possível ter uma visão do panorama mercadológico no segmento digital e quais os rumos atuais e futuros dessa tecnologia.

A nova sequência de documentários ainda está longe de seguir a linha do projeto Snowfall, mas não há dúvida de que o sucesso da multimídia como narrativa jornalística envolvente quebrou muitas resistências dentro do jornal contra a opção audiovisual. (CASTILHO, 2013) Por fim, para Pollyana Ferrari (2004) "os desafios do jornalismo digital estão relacionados à necessidade de preparar as redações, como um todo, e aos jornalistas em particular, para conhecer e lidar com as transformações sociais".

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão das narrativas jornalísticas multimídia como uma das escrituras mais inovadoras deste século e da repercussão da reportagem *Snow Fall,* permite uma reflexão sobre as transformações que mesclam a linguagens e a formação dos profissionais.

As reportagens multimídia são importantes para promover debates sociais e também como proposta de um jornalismo mais reflexivo e mais próximo de seu novo público, usuários constantes de tecnologias.

São conhecimentos contextualizadores necessários para que se compreenda o mercado digital para saber como as novas propostas se enquadram nesse mundo, tão volátil e rápido. O jornalismo multimídia é uma alternativa que prioriza a reflexão e outros lados da notícia, que fujam apenas ao factual corriqueiro.

Além disso, os investimentos nessas novas formas de fazer jornalismo são uma busca natural para a sobrevivência das empresas, uma vez que as mídias tradicionais, principalmente o jornalismo impresso, deixaram de ser as principais fontes de informação, perdendo espaço para as mídias digitais. Hoje, as pessoas vivem conectadas a todo instante. Os veículos tradicionais demanda tempo para publicação dos conteúdos, enquanto na web, a atualização ocorre de forma quase que em tempo real com o acontecimento da notícia.

O leitor contemporâneo busca, naturalmente, recursos complementares, que não são oferecidos por nenhum outro veículo. A internet permite que o leitor possa ver uma notícia e buscar imagens, vídeos, áudios e até mesmo outras notas relacionadas ao tema principal com apenas um clique e dentro do mesmo canal de comunicação.

Logo, podemos concluir que o *webjornalismo* tem aberto canais para os jornalistas. A internet, por ser alcance, e baixo custo de manutenção, possibilita produzir reportagens de forma mais livre e utilizar recursos interativos. Essa nova tecnologia também permite que o repórter interaja com o leitor.

Observa-se que a multimidialidade ainda é pouco estudada no Brasil e as referências teóricas ainda não são vastas, quando comparadas com as inúmeras possibilidades que o universo virtual oferece como campo de pesquisa, exploração e trabalho. Por fim, o tema é extremamente mutável e adaptável às novidades, por estar em constante metamorfose, assim como seu meio de propagação, a internet. 21

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Beatriz; BARREIRA, Ivone. *Snow Fall:* uma avalanche de criatividade e de desafios para o Ensino de Jornalismo. In: Revista Contracampo, volume 28, número. 3, edição dezembro ano 2013. Niterói: Contracampo, 2013. Pags: 73-91.

CASTILHO, Carlos. Efeito 'snowfall' abre oportunidades para o jornalismo multimídia. Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/codigoaberto/post/o_efeito_ldquo_snowfall_rdquo_abre_nova_oportunidade_para_o_jornalismo_multimidia> Acesso em 28 de julho de 2014.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2004.

FOLHA de São Paulo. Tudo sobre a batalha de Belo Monte. Disponível em <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/ > Acesso em 25 de julho de 2014.

GIACOMO, Fred Di. Blog Superinteressante. Disponível em http://super.abril.com.br/blogs/newsgames/5-tendencias-do-jornalismo-digital-mundial/ > Acesso em 25 de julho de 2014.

HAUSSEN, Dorid Fagundes; CIMADEVILLA, Gustavo; MORAIS, Osvando J. de (organizadores). A comunicação no mercado digital – 1º Colóquio Brasil – Argentina de ciências de comunicação. 1ª edição – São Paulo: Intercom; Santos-SP: Unisanta, Unisantos e Unimonte, 2007.

INTRIGAS de Estado (State of Play). Direção de Kevin Macdonald. Elenco: Russel Crowe, Ben Afleck. Estados Unidos,França e Reino Unido. Paramount Pictures, 2009, 127 minutos.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999, p. 52.

LONGHI, Raquel Ritter. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. Estudos em Comunicação, nº7 - Volume 2, 149-161 Maio de 2010. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/longhi.pdf> Acesso em 27 de julho de 2014.
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed746_o_projeto_snow_fall_e_a_o_futuro_do_jornalismo> Acesso em 28 de julho de 2014.

LONGHI, Raquel Ritter. Webnotícia e linguagem hipermidia: como conta o jornalismo online. Disponível em < http://ppgjor.posgrad.ufsc.br/files/2012/01/projeto-RAQUEL.pdf > Acesso em 27 de julho de 2014.

MALIK, Om. AMADO, Jô (Tradução). O projeto 'Snow Fall' e a o futuro do jornalismo. Observatório da Imprensa. Disponível em: MELO, José Marques de; MORAIS, Osvando J. de (organizadores). Mercado e Comunicação na Sociedade Digital. 1ª edição- São Paulo: Intercom; Santos/SP: Unisanta, Unisantos e Unimonte, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na Web. Trabalho apresentado no II Congresso da Associação Portuguesa de Comunicação (SOPCOM). Lisboa, 2001. Disponível em: <http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acesso em 27 de julho de 2014.

MURAD, Angéle. Oportunidade e desafios para o jornalismo na internet. 1999, 10 páginas. Disponível em: http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/241/0> Acesso em 27 de julho de 2014.

NEGROPONTE, Nicholas; TELLAROLI, Sérgio (tradução). A vida Digital. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NUNES, Ana Luísa Angeletti. Jornalismo na internet: a nova narrativa das reportagens multimídia. Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Federal de Viçosa, 2014, 58 páginas.

NUNES, Emmanuela Cristina Leite. A multimidialidade no jornalismo digital: o caso do Publico.pt. Trabalho de conclusão de curso da Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, 2013, 52 páginas.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. Revista PJ: Br Jornalismo Brasileiro, 2004. Disponível em < http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm > Acesso em 27 de julho de 2014.

SANTOS, Adriana Cristina Omena; TONUS, Mirna. Breve panorama da inserção das tecnologias da informação e comunicação na formação de jornalistas em Uberlândia, MG. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Ponta Grossa, v. 1, n. 7, jun.-dez. 2010. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/175/127>. Acesso em 10 de agosto de 2014.