

Artigo recebido em:

29.11.2016

Aprovado em:

17.05.2017

Alciane Baccin

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS - Brasil), cotutela com o Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação da Universidade da Beira-Interior (UBI - Portugal). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos - Brasil) e especialista em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM - Brasil). Jornalista.

E-mail: alcianebaccin@gmail.com

A narrativa *longform* em reportagens hiper­mídia¹

Alciane Baccin

Resumo

O jornalismo no ambiente digital tem experimentado os limites da narrativa na web, com estruturas criativas e contextualizadas para contar histórias, que contribuem para a “inovação semântica” (LEAL, 2014). O artigo reflete sobre a narrativa no jornalismo e retoma a evolução da narrativa no ambiente digital desde a primeira geração, a de transposição (MIELNICZUK, 2003), até o conceito de hiper­mídia e de base de dados. O objetivo é compreender o papel da narrativa *longform* (JACOBSON; MARINO; GUTSCHE, 2015; LONGHI; WINQUES, 2015; LONGHI, 2014; DOWLING; VOGAN; 2014; SHARP, 2013; MEYER, 2012) na reportagem hiper­mídia, destacando suas características. Analisamos três reportagens, sendo uma de cada jornal: *New York Times*/EUA, *Público*/Portugal e *Folha de SP*/Brasil. Entre as considerações, destacamos que a narrativa *longform* tem garantido o aproveitamento de potencialidades do ambiente digital, tornando-se um produto com características próprias, que abarca o conceito de hiper­mídia.

Palavras-chave: Narrativa jornalística. Reportagem hiper­mídia. *Longform*.

Abstract: Journalism in the digital environment has experienced the limits of the narrative on the web, with creative and contextualized structures to tell stories that contribute to “semantic innovation” (LEAL, 2014). The article reflects about the narrative in journalism and resumes the evolution of the narrative in the digital environment from the first generation, called transposition (MIELNICZUK, 2003), to the concept of hypermedia and the use of databases. The objective is to understand the role of longform narrative (JACOBSON; MARINO; GUTSCHE, 2015; LONGHI, 2015; LONGHI, 2014; DOWLING; VOGAN; 2014; SHARP, 2013; MEYER, 2012) in hypermedia news report, highlighting its characteristics. We analyzed three news reports, one from each newspaper: The New York Times/EUA, Público/Portugal and Folha de S. Paulo/Brasil. Among the considerations, we emphasize that the longform narrative has guaranteed the use of potentialities of the digital environment, becoming a product with its own characteristics, which encompasses the concept of hypermedia.

Keywords: Journalistic narrative. Hypermedia news report. Longform.

¹ A primeira versão deste texto foi apresentada no 13º Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo da SBPJor que ocorreu em Campo Grande/MS.

Narrar é um ato humano que não se limita à literatura e à história. É uma atividade que faz parte do cotidiano de todos nós, do cinema, das artes, da medicina, da política, assim como do jornalismo. As histórias são contadas a todo momento nas ruas, em casa, nos livros, nos jornais, nas tevês, nas rádios, na web e nos dispositivos móveis. Nossas experiências foram e são organizadas cotidianamente em forma de narrativa. De acordo com Leal, “uma narração não é uma simples modalidade textual. É um modo de aprender o mundo, de dar sentido à vida” (2014, p. 3).

Para contar as histórias do cotidiano, o jornalismo aciona os acontecimentos e desdobramentos por meio da narrativa. Nossa intenção com este artigo é discutir como é feito esse acionamento, a partir dos novos formatos estruturais e textuais de narrativas no ambiente digital. Para isso, traçamos como objetivo principal compreender as características da narrativa *longform* nas reportagens hipermídia sob três aspectos: a dimensão da história narrada, os recursos técnicos envolvidos para contar a história e os elementos que qualificam a narrativa. Partimos, então, da discussão que alguns pesquisadores já realizaram sobre a estrutura *longform* (JACOBSON; MARINO; GUTSCHE, 2015; LONGHI; WINQUES, 2015; CANAVILHAS, 2014; LONGHI, 2014; DOWLING; VOGAN; 2014; SHARP, 2013; MEYER, 2012) para entendermos o conceito e verificá-los nas reportagens.

Começamos o artigo com uma breve discussão sobre a narrativa como o lugar da experiência do mundo no jornalismo, que aborda a evolução da narração jornalística no ambiente digital até chegar ao conceito de hipermídia. A partir dessa discussão teórica e da análise de três reportagens de três jornais diferentes (The New York Times – EUA, *Folha de S.Paulo* – Brasil, *Público* – Portugal), realizamos o mapeamento das características da narrativa *longform* dividindo-as em três categorias de análise: dimensão,

recursos técnicos e elementos de qualidade. Reconhecemos que a amostra é pequena, mas os exemplos trazidos contribuem para a discussão teórica, porque experimentam os limites da narrativa na web, com estruturas criativas e contextualizadas para contar histórias e os resultados sugerem características comuns às reportagens hipermídia estudadas.

A narrativa no jornalismo

O ato de narrar é uma faculdade humana anterior à da linguagem, porque, mesmo mentalmente, organizamos nossas experiências em forma narrativa. Mesmo sem exteriorizarmos essa narrativa ela pode ser construída na nossa mente. Motta (2007) diz que são as narrativas que dão sentido às coisas e aos nossos atos, produzindo assim significações. Logo, antes mesmo de textualizar a narrativa a construímos mentalmente para que possamos dar sentido aos fatos e acontecimentos aos quais tomamos conhecimento. Walter Benjamin, no clássico *O Narrador*, relaciona o ato de narrar à troca de experiências. “A experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorreram todos os narradores” (BENJAMIN, 1994, p. 198).

Trazemos Benjamin para a discussão entre narrativa e jornalismo pela sua importância nas pesquisas que envolvem esses dois campos (MARTINEZ, 2013) e pela reflexão que faz sobre a extinção do ato narrativo, pela perda dessa experiência na narrativa. Segundo o autor, a arte de narrar estaria em vias de extinção em virtude das mudanças que estão dando sentido ao mundo moderno, principalmente no que diz respeito à modernização sociocultural e às guerras. Até então as narrativas eram contadas por quem as “experienciava”, algo que foi se perdendo com o tempo, de acordo com Benjamin. Esta extinção figuraria principalmente na perda da vitalidade da narrativa com a burocratização e limitação a partir de uma lógica informativa – “aos seus olhos, mais do que o próprio romance, a informação é o que a ameaçaria [...] é o ato exacerbado de um narrar burocratizado

– imposto pelo discurso jornalístico ‘oficial’” (RESENDE, 2009, p. 34).

O discurso jornalístico burocratizado estaria limitando a narrativa e extinguindo a arte de narrar. “Cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes. [...] Em outras palavras: quase nada do que acontece está a serviço da narrativa, e quase tudo está a serviço da informação” (BENJAMIN, 1994, p. 203). Se pensarmos na narrativa noticiosa baseada no hardnews podemos concordar com Benjamin, pois cada vez mais jornais, portais de notícias, emissoras de rádio e televisão noticiam mais do mesmo. Encontramos a mesma notícia em todos os veículos. Mas se pensarmos em um jornalismo mais criativo, contextualizado e aberto a inovações discordamos do autor e acreditamos, sim, que narrativa e informação podem coexistir num mesmo discurso.

As narrativas jornalísticas recontam e criam novos sentidos na narração, logo, os jornalistas narram as experiências do homem no mundo. Narrar é sempre produzir uma nova experiência. Narrar requer, conforme Leal (2014), uma “inovação semântica”, pois em cada narração ativamos nossa capacidade de ordenar o caos e cada narrador organiza esse caos da sua maneira e expressa a narrativa a partir desse ordenamento. “Quando narramos, sempre contamos ‘outra’ história, não só porque cada contexto é único, mas também porque os interlocutores se diferenciam e porque a organização que geramos narrativamente acarreta, ao menos, diferenças sutis” (LEAL, 2014, p. 165).

O jornalismo burocratizado limita essa “inovação semântica” a modelos “pré-fabricados” de jornalismo. A contextualização é uma das portas que pode ser aberta para formas narrativas mais complexas e inovadoras. Medina e Leandro (1973), ao discutirem uma teoria da interpretação, salientam que não basta informar, é preciso contextualizar. O simples ato de informar burocratiza o jornalismo e a contextualização é que abre portas para uma narrativa mais

criativa e inovadora. É neste ponto que situamos nosso objeto de estudo, a reportagem. A reportagem é o gênero jornalístico por excelência mais completo e aberto a inovações.

É a modalidade expressiva jornalística mais completa, além de ser a que pode reunir características de vários gêneros (informativo, interpretativo, opinativo). Para García (2012), a reportagem “tem conseguido se situar na história do jornalismo como a modalidade jornalística que comunica, explica, analisa e examina os fatos e aprofunda em todos os aspectos o que narra”³ (p. 107, tradução nossa). A partir da conceitualização de reportagem de Sodré e Ferrari (1986), como um produto que apresenta quatro características fundamentais: a predominância da forma narrativa, a humanização do relato, o texto de natureza impressionista e a objetividade dos fatos narrados; e de Medina e Leandro (1973), que compreendem a grande reportagem como um produto composto pelo aprofundamento do tema, abordagem de antecedentes, contextualização e humanização do assunto, refletiremos mais à frente quais características essa modalidade adquire no ambiente digital.

Da transposição à hipermídia

A expressão narrativa pode se dar em diferentes suportes (papel, rádio, televisão e web) e em várias linguagens (verbal, icônica e verbo-icônica). Vamos focar nosso trabalho na estrutura que a narrativa jornalística assume na web e nos dispositivos móveis, para tanto retomamos alguns estudos do campo do jornalismo (PAVLIK, 2005; PALACIOS, 2002; MIELNICZUK, 2003; BARBOSA, 2007, 2013), que levam em conta as transformações das narrativas jornalísticas na web.

No início da prática jornalística no meio digital, há mais de 20 anos, a estrutura narrativa não trazia novidade. A linguagem era a mesma do jornalismo impresso (escrita e fotográfica); apenas se reproduzia o que os jornais já haviam publicado. A linguagem do jornalismo

²Original: “Cuando narramos, siempre contamos otra historia, no sólo porque cada contexto es único, sino también porque los interlocutores se diferencian y porque la organización que generamos narrativamente conlleva, al menos, diferencias sutiles”.

³“há conseguido situarse en la historia del periodismo como la modalidad periodística que comunica, explica, analiza y examina los hechos y profundiza en todos los aspectos de los sucesos que narra” (GARCÍA, 2012, p. 107).

no ambiente digital está ainda em transformação, na medida em que as organizações midiáticas estão percebendo os potenciais do meio e aproveitando as características para criar novas maneiras de contar histórias. A partir de Canavilhas (2007), entendemos que as tecnologias e as demandas sociais que impulsionam os movimentos de mudanças, podem ser percebidas em todo o processo jornalístico, desde a apuração das pautas jornalísticas, passando pela narrativa, até a distribuição dos produtos midiáticos.

O jornalismo, ao longo desse período, desenvolveu diferentes maneiras de narrar na web; porém, ainda encontramos transposição do impresso, do rádio ou da TV, comum nas primeiras gerações do jornalismo no meio digital, como define Mielniczuk (2003). A primeira geração do jornalismo na web se refere ao modelo de jornalismo transpositivo. Como nessa fase não se conhecia muito a “nova mídia” e não havia preocupação em explorar as potencialidades, o modelo narrativo se manteve o mesmo do jornalismo impresso. Não houve inovação na estrutura narrativa. Na segunda geração, que Mielniczuk (2003) chama de “metáfora”, a narrativa jornalística na web passou a experimentar o uso do hipertexto, mas não como enriquecimento e contextualização da narrativa, como um recurso organizativo da narração.

Já na terceira geração houve a necessidade de os webjornais se diferenciarem das versões impressas, para mostrar ao leitor que eram outro produto, e as iniciativas editoriais apostaram nessa perspectiva. Foi nessa geração que houve inovação na narrativa jornalística, por meio do aproveitamento das características do jornalismo na web: a multimídia, a interatividade, a hipertextualidade, a atualização contínua, a memória e a personalização (BARDOEL; DEUZE, 2001; PALACIOS, 2002).

Ao longo dos anos, os estudos acompanharam o desenvolvimento da web e o surgimento dos dispositivos móveis, quando Barbosa identifica a quarta (BARBOSA, 2008) e a quinta gerações do jornalismo (BARBOSA, 2013; SILVA,

2013) em ambiente digital. Na quarta geração os dados serviram de sustentação para as práticas jornalísticas de produção, edição, formato de produtos, criação de conteúdos, construção de narrativas jornalísticas hipermídia e experimentação com novos gêneros jornalísticos. Foi nessa fase que as narrativas hipermídia surgiram, tendo como sustentação a base de dados e a integração do hipertexto, da multimídia e da interação. Todavia, foi na quinta geração que a base de dados tornou-se ainda mais presente no processo de estruturação do jornalismo na web, pois foi quando se ampliaram as formas narrativas do Jornalismo Guiado por Dados ou *Data Journalism* (BARBOSA; TORRES, 2013) e as mídias móveis surgiram como agentes impulsionadores da inovação.

A utilização das bases de dados está presente em todo o processo produtivo, desde a apuração das pautas, à construção da narrativa e à distribuição do produto. A narrativa jornalística no ambiente digital está cada vez mais dependente de bases de dados para configurar as histórias contadas nesse meio (BACCIN; TORRES, 2015). As bases de dados e a medialidade (BARBOSA, 2013) são determinantes e reconfiguradoras dos modos de narrar no jornalismo em ambiente digital.

Nesse contexto, há uma redefinição da relação entre palavra e imagem (BACCIN, 2017). Tanto palavra quanto imagem se remodelam de múltiplas maneiras para multiplicar a medialidade, integrando um conjunto hipertextual de formas, conteúdos e sintaxes, compondo a linguagem hipermidiática. Com isso, o conceito de hipermídia diz respeito a uma “forma expressiva e de linguagem de mídia própria” (BACCIN, 2017) – diferente da linguagem de todas as demais modalidades comunicativas: televisiva, cinematográfica, radiofônica, impressa, fotográfica, dos games e da infografia. É uma forma própria que reúne todos formatos midiáticos e expressivos, os reconfigurando.

A narrativa hipermídia possibilita ainda mais opções de aprofundamento

da informação no jornalismo no meio digital (MIELNICZUK et al., 2015). De acordo com Longhi (2009), “a hipermídia atua para a criação de narrativas nas quais o acompanhamento de informações adicionais ao texto significa, por si só, um elemento fundamental da informação *on-line*” (p. 192).

Muitas dessas transformações no formato da narrativa no ambiente digital são proporcionadas também por evoluções das ferramentas de produção e de *hardware* (LONGHI, 2014), por exemplo, “o HTML5 trouxe novas possibilidades técnicas para a convergência de conteúdos multimídia, que compreende o desenho de interface e a imersão narrativa” (2014, p. 899). Por ora, o que nos interessa neste trabalho é a estrutura que a narrativa adquire, independentemente da ferramenta.

A narrativa hipermídia *longform*

A reportagem “*Snow Fall*” do jornal *The New York Times*, publicada em dezembro de 2012, é considerada marco e modelo de *longform*⁴ (RUE, 2013; LONGHI, 2014; JACOBSON; MARINO; GUTSCHE, 2015). Além de ter inovado na estrutura do fluxo narrativo e na integração das várias modalidades comunicativas⁵ que compõem a história contada, a reportagem fez cair por terra a premissa de que os leitores não leem notícias, artigos ou reportagens longas no ambiente digital. Havia, até então, uma “certeza” de que no ambiente digital o mais viável seriam “pílulas de informação”, rajadas rápidas, sem um mergulho profundo na informação. Porém, ficou comprovado pelos números de acesso da primeira semana que a reportagem esteve no ar que essa premissa não era tão certa assim. A então editora executiva do *The New York Times*, Jill Abramson, escreveu em nota para a redação que a reportagem recebeu cerca de 2,9 milhões de visitas e mais de 3,5 milhões de *page views*. “No seu auge, até 22.000 usuários visitaram queda de neve a qualquer momento [...] Surpreendentemente, um quarto a um terço deles eram novos visitantes ao *nytimes.com*. [...] Raramente temos sido

capazes de criar um destino atraente fora da *homepage* que foi tão envolvente em um período tão curto de tempo na web” (ABRAMSON apud ROMANESCO, 2012, s/n). Outro editor respeitado, David Remnick, da *The New Yorker*, em entrevista a Shapiro diz: “Eu acho que é fantástico que a primeira lei da teologia evangélica da Web, que ninguém leria qualquer coisa por muito tempo na Web, foi derrubada completamente” (REMNI-CK apud SHARP, 2013, s/n).

Sabemos que a história dos 16 esquiadores de elite norte-americanos que sofreram acidente, em uma avalanche em *Tunnel Creek*, quando três deles morreram soterrados, por si só seria atraente. No entanto, o conjunto de elementos e características que compõem a construção da narrativa foi que tornou *Snow Fall* o marco inovador da narrativa no ambiente digital. Jornalistas norte-americanos já se fazem uma pergunta sobre a construção das histórias: *Can we “snowfall” this?* (DOWLING; VOGAN, 2014; SULLIVAN, 2013). A partir da reportagem, jornais do mundo inteiro experimentam os limites da narrativa no ambiente digital. Para Sodermann (2012), *Snow Fall* é um passo em frente, não apenas no design visual, mas na narrativa coerente. Pelas mudanças que esta reportagem trouxe para a narrativa na *web* e pelo período de experimentação do gênero no ambiente digital, julgamos ser o momento ideal para refletirmos sobre que passo é esse que a narrativa hipermídia *longform* está dando, quais são suas características e o que a define?

As reportagens *longform* têm sido objeto de estudos recentes de alguns pesquisadores (LONGHI; WINQUES, 2015; LONGHI, 2014; JACOBSON; MARINO; GUTSCHE, 2015; DOWLING; VOGAN, 2014; SHARP, 2013; RUE, 2013; MEYER, 2012). O formato de narrativas *longform* não é um modelo próprio do ambiente digital, antes já eram feitas narrativas longas em reportagens impressas, televisivas e também radiofônicas. Mas a novidade está também no suporte. Como já destacamos, mesmo com quase 20 anos de jornalismo na web, não era comum a exploração desse modelo narrativo.

⁴ Na sequência do texto explicamos o que caracteriza o modelo *longform*.

⁵ A partir de Pavlik (2005), entendemos modalidades comunicativas todos os recursos utilizados para contar história, como texto, áudio, vídeo, gráficos, links, *newsgames*, *quizzes*, animações, aplicativos.

O interesse das publicações jornalísticas que têm investido no modelo *longform* surgiu com o advento e proliferação dos dispositivos móveis. É mais fácil pegar o *tablet* e sentar no sofá para ler a notícia do dia ou uma reportagem em formato longo, do que ir para frente do computador e acessar o site do jornal ou da revista para ler essa mesma notícia. *Tablets* e *smartphones* são muito mais propícios para esse tipo de leitura que o PC. Em síntese, para alguns autores, o termo *longform* diz respeito ao tamanho da narrativa, que pode ser desde 4.000 palavras (LONGHI, 2014), ou ainda variar entre uma matéria de revista e um livro (MEYER, 2012). Para Sharp (2013), a *longform* digital prospera misturando texto bem construído com visual elegante e recursos multimídia.

Já para Longhi e Winques (2015), o jornalismo *longform* “se destaca não apenas pelo formato, mas também pela apuração, contextualização, e aprofundamento. Textos com essa característica propõem uma leitura mais lenta e um leitor disposto a dedicar tempo para a mesma” (LONGHI; WINQUES, 2015, p. 3). Para Jacobson, Marino e Gutsche (2015), *longform* é definido como uma nova onda de jornalismo literário, uma inovação da fase pré-digital para a digital. Os autores analisaram 50 produtos jornalístico e identificaram principalmente três funções literárias:

(...) a interação de multimídia e técnicas literárias para criar significado dentro das histórias; o uso do vídeo circulando como um dispositivo para estabelecer a noção de tempo, lugar e caráter das histórias; e o surgimento de uma alternativa para a norma hipertextual de contar histórias na Web através do uso de paralaxe e de uma única página de rolagem (JACOBSON; MARINO; GUTSCHE, 2015, p. 8).

Os pesquisadores Dowling e Vogan defendem que além de referir-se ao tempo prolongado de produção e ao tamanho da narrativa, o “*longform* digital

é não só a mais recente articulação jornalística da cultura da convergência, mas uma tendência que oferece um potencial sem precedentes para organizações de notícias e mídia de entretenimento para reinventarem-se para o mercado de *tablet*” (2014, p. 212).

Uma das características das narrativas em formato longo é a verticalização ou paralaxe. Até o surgimento da reportagem hipermídia *Snow Fall – The Avalanche at Tunnel Creek*, publicada pelo *The New York Times* em 2012, o design e a estrutura visual das narrativas eram fragmentados, evitando o uso de textos longos e de uma simbiose mais efetiva entre as várias formas expressivas. *Snow Fall* inova com a introdução da verticalização da narrativa. De acordo com Barbosa, Normande e Almeida (2014, p. 11), “podemos verificar uma grande diferenciação das narrativas até então publicadas na web: a dimensão das páginas a partir do design verticalizado, mais comum nos produtos autóctones, com aproximadamente 604 pixels de altura”. Podemos dizer que a verticalização das histórias e dos designs das narrativas já é uma remediação dos meios anteriores ao espaço de escrita digital e dos próprios dispositivos móveis, que retomam essa leitura mais vertical.

Canavilhas (2014) amplia a discussão dessa potencialidade para além da simples arquitetura da notícia, chamando de “reportagem paralaxe” as narrativas que, além de utilizarem a tecnologia *parallax scrolling*, apresentam “navegação verticalizada e intuitiva, em conjunto com a plena integração de conteúdos multimídia, torna a leitura mais imersiva e envolvente, não requerendo ao utilizador conhecimentos de informática muito profundos” (CANAVILHAS, 2014, p. 123, tradução nossa). Essa potencialidade rompe com um modelo até então convencional das narrativas na web e imprime um design de narrativa pensado também para os dispositivos móveis. O modelo paralaxe/vertical passou a ser adotado pelos jornais a partir de *Snow Fall*, porque detectam na reportagem, como Canavilhas sublinha, um recurso

imersivo à leitura e um exemplo a ser seguido. Barbosa, Normande e Almeida (2014) acrescentam ainda que “a inovação trazida, inicialmente, por ‘*Snow Fall*’ e, posteriormente, pelas narrativas que se seguiram resulta do emprego das bases de dados e de suas funcionalidades no jornalismo em redes digitais” (BARBOSA; NORMANDE; ALMEIDA, 2014, p. 17).

As narrativas jornalísticas hipermídia *longform* são contextualizadas e apresentam características que necessitam estarem integradas entre si para que a interação com o leitor também ocorra, proporcionando uma “autêntica experiência”.

Análise das reportagens hipermídia *longform*

Com base nos estudos acima e na definição do conceito de *longform* apresentado, analisamos as características comuns que existem entre três reportagens *longform*, de três diferentes jornais: “*Snow Fall*”, do estadunidense *The New York Times*; “*Portugueses nos Campos de Concentração*”, do jornal Público de Portugal e “*O Contrabando no Brasil*” – Crime sem Castigo, da *Folha de S. Paulo* do Brasil. A escolha das reportagens hipermídia foi feita a partir do acompanhamento sistemático dos portais jornalísticos dos principais jornais de três países: Brasil, Portugal e Estados Unidos. Para a composição do corpus, levamos em conta as notadamente identificadas com as principais características do jornalismo digital (hipertextualidade, multimídia e interatividade).

Para realizarmos a análise, construímos três categorias de análise que nos ajudarão a sistematizar as características da narrativa *longform* nessas três reportagens estudadas. As categorias de análise são a questão da dimensão da reportagem, os recursos técnicos utilizados e os elementos que possam atestar qualidade à narrativa. Nessas três categorias será possível identificar características próprias de cada uma delas. Apresentamos a definição das categorias:

Dimensão – refere-se à amplitude da história contada, ao tempo de produção da equipe envolvida com a reportagem, bem como ao tempo que os leitores têm que dedicar à leitura da história;

Recursos Técnicos – diz respeito a alguns recursos de *layout/design* utilizados para provocar algum efeito ou para facilitar a evolução da história e para a adequação às várias telas de leitura;

Elementos de Qualidade – relaciona-se mais às especificidades da narrativa que do formato. Pode reunir elementos da narrativa hipertextual, da reportagem e do estilo expressivo.

Na sequência, analisamos esses parâmetros em cada reportagem.

Snow Fall – The Avalanche at Tunnel Creek

A produção de “*Snow Fall*” durou seis meses e envolveu uma equipe formada pelo repórter John Branch, 11 especialistas em gráficos e design, um fotógrafo, três responsáveis pela produção audiovisual e uma colaboradora de pesquisa. Foi reconhecida em 2013 com o prêmio especial em *Feature Writing* (Redação Especial) do *Pulitzer* e com a medalha de ouro da *The Society for News Design* (SND). “A reportagem se destacou não apenas pelo formato, mas também pela apuração, pela contextualização do acontecimento e pelas possibilidades de interação proporcionadas aos internautas” (BECKER; BARREIRA, 2013, p. 77).

A narrativa é longa, com predominância da verticalização/paralaxe (CANAVILHAS, 2014). A horizontalidade ocorre somente na divisão da narrativa por temáticas. O texto está sempre à vista do leitor para evitar dispersão, mesmo que este se distraia vendo um vídeo que roda automaticamente, o texto estará a sua frente assim que o vídeo concluir. A narrativa inclui um pacote multimídia e interativo que encoraja e convida o leitor a ir mais fundo na narrativa e a imergir na história, servindo em vários momentos para contextualizar e aprofundar o tema. Os recursos multimídia, hipertext-

tuais e interativos que compõem a reportagem fazem parte do fluxo da narrativa. A base de dados está presente na estruturação da narrativa, pois é ela que permite a inclusão de *links* e recursos multimídia e o uso de gráficos interativos.

Os vídeos sem áudio, no início de cada capítulo, servem para ambientar o leitor na narrativa. É uma cena quase cinematográfica invadindo a tela (SONDERMAN, 2012).

Portugueses nos Campos de Concentração

A reportagem foi publicada no dia 22 de junho de 2014, resultado de uma investigação de nove meses da repórter Patrícia Carvalho em três países: França, Alemanha e Polônia. A investigação foi feita em arquivos, listas de transportes e registros de batismos em campos de concentração e em bases de dados, como relata a própria repórter na abertura da reportagem. Assim como “*Snow Fall*”, a narrativa de “*Portugueses nos Campos de Concentração*” é longa e por isso também dividida por temática, sendo: Parte I – A história nunca contada dos portugueses nos campos de concentração, Parte II – Eram seis menos dez quando o relógio de Paulo parou em Neuengamme, Testemunhos, Portugueses?, A Lista, Comboios, Os campos nazis e ITS (*International Tracing Service*).

Embora a tela de abertura da reportagem seja composta pelas chamadas das temáticas, há predomínio da narrativa verticalizada/paralaxe no restante. O que podemos perceber, é que não há efetiva fluidez da narrativa como em “*Snow Fall*”, em alguns momentos falta integração efetiva das modalidades comunicativas presentes na reportagem, mas em outros fluem muito bem. Por exemplo, nos capítulos “Testemunhos” e “A Lista” utilizam somente uma modalidade comunicativa: os testemunhos de familiares de vítimas são gravados em vídeos e dispostos um abaixo do outro e em “A Lista”, como o próprio nome diz, há somente o nome dos portugueses presos nos campos de concentração com al-

guns detalhes, como nascimento, morte e para qual campo foi levado. Essas informações poderiam estar mais integradas com o restante da reportagem. Já nos demais capítulos essa integração ocorre. Há contextualização, aprofundamento do tema, humanização da narrativa e interatividade.

O Contrabando no Brasil – Crime sem Castigo

Em 12 de março de 2015, a *Folha de S.Paulo* publicou a reportagem “*O Contrabando no Brasil – Crime sem Castigo*”. Foram dois meses de trabalho de uma equipe de 30 profissionais para colocar no ar a quarta reportagem da série *Tudo Sobre*, a qual a *Folha* começou a fazer em 2013, os outros trabalhos foram: A Batalha de Belo Monte, O Golpe e a Ditadura Militar e A Crise da Água.

A reportagem mapeia e explica o contrabando no Brasil. A narrativa longa foi integrada às modalidades comunicativas, que assumem funções de aprofundamento do tema, contextualização, imersão e multimedialidade. A narrativa é hipertextual e interativa, com utilização de base de dados nas várias etapas da estruturação da reportagem. O predomínio da verticalização/paralaxe da narrativa contribui também para a fluidez da leitura (BARBOSA, 2014; CANAVILHAS, 2014).

Características do *longform* nas reportagens

De acordo com o conceito de *longform* apresentado, a partir de vários autores (LONGHI; WINQUES, 2015; LONGHI, 2014; JACOBSON; MARINO; GUTSCHE, 2015; DOWLING; VOGAN, 2014; SHARP, 2013; MEYER, 2012), bem como das análises das três reportagens (“*Snow Fall – The Avalanche at Tunnel Creek*”, “*Portugueses nos Campos de Concentração*” e “*O Contrabando no Brasil – Crime sem Castigo*”) podemos inferir que as narrativas jornalísticas hipermédia *longform* apresentam as seguintes características:

⁶ O design responsivo é o que permite que um site possa ser visto de diversas formas e em diversos contextos. O design responsivo responde ao tamanho da tela para se adequar da melhor forma. Ao invés de criar dois sites separados, um para mobile e um para desktops, apenas um site se adapta a qualquer tela em que ele for carregado.

⁷ O efeito “cortina” é quando a texto surge sobre a foto e esta vai sumindo, como a sensação de uma janela se abrindo. O mesmo pode acontecer com a fotografia em relação ao texto. Esse recurso cria, conforme Dowling e Vogan (2014), um ambiente imersivo para o leitor.

Quanto à Dimensão

- narrativa longa;
- período de produção estendido;
- exigência de longo tempo de leitura.

Quanto aos Recursos Técnicos

- design responsivo⁶;
- predominância da verticalização/paralaxe;
- utilização do efeito “cortina”⁷.

Quanto aos Elementos de qualidade

- aprofundamento do tema;
- contextualização/memória;
- imersão;
- uso de base de dados;
- humanização da narrativa;
- hipertextualidade;
- multimídia;
- interatividade.

Como podemos constatar as narrativas jornalísticas hipermídia *longform* são complexas, apresentam muitas características que precisam estar integradas para fluírem e proporcionarem ao leitor uma “experiência perfeita” (RUE, 2013). Bertocchi (2014) explica que “a narrativa digital jornalística comporta-se como um sistema narrativo [...] aberto, adaptativo, complexo, uma vez que a sua sobrevivência depende da adaptabilidade de sua estrutura em relação aos demais sistemas em seu entorno, com os quais interage” (BERTOCCHI, 2014, p. 5). Esse sistema narrativo é dinâmico, interligado e contínuo, sendo articulado a partir de dados e metadados.

No jornalismo contemporâneo os sistemas de mensuração, que têm como sustentação bancos de dados, estão interferindo nas práticas jornalísticas e até alterando o modo que o jornalista narra os acontecimentos (BACCIN; TORRES, 2015). Para Barbosa, Normande e Almeida (2014), a estrutura de base de dados já está presente na produção de todas as narrativas na web, reforçando o que diz Manovich (2006) sobre a centralidade das bases de dados no processo criativo, pois delas depende toda a construção desse processo, desde a visualiza-

ção dos conteúdos à oferta nas múltiplas plataformas.

A reportagem é sem dúvida a modalidade que apresenta mais inovações no modo de contar histórias no jornalismo em ambiente digital (CANAVILHAS; BACCIN, 2015), pois é o caminho mais aberto e que oferece múltiplas oportunidades, pois além do design flexível comporta elementos de qualidade essenciais para a narrativa hipermídia *longform*.

Considerações finais

Benjamim já dizia que “a experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorrem todos os narradores”. Quando pensamos e construímos narrativas estamos não só contando histórias ou experiências, mas inovando semanticamente (LEAL, 2014) e, no caso do jornalismo, proporcionando que o leitor apreenda o mundo no qual vive, por meio das experiências que adquire na leitura, principalmente quando essa experiência ofertada pode ser fluida e imersiva.

A estruturação dessas narrativas analisadas é sustentada por algumas características que permitem que outras existam. Essas características essenciais são: a base de dados, a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade. São essas quatro características qualitativas detectadas que garantem o caráter hipermídia da narrativa. É por meio delas que podem ser agregadas informações ao texto possibilitando o aprofundamento da narrativa, a contextualização e a imersão. O *longform* também se mostra como um recurso potencializador da contextualização das reportagens hipermídia. Por meio de textos longos, bem construídos e recheados de detalhes, porque requerem aprofundamento e cuidadosa apuração; conseguem abordar acontecimentos passados; trazer dados que esclarecem situações, depoimentos que expõem explicações sobre determinada ação. O *longform* vem colaborar com esse ganho qualitativo das narrativas jornalísticas, pois potencializa o uso desses elementos

na construção das reportagens.

As iniciativas do jornalismo no ambiente digital de construir narrativas hipermídia *longform* têm garantido o aproveitamento de potencialidades do meio e possibilitado que a reportagem na web e nos dispositivos móveis inove e se reconfigure como um produto com características próprias deste ambiente. Com isso, essas narrativas representam para o jornalismo o espaço de reinvenção de práticas (algumas antigas e renovadas e outras que surgem com as novas exigências técnicas) e de garantia da

oferta ao leitor de um jornalismo mais qualificado.

Este artigo se propôs a compreender o papel da narrativa hipermídia *longform* no jornalismo em ambiente digital, bem como analisar as características desse formato. Acreditamos que alcançamos o objetivo, mas, ao mesmo tempo, temos consciência de que outras características podem ser detectadas por outros pesquisadores. Esperamos que estas reflexões sirvam para suscitar outros pesquisadores da área a trabalhar e aprofundar o tema.

Referências

BACCIN, Alciane. **Como contar história?** O hipertexto jornalístico na reportagem hipermídia. Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil, 2017. Doutoramento em Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior (UBI), Portugal, 2017.

BACCIN, Alciane; TORRES, Vitor. “Perde-se em poesia, ganha-se em eficiência: O sistema de mensuração na configuração de narrativas jornalísticas. **Colóquio Narrativa, Mídia e Cognição**. CITAR – Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes da Escola das Artes, Universidade Católica Portuguesa, Porto - Portugal, 14 de jul. de 2015.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD)** - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. (Tese de Doutorado), PósCOM/UFBA, 2007. Disponível: <http://migre.me/hkrS4> Acesso em: 15 de jul. de 2013.

BARBOSA, Suzana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. Paper apresentado no GT 7 - Cibercultura y Tendencias de la Prensa en Internet, do **III Congreso Internacional de Periodismo en la Red**. Foro Web 2.0: Blogs, Wikis, Redes Sociales y e-Participación, Facultad de Periodismo, Universidad Complutense de Madrid (Espanha), 23 e 24 de abril de 2008.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, John. **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, PT: Livros LabCom, 2013, p. 33-54. Disponível em: <http://migre.me/hUrFq>. Acesso em: 07 set. 2013.

BARBOSA, Suzana; NORMANDE, Naara; ALMEIDA, Yuri. Produção horizontal e narrativas verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo do **XXIII Encontro Anual da Compós**, na Universidade Federal do Pará, Belém, de 27 a 30 de maio de 2014.

- BARBOSA, Suzana; TORRES, Vitor. O paradigma 'Jornalismo Digital em Base de Dados': modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 25, 2013, p. 152-164.
- BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism**. In: *Australian Journalism Review* 23 (2), 2001, p.91-103.
- BECKER, Beatriz; BARREIRA, Ivone. Snow Fall: uma avalanche de criatividade e de desafios para o Ensino de Jornalismo. Trabalho apresentado no **11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)**. Brasília, UnB, 2013.
- BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 197-221.
- BERTOCCHI, Daniela. Dos dados aos formatos: o sistema narrativo no jornalismo digital. **XXIII Encontro Anual da Compós**, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Universidade Federal do Pará, maio de 2014.
- CANAVILHAS, João. **Webnotícia: proposta de modelo periodístico para la WWW**. ed. 1, 1 vol., ISBN: 9789728790912. Covilhã: Livros Labcom, 2007. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/49> Acesso em: 21 jun. 2011.
- CANAVILHAS, João. **A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da web**. 2014.
- CANAVILHAS, João; BACCIN, Alciane. Contextualização de reportagens hiper-mídia: narrativa e imersão. In: **Brazilian Journalism Research**, v.11, n. 1, 2015.
- DOWLING, David; VOGAN, Travis. Can we 'Snowfall' this? Digital longform and the race for the tablet market. **Digital Journalism**. 2014. Epub: 25 mai 2015. DOI:10.1080/21670811.2014.930250.
- GARCÍA, Xosé López. **Movimientos periodísticos: las múltiples iniciativas profesionales y ciudadanas para salvar los elementos básicos del periodismo en la era digital**. Sevilla, Ed. Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2012.
- JACOBSON, Susan; MARINO, Jacqueline; GUTSCHE JR, Robert. **The digital animation of literary journalism**. Journalism (online). 2015. doi:10.1177/1464884914568079
- LEAL, Bruno Souza. Sobre periodismo y narración: desplazamientos y cuestiones. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 19, 2014, p. 150-178.
- LONGHI, Raquel. O turning point da grande reportagem multimídia. **Revista FAMECOS** (Online), v. 21, n. 3. 2014, p. 897-917.
- LONGHI, Raquel. Infografia online: narrativa intermídia. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 6, n. 1, 2009. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p187/10423>>. Acesso em: 21 mai. 2013.
- LONGHI, Raquel; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo on-

line. Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. In: **24º Encontro Nacional da Compós** - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, Universidade de Brasília. 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-3c242f70-9168-4dfd-ba4c-0b444ac7347b_2852.pdf> Acesso em: 25 jun 2015

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital**. Barcelona: Paidós Comunicación. 2006.

MARTINEZ, Monica. Mapeamento da influência de Walter Benjamin nas pesquisas da SBPJor (2003-2012). In: **11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo** – Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Universidade de Brasília, Novembro de 2013.

MEYER, Michael. Going to great lengths. **Columbia Journalism Review** 51(4). 2012. Disponível em: http://www.cjr.org/feature/going_to_great_lengths.php. Acesso em: 14 August 2014.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo. **A arte de tecer o presente: Jornalismo interpretativo**. São Paulo: Média, 1973.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. (Tese de doutorado). FACOM/UFBA, Salvador, 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6057>> Acesso em: 03 abr. 2012.

MIELNICZUK, Luciana; BACCIN, Alciane; SOUSA, Maíra; LEÃO, Callenciane. A reportagem hipermídia em revistas digitais móveis. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: Livros LabCom, 2015.

MOTTA, Luiz. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, C; BENETTI, M. (org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007, p.143-167.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/producao.htm>.>. Acesso em: 12 mai 2013.

PAVLIK, John. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2005.

RESENDE, Fernando. O Jornalismo e suas Narrativas: as Brechas do Discurso e as Possibilidades do Encontro. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, 2009, p.31-43.

ROMANESCO, Jim. “More than 3.5 Million Page Views for New York Times’ ‘Snow Fall’ Feature.” **Jimromanesco.Com**, 27 de dezembro de 2012. Disponível em: <http://jimromanesco.com/2012/12/27/morethan-3-5-million-page-views-for-nyts-snow-fall/>

RUE, Jeremy. **The ‘Snow Fall’ Effect and Dissecting the Multimedia Longform Narrative**. Multimedia Shooter, 21 de abril 2013. <http://multimediashooter.com/wp/2013/04/21/thesnow-fall-effect-and-dissecting-the-multimedia-longform-narrative/>

SHARP, Naomi. The future of longform. **The Columbia Journalism Review**, 9 de dezembro 2013. Disponível em: <http://www.cjr.org/behind_the_news/longform_conference.php> Acesso em 14 mai 2015.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital**: Uso das tecnologias moveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção na reportagem de campo. Tese de Doutorado, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Brasil, 2013.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**. São Paulo: Summus, 1986.

SONDERMAN, Jeff. “How the New York Times’ ‘Snow Fall’ Project Unifies Text, Multimedia.” **Poynter**, 20 de dezembro de 2012. <http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/198970/howthe-new-york-times-snow-fall-project-unifies-text-multimedia/>

SULLIVAN, Margaret. Who gets to ‘Snow Fall’ or ‘Jockey’ at the Times and why? **New York Times**, 20 August 2013. Disponível em: <<http://publiceditor.blogs.ny-times.com/2013/08/20/who-gets-to-snow-fall-or-jockey-at-the-times-and-why/>> Acesso em: 14 mai 2015.