

Desenvolvimento do Uso de Multimídias em Portais Brasileiros¹

Priscila dos Santos Pacheco²

Egle Müller Spinelli³

Resumo

O advento da internet e a possibilidade de unir linguagens diferentes como texto, áudio, vídeo e fotografia permitem que portais jornalísticos invistam na produção de especiais multimídias. Este formato estabelece novos desafios profissionais e mercadológicos para as empresas ao agrupar informações em distintas mídias sem redundância de conteúdo na preparação de materiais inovadores, que prendem a atenção do leitor em uma narrativa interativa. Neste contexto, o presente artigo pretende analisar o desenvolvimento do uso de multimídias em portais de informação brasileiros em especiais produzidos pela Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, sobre os 10 anos dos ataques terroristas de 11 de setembro, nos EUA.

Palavras-chave: *Multimídia; Webjornalismo; Especiais; 11 de Setembro; Internet.*

1. Introdução

A internet foi criada para divulgar documentos científicos e interligar computadores. Devido ao desenvolvimento tecnológico, ultrapassou esses limites tornando-se um meio utilizado por diversos públicos e instituições. Hoje pode ser usada tanto por um simples cidadão que posta fotos e comentários nas redes sociais quanto por veículos jornalísticos que publicam notícias de todo o mundo em uma velocidade jamais imaginada na época do surgimento dos telégrafos, no século XIX.

¹ Artigo referente ao projeto de pesquisa de Iniciação Científica da Universidade Anhembi Morumbi, desenvolvido entre os anos 2012 e 2013.

² Discente do curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi – UAM

³ Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Docente da Escola de Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi.

As mudanças ocasionadas pela internet para o jornalismo são inúmeras, afinal, ela não apenas alterou a velocidade da produção e consumo de conteúdo como também modificou a maneira de difundir informações. Por meio de hipertextos o jornalista pode fugir da linearidade existente nos meios impressos, assim como não ter limitações de caracteres na produção textual, pois uma notícia pode ser “linkada” a outras que a complementam. A internet também permite a interação com o público e que o material produzido fique acessível por tempo indeterminado para acesso do leitor.

A união de linguagens diferentes na construção narrativa como o uso de texto, áudio, vídeo e fotografia, é outro fator importante proporcionado pelas características de convergência de mídias da internet para o jornalismo online. Pollyana Ferrari (2007: 79) ressalta que “por ter plasticidade e ser elástico, o ciberespaço nos permite misturar, articular e incorporar formatos não-textuais em textuais, imagéticos em sonoros e vice-versa”.

E esse é o campo de estudo dessa pesquisa, analisar o desenvolvimento do uso de multimídias em portais brasileiros. Para tanto, foram escolhidos especiais dos portais mantidos pelos jornais de maior circulação nacional, a Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, respectivamente intitulados *11/09: o dia que marcou uma década*⁴ e *11 de setembro: dez anos depois*⁵. Os especiais publicados em 2011 tratam dos 10 anos dos ataques terroristas ocorridos em 11 de setembro, nos EUA.

Para auxiliar metodologicamente a análise desses especiais e compreender as modificações pelas quais passa o jornalismo atual, o presente artigo aborda questões específicas oriundas do advento da internet como as três fases do jornalismo digital, o conceito de pirâmide deitada e as quatro dimensões do jornalismo.

2. As três fases do jornalismo

De acordo com Luciana Mielniczuk (2002: 03) “a internet passa a ser utilizada, 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”. Desde então,

⁴Portal Folha de S. Paulo. <http://www1.folha.uol.com.br/especial/2011/10anosdo11desetembro/> Acessado em 01/07/2012.

⁵Portal O Estado de S. Paulo. <http://topicos.estadao.com.br/11-de-setembro> Acessado em 14/07/2013.

o jornalismo neste ambiente passou por três fases. Sendo elas: transposição, metáfora e webjornalismo.

Na fase de transposição as notícias eram retiradas dos veículos impressos e postas na web sem modificação textual. “Este material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso.” (Mielniczuk, 2002: 04). Em seguida, as redações passam a ousar mais na transmissão de notícias na rede, e entram na fase da metáfora.

Nesta fase, mesmo sendo ainda transposições do impresso para a Web, começam a surgir links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. A tendência ainda era a existência de produtos vinculados não só ao modelo do jornal impresso, mas também às empresas jornalísticas cuja credibilidade e rentabilidade estavam associadas ao jornalismo impresso. (Mielniczuk, 2002: 04)

Na terceira fase, a do webjornalismo, é dito que “o cenário começa a modificar-se com o surgimento de iniciativas tanto empresariais quanto destinadas exclusivamente para a Internet” (Mielniczuk, 2002: 04). Segundo Larry Pryor,

This wave is characterized by more-sophisticated owners and better-trained staffs, end-users dependent on traditional news organizations for the daily global report, proliferating mobile platforms and new software that enables powerful forms of publishing, such as wireless push and immersive technologies. (Pryor, 2002)⁶

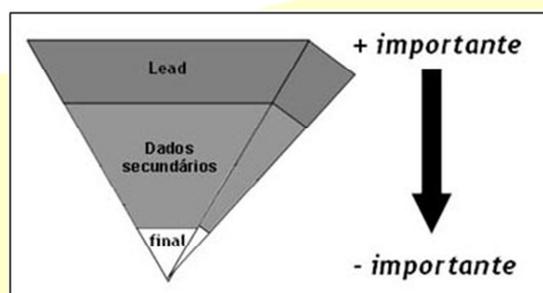
Neste período, as empresas jornalísticas passam a trabalhar com recursos multimídias, o que faz com que as informações sejam passadas com mais consistência e interatividade, além de permitir um maior contato do leitor com o veículo, por meio de ferramentas como chats e espaços para comentários. Dessa forma, começam a surgir os especiais multimídias que se aperfeiçoam de acordo com o avanço da tecnologia. Para Luís Fernando Bovo⁷, editor-executivo de conteúdos digitais do portal do jornal O Estado de S. Paulo, “hoje o especial multimídia é muito mais rico que antigamente, quando utilizava apenas uma galeria de fotos ou *movie slide* ou um *podcast*”.

⁶ “Essa onda é caracterizada por proprietários e funcionários mais preparados, por usuários dependentes de organizações noticiosas tradicionais na obtenção das notícias diárias do mundo, proliferando plataformas móveis e novos softwares que permitem formas poderosas de publicação, tais como transmissão sem fio e tecnologias imersivas”.

⁷ Em entrevista concedida para a pesquisa. São Paulo, 31 de julho de 2012.

3. Pirâmide inuvertida e pirâmide deitada

A evolução do jornalismo na internet também trouxe uma discussão entre os estudiosos sobre a forma de preparar conteúdos redacionais. A questão está em torno do uso da pirâmide invertida e da pirâmide deitada. A primeira (figura 1) teve origem durante a Guerra da Secessão, período em que devido às circunstâncias os jornalistas tinham que fazer rodízio para enviar as notícias em trechos, pelo telégrafo. Para não correrem o risco de mandarem a informação incompleta, na primeira rodada preparavam o parágrafo com as informações mais importantes. Era o lead, aquele que responde as perguntas essenciais de uma notícia: o quê, quem, onde, como, quando e por quê. E depois vinham os parágrafos complementares em ordem decrescente de importância (Canavilhas, 2006).



Fonte: Canavilhas, 2006

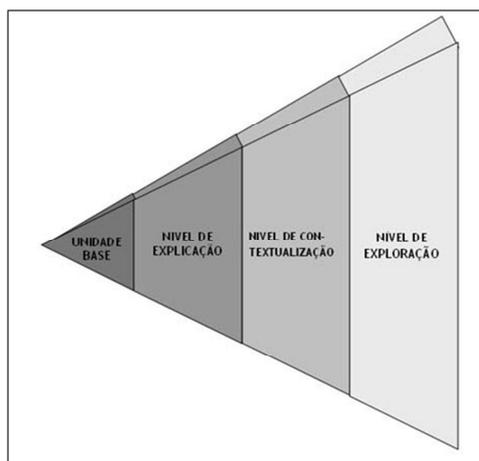
Figura 1

Para João Canavilhas,

Apesar da eficácia na transmissão rápida e sucinta de notícias, a aplicação desta técnica na transmissão tende a transformar o trabalho jornalístico numa rotina, deixando pouco campo à criatividade e tornando a leitura das notícias pouco atrativa. (Canavilhas, 2006: 06)

Canavilhas (2006: 12) ainda afirma que a técnica da pirâmide invertida, “perde a sua eficácia em webnotícias mais desenvolvidas, por condicionar o leitor a rotinas de leitura semelhantes às da imprensa escrita”.

A pirâmide deitada (figura 2) é considerada uma boa opção para o webjornalismo por permitir que a notícia se desenvolva em níveis que vão desde o que tem pouca informação até os mais aprofundados, sem prejudicar a leitura.



Fonte: CANAVILHAS, 2006

Figura 2

De acordo com a explicação de João Canavilhas (2006: 15),

A Unidade Base – o lead – responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado. O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W's. O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos.

Num formato em que o uso de hipertextos é indispensável Ramón Salaverria (1999:15) complementa:

(...) parece claro que as características hipertextuais do novo meio exigem normas redacionais renovadas que facilitem a decomposição de textos jornalísticos em unidades plenas de sentido. Para este objetivo, acreditamos que o uso de estilos básicos de escrita concede uma fórmula útil para que os jornalistas atualizem as próprias profissões no novo território da imprensa digital.

4. As dimensões jornalísticas

A difusão das novas linguagens colocou em questão a convergência jornalística, que segundo a pesquisadora Carla Schwingel (2012: 108):

(...) refere-se à integração de modos de comunicação, tradicionalmente separados, que afeta empresas, tecnologias, profissionais e audiência em todas as fases e produção, distribuição e consumo de conteúdos de qualquer tipo. Assim, o processo de convergência acarreta profundas implicações para a estratégia empresarial, mudanças tecnológicas, elaboração e distribuição de conteúdos em

distintas plataformas, o perfil profissional dos jornalistas e a forma de acesso ao conteúdo.

Suzana Barbosa (2009: 4262) explica que as dimensões tecnológicas, empresarial, profissional e de conteúdo referem-se respectivamente: a infraestrutura para a produção, difusão e recepção de conteúdos; grupos de comunicação; redações que preparam materiais para vários meios e que possuem jornalistas polivalentes; a não replicação dos mesmos conteúdos para os diferentes meios.

Para Salaverría (2007) “a convergência é uma oportunidade para renovar o jornalismo e atualizá-lo de acordo com as demandas do público do século XXI.”. E devido a esse cenário as redações de diversos veículos estão sendo unificadas. A Folha de São Paulo, por exemplo, tinha a redação do site separada, mas em 2010 fez a unificação com a do impresso.

Outro fator discutível é a adaptação do jornalista diante dessas novas mudanças tecnológicas. O tema foi discutido na 68ª Assembleia Geral da Sociedade Interamericana de Imprensa, que aconteceu em São Paulo, no mês de outubro de 2012. Profissionais como o editor executivo da Folha de S. Paulo, Sérgio Dávila, e o editor de conteúdos de O Estado de S. Paulo, Ricardo Gandour, falaram sobre a importância do domínio das novas linguagens sem esquecer-se de abordar os objetivos essenciais do jornalismo como, a checagem e apuração das notícias. Dávila ainda salientou que o jornalista atual deve estar preparado para coletar informações por escrito, vídeo e áudio, além de ser capaz de publicar esse conteúdo rapidamente se for preciso.

5. Especiais multimídias

“A nomenclatura ‘especial multimídia’ tem sido usada para definir a web-reportagem que se utiliza de elementos multimidiáticos integrados (imagens, sons e texto verbal)”, como define a pesquisadora Raquel Longhi (2010: 150). Segundo Roberto Dias⁸, editor de novas plataformas da Folha de S. Paulo,

(...) um especial multimídia é aquele que usa todos os recursos disponíveis, texto, arte, vídeo, galeria de foto e eventualmente *podcast*, para contar uma história sem que esses elementos se sobreponham ou atrapalhem a leitura.

⁸ Em entrevista concedida para a pesquisa. São Paulo, 06 de novembro de 2012.

Os especiais analisados, *11 de setembro: o dia que marcou uma década*, da Folha de S. Paulo, e *11 de setembro: 10 anos depois*, de O Estado de S. Paulo, foram escolhidos justamente por abordarem um tema estruturado a partir de diversas mídias. Os dois especiais são exemplos significativos para analisar o desenvolvimento do uso de multimídias em portais brasileiros e ilustrar como as informações foram agrupadas em uma narrativa composta de linguagens variadas, sem a ocorrência de redundância entre elas. Para isso o conteúdo completo dos especiais foi explorado, mas para ilustrar a análise de cada mídia foram selecionados apenas alguns exemplos relevantes. Além disso, o uso de hipertextos também foi objeto de análise, pois segundo Salaverría (1999: 15) “o hipertexto proporciona uma modalidade de *selfservice* jornalístico: permite que cada leitor alinhe seu próprio prato informativo com os ingredientes que deseje e na ordem e quantidade que lhe apeteça”.

Os processos de justaposição e integração também foram observados na análise, pois são elementos que constituem as narrativas do ciberespaço. “Por justaposição se entende a presença simultânea de diversos conteúdos midiáticos em uma publicação sem que haja uma relação direta entre eles.” (Canavilhas, 2009: 148). Já a integração é “aquela que, além de reunir conteúdos em dois ou mais suportes, possui unidade comunicativa” (Salaverría, 2005: 59 apud Canavilhas, 2009: 148).

A seguir serão apresentadas unidades significativas decompostas dos especiais multimídias abordados na pesquisa, que mostram como os conteúdos são estruturados em diferentes mídias, as potencialidades dos recursos digitais e as mudanças acarretadas nas rotinas de produção jornalística.

6. Folha de São Paulo – 11 de setembro: o dia que marcou uma década

O especial “*11 de setembro: o dia que marcou uma década*” segue a não-linearidade e permite que o usuário escolha um percurso próprio de visualização dos conteúdos, seguindo seus interesses específicos. As informações são dispostas na página principal sem que ocorra redundância entre os contextos apresentados sobre o tema, pois os elementos multimidiáticos se complementam. O especial ainda agrega uma enquete sobre o risco real de um novo ataque terrorista e um arquivo em extensão .pdf com os nomes de todas as vítimas dos atentados.

A página inicial do especial apresenta no topo uma animação que destaca nove tópicos, distribuídos em formatos recorrentes nos ambientes digitais como, infográficos, linha do tempo e galeria de imagens (*slideshow*). Abaixo aparecem os nomes das vítimas do *World Trade Center* (WTC).

E por fim seguem matérias produzidas em mídias diversas: textos, vídeos, áudios, fotos, animações e enquete. Os tópicos iniciais apresentam acontecimentos referentes a fatos atuais como, as homenagens às vítimas no dia do aniversário dos dez anos dos ataques e discorrem sobre o que aconteceu neste período.

A primeira matéria observada é um texto opinativo que se chama “Após década turbulenta, EUA questionam reação aos ataques”, de Luciana Coelho. O texto é longo com muitos parágrafos de pequena extensão e aborda o fato de o país ser mais cético em 2011 que em 2001. Não segue o *lead* tradicional nem apresenta fotos e hipertextos no meio do conteúdo. Apesar da matéria possuir informações relevantes e opinião de especialista, o texto deixa de explorar o potencial da hipertextualidade, ferramenta que levaria o leitor a outros assuntos relacionados ao tema.

A segunda matéria analisada se chama “Internet transformou a Al Qaeda em ‘McDonalds do terror’, diz especialista”. Escrita por Márcia Soman Moraes a reportagem aborda a potência da internet para o aumento de terroristas e traz uma entrevista de Gabriel Weimann, coordenador do estudo sobre a presença do terrorismo online, na Universidade de Haifa, em Israel. Neste material há seis fotografias, sendo que uma apresenta o entrevistado e as outras cinco são dos sites terroristas. Além disso, todas possuem legendas explicativas o que pode ser considerado um fator positivo, pois amplia o contexto. Também há a presença de hipertextos que levam o leitor aos seguintes tópicos: “Acompanhem ao vivo os eventos dos 10 anos do 11/9”; “Confira em tempo real os eventos dos 10 anos do 11/9”; “Leia cobertura completa dos 10 anos do 11/9”; “Veja galeria de fotos das celebrações dos 10 anos”; e “Jornalistas lembram cobertura do 11/9, veja”. Este grupo de hipertextos é repetido em diversos textos do especial. Diferente do material anterior, este já apresenta tendências que se aproximam do contexto da pirâmide deitada, logo, há uma maior exploração dos recursos tecnológicos para aprofundar contextos relativos à matéria.

O especial também apresenta vídeos produzidos pela TV Folha e pela BBC Brasil, além de links que direcionam o visitante para assistir a um trailer do filme *United 93* no

You Tube, e a um filme completo no site “*Top Documentary Film*”⁹, o “*102 Minutes that Changed America*”. Para essa pesquisa foram selecionados dois materiais. O vídeo da BBC Brasil intitulado “Dupla conta como escapou de torre do WTC em 11/9”, mostra o depoimento de dois sobreviventes. Na página há um texto de dez parágrafos curtos que descrevem todo o conteúdo do vídeo, uma foto dos sobreviventes e hipertextos que direcionam para assuntos relacionados, por exemplo, informação sobre um fotógrafo que morreu enquanto registrava a queda das torres e depoimento de um militar que estava no Pentágono no 11/9. Já a produção do vídeo apresenta imagens fotográficas que ilustram as falas dos depoentes.

O segundo vídeo, produzido pela TV Folha, apresenta um debate do professor de Relações internacionais da PUC, Reginaldo Nasser, com a repórter especial Patrícia Campos Mello e o editor do caderno Mundo, Fábio Zanini. Uma vantagem desse vídeo em relação ao primeiro é que ele possui um texto pequeno que não descreve o vídeo, mas apresenta os participantes e o conteúdo debatido. Portanto, não causa nenhuma sobreposição. Na página também há um hipertexto que direciona o visitante ao *Facebook* da TV Folha, ampliando as conexões do portal com os internautas por intermédio das mídias sociais.

Na página inicial, encontram-se quatro áudios sem a introdução de textos explicativos, que variam de 41 segundos a 2 minutos e 24 segundos. Todos foram preparados pela *Rádio Folha*, mas são reutilizados no especial como estratégia institucional e apresentam uma linguagem adequada ao meio. Além disso, os conteúdos abordados são analíticos e complementam os presentes em outras mídias do especial. Um erro de organização de informação foi encontrado no áudio intitulado “Luciana Coelho: Terrorismo virou uma espécie de rede de franquias”, ao escutar o material é possível verificar que quem fala é Gilberto Dimenstein, além disso, o conteúdo não é o que está no título.

Outro áudio analisado e também realizado pela Rádio Folha foi o “Voluntariado no 11/9 reverte dor em ‘algo positivo’; ouça correspondente”. Este conteúdo é visualizado em uma “nova” página, e segue o mesmo layout da página inicial. No entanto, possui um texto introdutório que repete a informação do título, exemplificando um caso de redundância contextual e desperdício dos potenciais da internet.

⁹ Top Documentary Films. <http://topdocumentaryfilms.com/102-minutes-changed-america/>. Acessado em 05/07/2012.

Em relação às fotografias, o especial possui mais de 100 fotos divididas nos seguintes álbuns: “*World Trade Center*”, “Voo 93 e Pentágono”, “Bombeiros”, e “10 anos do 11 de setembro”. As fotografias são provenientes de agências de notícias, como a *Associates Press* e *France Presse*. Todas apresentam legendas, sendo que as presentes no álbum “10 anos do 11 de setembro” possuem hipertextos que direcionam o visitante para a página inicial do especial. É visível que as imagens em conjunto com as legendas conseguem informar e situar o visitante, mesmo que este ainda não tenha visto outros materiais do especial. De acordo com Jorge Ferreira (2003: 04) “a imagem fotográfica na Web, assim como no impresso, em certas ocasiões assume o papel de texto autônomo”. Essas galerias desempenham este procedimento.

A Folha também apresentou vários infográficos no especial, recursos narrativos que ajudam a complementar e reforçar as informações existentes em outras mídias do trabalho. Dentre eles foram escolhidos dois para a análise: “Veja com vai ficar o novo *World Trade Center*” e “Infográfico mostra, minuto a minuto, o maior atentado da História”. O primeiro, assinado pela *Folhapress*, agência de notícias do Grupo Folha, é um infográfico interativo. Para explorar o conteúdo o visitante deve passar o mouse pelos nomes e símbolos da animação e assim terá acesso a pequenos textos explicativos. O segundo infográfico selecionado é uma animação em vídeo que conta os detalhes dos ataques. Em formato de videográfico é um material bem didático, tanto que o visitante tem a possibilidade de compreender a História mesmo que não saiba muito sobre os atentados nem tenha visto o restante do especial.

7. Portal Estadão – 11 de setembro: dez anos depois

De acordo com Luís Fernando Bovo, editor-executivo de conteúdos digitais e Gabriel Toueg¹⁰, editor de internacional do portal Estadão na época da produção do especial, foi a primeira vez que o portal apresentou um especial em formato de tópico, e as dificuldades iniciais foram para decidir o que e como apresentar tantas informações, o que ficaria de fora e por quê. A concepção do especial começou quatro meses antes do aniversário do evento e contou com reuniões que integravam diferentes equipes da redação.

¹⁰ Em entrevista concedida para a pesquisa. São Paulo, 31 de julho de 2012.

A página principal do especial começa com uma fotografia das Torres Gêmeas após os ataques. Abaixo aparece um texto de quatro parágrafos que apresenta o tema e, por fim, são expostos os tópicos que estão divididos em textos, fotografias, vídeos da TV Estadão, áudios da Estadão ESPN e infográficos. Logo nessa página é visível um esboço da pirâmide deitada. O texto introdutório pode ser considerado a unidade base, enquanto que os tópicos se dividem entre os níveis de explicação, contextualização e exploração. No entanto, ao adentrar cada tópico verifica-se a presença da pirâmide invertida nos textos. A matéria “Gravações revelam drama de controladores e aeromoça no 11 de setembro” é uma produção da BBC Brasil que utiliza apenas texto: não agrega outras mídias, não utiliza hipertextos e segue o modelo tradicional da pirâmide invertida. Da mesma maneira que o primeiro material visto no especial da Folha de S. Paulo, este também não explora as vantagens da hipertextualidade.

Já o artigo do escritor espanhol Marcos Giralt Torrente redigido especialmente para o portal do Estadão, intitulado “Sem Memória”, que fala sobre os ataques em Madri, apresenta foto e os seguintes hipertextos: “Nenhum país é alheio ao terrorismo internacional”, diz secretário espanhol”, “Cheguei ao hospital com o atestado de óbito sobre a barriga”, “Anistia Internacional critica campanha antiburca na Catalunha”, e “Especial: 11 de Setembro”. Esse texto opinativo pode ser considerado um exemplo que se aproxima dos conceitos da pirâmide deitada, pois é contextualizado em diversos níveis de interação.

Em relação aos vídeos, todos podem ser vistos sem sair da página inicial do especial e para a análise foram escolhidos dois exemplos. O primeiro, “Islamofobia, o efeito colateral do 11/9”, é uma reportagem do jornalista Gustavo Chacra, correspondente internacional do jornal, em Nova York. A matéria fala sobre o preconceito sofrido pelos muçulmanos e apresenta entrevista de uma seguidora da religião. O segundo vídeo selecionado é uma nota coberta feita pelo Estadão com imagens da *ABC News* e *Associated Press*, e se chama “O esconderijo de Bin Laden”. Os dois vídeos possuem ligação com as matérias das outras mídias presentes no especial, todavia o segundo vídeo é mais rico em imagens que podem prender a atenção do visitante.

Os áudios são da Estadão ESPN e também podem ser executados na página inicial do especial. As matérias seguem a linguagem de rádio e apresentam falas de pessoas envolvidas e especialistas do assunto em questão. Além disso, os áudios também estão ligados a matérias de outras mídias. Alguns exemplos são, “Morte de Bin Laden foi

anunciada em maio de 2011, mas muitos duvidaram” e “Invasão do Afeganistão pelos EUA começou no dia 7 de outubro de 2001”, que podem ser complementos da reportagem em vídeo “O esconderijo de Bin Laden”, exemplificando a união existente entre as distintas mídias.

O Estadão também apresenta fotos dos ataques e das homenagens, muitas delas estão inseridas em blogs do portal, como “Olhar sobre o mundo” e “Radar Global”. Devido a essa integração com blogs, uma tendência dos especiais multimídias, foi escolhido para análise o post “As imagens mais significativas do 11 de setembro”, do Radar Global. O post apresenta cinco fotografias e um pequeno texto sobre o livro que a Revista *Time* lançou referente às imagens mais significativas dos ataques ocorridos em Nova York. Além disso, no decorrer do material há muitos hipertextos. Dessa forma, o visitante tem a possibilidade de retornar aos tópicos do especial, visitar a página que vende o livro citado e navegar pelo projeto *Beyond 9/11: A Portrait of Resilience* (Além do 11/9: um retrato de superação) do qual faz parte o livro de fotografias. Tal projeto possui texto de apresentação e vários vídeos com depoimentos de envolvidos na História, por exemplo, sobreviventes. Também há hipertextos que levam diretamente para o álbum de fotos do portal da *Time*, para a série especial da Estadão ESPN e por fim para a enquete do próprio Estadão.

Outros fatores importantes são os espaços para comentários e os ícones que permitem o compartilhamento do post por *e-mail* e mídias sociais: *Facebook*, *Twitter* e *Orkut*. Portanto, dos materiais analisados este é um dos mais relevantes exemplos de união de mídias, interatividade e participação de internautas.

Os infográficos abordam os ataques do 11 de setembro, a trajetória e caçada de Bin Laden e os principais ataques terroristas da História. O uso de hipertexto é bastante explorado, como mostra o infográfico “A trajetória de Osama bin Laden”, em que o visitante pode ser conduzido por diversas trajetórias como: um vídeo que contém o anúncio da morte de Osama bin Laden; um texto de arquivo também sobre Bin Laden; um infográfico sobre a Al-Qaeda publicado no início do ano de 2010; e uma galeria de imagens do blog “Olhar sobre o mundo”. Esse é um exemplo de como a internet pode ser explorada na construção de narrativas que permitem diversos caminhos a serem percorridos pelo usuário, além de armazenar e preservar a memória de fatos históricos por tempo indeterminado.

8. Considerações finais

De acordo com Antunes, Baldessar e Rosa (2009: 06), a multimídia “é um recurso atraente e que costuma facilitar o entendimento da reportagem, dando o poder para o visitante ir para onde bem entender dentro da matéria”. Os especiais analisados mostram a veracidade dessa afirmação, pois o leitor não apenas tem liberdade de percorrer pelo especial como também pode participar dele, seja respondendo a uma enquete, comentando uma matéria ou dizendo onde estava quando aconteceu determinado evento.

Nos dois especiais o tema foi fragmentado de uma maneira que o visitante pudesse explorar o conteúdo seguindo um percurso de interesse próprio e, independente da escolha, o acesso às outras informações era localizável e compreensível. Os hipertextos tiveram um papel importante nisso, pois permitiram a ligação de materiais que não seguiam uma ordem cronológica, mas sim uma linha de complementação. O uso dos hipertextos retrata também como as empresas de comunicação passam a estabelecer novos modelos de negócio tanto com os produtores de conteúdo pertencentes ao mesmo grupo empresarial, como a Rádio Folha e TV UOL, no caso do portal Folha de S. Paulo, bem como com parceiros comerciais, caso da BBC e o próprio YouTube.

Também foi possível visualizar a aplicação do conceito de pirâmide deitada em diversas estruturas narrativas nos especiais multimídia estudados, o que implica na tentativa de desenvolver produtos com características próprias da linguagem digital. Porém, é evidente a presença das fases de transposição e metáfora na constituição dos projetos, no que concerne ao reaproveitamento de conteúdos realizados para os veículos tradicionais, o que resulta em uma tendência atual de fusão entre as mídias analógicas e digitais.

Outra questão visível na análise é a difusão das quatro dimensões jornalísticas na produção dos especiais. Afinal, as empresas jornalísticas se preparam tecnologicamente, unificam as redações, produzem materiais para diversos meios e possuem jornalistas polivalentes. Um exemplo dessa polivalência é o jornalista Gustavo Chacra, citado na análise de vídeos do portal Estadão, que produz conteúdo para a rádio Estadão ESPN, TV Estadão e para a versão do jornal veiculada em *tablets* em formato de aplicativo. Dessa forma, o jornalista deve se preparar para trabalhar nas redações unificadas. De acordo com Gabriel Toueg, “as ferramentas são completamente simples, acessíveis a qualquer pessoa, não precisa inventar ou desenvolver, são coisas acessíveis que basta se meter a usar”.

Logo, os especiais analisados correspondem a um prenúncio do desenvolvimento da terceira fase do jornalismo digital. Eles possuem características do webjornalismo ao apresentarem produções realizadas por equipes treinadas e com habilidade de unificar mídias diversas, além de saber manusear novos equipamentos e softwares que possibilitam a realização de projetos multimídias. As técnicas de produção de conteúdo multimídia e de ferramentas interativas e hipertextuais são habilidades necessárias para esta nova fase do jornalismo online. Este conhecimento se faz necessário, sem perder de vista as premissas básicas da responsabilidade social que se faz presente no desenvolvimento de um jornalismo ético, cívico e formador de opinião.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDRIA, Susana; JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

AMATO, Alexandre Campos Moraes; MORAES, Irany Novah. *Metodologia da pesquisa científica*. São Paulo: Roca, 2006.

BALDESSAR, Maria José; ANTUNES, Thomas Michel; ROSA, Gabriel Luis. *Hipertextualidade, multimídia e interatividade: três características que distinguem o Jornalismo Online*. III Simpósio Nacional da AbCiber, São Paulo – SP, agosto de 2009.

BARBOSA, Suzana. *Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais*. XXIV Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande, 2001.

CANAVILHAS, João. *Los efectos del vídeo em la noticia web*. Revista Trípodos, n. 25, p. 147-161. Barcelona, 2009.

_____. *Webjornalismo - Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. In Suzana Barbosa (org.). *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Livros Labcom, p. 26-36, 2007.

_____. *Webjornalismo - Considerações gerais sobre jornalismo na web*. I Congresso Ibérico de Comunicação. Málaga, maio de 2001.

FERRARI, Pollyana. *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. *Jornalismo digital*. São Paulo: Contexto, 2006.

FERREIRA, Jorge Carlos Felz. *A Imagem na Web: fotojornalismo e Internet*. XXVI Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.

LONGHI, Raquel Ritter. *Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia*. Revista Estudos em Comunicação, n.7, v. 2, p. 149-161, 2010.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador, Bahia: Calandra, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. *A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate*. XXV Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador, 2002.

PRYOR, Larry. *The third wave of online journalism*. Online Journalism Review, 2002. <http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689>. Acessado em 02/01/2013.

SALAVERRÍA, Ramón. *La convergencia como coartada*. <http://e-periodistas.blogspot.com.br/2007/12/la-convergencia-como-coartada.html>. Acessado em 02/01/2013.

SALAVERRÍA, Ramon. *De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital*. Revista Novática, n. 142, 1999.

SCHWINGEL, Carla. *Mídias digitais: produção de conteúdos para web*. São Paulo: Paulinas, 2012.