

Jornalismo e tecnologia: a reportagem multimídia no site Intercept Brasil¹

Rogério Martins deSouza²
Centro Universitário de Volta Redonda, RJ

Resumo:

A prática jornalística vem se transformando devido ao avanço tecnológico e os novos recursos advindos com as mídias digitais. A partir daí, o webjornalismo procura se reinventar e lidar com novos desafios na maneira de produzir conteúdos inovadores. Neste cenário, a reportagem multimídia tem sido um recurso utilizado para atingir um novo público digital consumidor. Deste modo, este trabalho pretende discutir, de forma específica, os recursos da linguagem hipermidiática por meio do site Intercept Brasil, analisando a reportagem “O Fim de uma facção”. Os resultados da análise apontam para as transformações nas formas de produção e nos hábitos de leitura de uma reportagem na era contemporânea.

Palavras-chave: webjornalismo; reportagem; linguagem hipermidiática; Intercept

Introdução

A chegada da internet ao Brasil e no resto do mundo se deu em meados dos anos 1990, caracterizando a década como o “boom da internet”. Foi quando as mídias digitais começam sua expansão e sua popularização pelo mundo, com o surgimento de *browsers* ou navegadores para facilitar o acesso e trazendo consigo uma revolução não só na cultura, na economia e no trabalho, mas também na forma de se produzir a notícia para o público. No campo comunicacional, a linguagem da web trouxe uma “quebra” da comunicação linear do emissor para o receptor, resultando em uma mudança comportamental ligada a novos hábitos de se consumir notícias.

Por muitas décadas só se conheciam meios de comunicação de massa tradicionais, como televisão, rádio e jornal. As notícias levavam mais tempo para serem disseminadas.

¹ Trabalho apresentado no GP Multimídia, do XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal Do Rio de Janeiro, Professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), no Rio de Janeiro. Possui pesquisas direcionadas ao jornalismo, sua história, as teorias do campo e seu papel na contemporaneidade. E-mail: rogerms@uol.com.br.

Por exemplo, no jornal impresso, se acontecesse alguma tragédia no fim da tarde, era preciso esperar até a manhã do dia seguinte para o homem comum se atualizar das informações. Havia, entretanto, mais velocidade nas rádios e TVs, mas nada se comparado à rapidez de hoje. Como consequência da internet, o jornalismo precisou se reinventar, na medida em que a tecnologia se desenvolvia e evoluía. O século XXI traria consigo diversas transformações, e uma importante novidade foi a reportagem multimídia.

Reportagem multimídia é um recurso utilizado pelos profissionais da comunicação que combina elementos diferentes na produção da notícia, tornando a matéria mais completa, compreensiva e atrativa, com o objetivo de interagir e chamar a atenção do leitor. Isto pode se dar através de vídeos, fotos, gráficos, textos, animações, mapas, entre outros recursos hipermidiáticos. Segundo Mielniczuk (2000), chamamos multimídia quando os formatos noticiosos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) convergem na narração do fato jornalístico.

Desta forma, este artigo tem como objetivo analisar as transformações do jornalismo e as novidades que a reportagem multimídia pode trazer, citando quais são suas diferenças relacionadas aos meios tradicionais e ainda apresentar os aspectos da linguagem digital que são expostos dentro de uma reportagem multimídia. Para isso, será realizada uma revisão bibliográfica da evolução do jornalismo no meio *online*. Depois, realizar-se-á uma análise da reportagem "O fim de uma facção" (2018) do site Intercept Brasil, que retrata a guerra pelos comandos da facção ADA (Amigos dos Amigos) no tráfico da Favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, fato que causaria a queda de uma das organizações mais poderosas do estado, resultando no declínio e a quase extinção da ADA.

Jornalismo e as mudanças na área com o acesso à internet

Nas últimas décadas ocorreram várias evoluções tecnológicas que chegaram à pela sociedade, como aquelas provindas das mídias digitais. Mas qual a origem dessas evoluções? No final da década de 1960, com a Guerra Fria entre americanos e soviéticos, surgia a ARPANET, uma das inovações tecnológicas que mais tarde promoveria diversas mudanças na sociedade.

Nos anos 1990, após o surgimento da linguagem *world wide web* (www) por Tim Berners-Lee, a internet se populariza e se torna parte do cotidiano da sociedade. A

nova tecnologia digital poderia ter muitas funções, além de se tornar uma grande ferramenta de trabalho para diversos profissionais de diferentes áreas de atuação. Como afirma o sociólogo Manuel Castells, em seu livro, “A sociedade em rede”:

O amadurecimento da revolução das tecnologias da informação na década de 1990 transformou o processo de trabalho, introduzindo novas formas de divisão técnica e social de trabalho. Em meados da década de 1990, o novo paradigma informacional, associado ao surgimento da empresa em rede, está em funcionamento e preparado para evoluir. (CASTELLS, 1999, p.304).

Uma importante área de atuação que se expandiu através da internet foi o trabalho jornalístico. O jornalismo é uma prática social que se distingue das outras pelo compromisso ético perante a população e pela sua representação diante da sociedade, sendo o jornalista um intermediário entre o mundo e as pessoas, no percurso da informação. Durante anos, a prática jornalística esteve voltada aos veículos de comunicação de massa, como jornais impressos, televisão, rádio, mas com a chegada da internet iniciou-se uma revolução tecnológica, cultural, econômica e principalmente na atividade jornalística. Desse modo, a sociedade passou a consumir notícias de forma instantânea, podendo se atualizar e saber de tudo o que acontece ao redor utilizando apenas um *smartphone*. As notícias no atual momento têm a necessidade de ir ao encontro do leitor, onde ele esteja. Dessa forma, os hábitos de consumo da informação mudaram e exigiram uma reconfiguração por parte das empresas jornalísticas, para que as notícias fossem adaptadas da melhor forma no universo da internet. Houve também uma reestruturação quanto à produção industrial da notícia, e também nas relações entre as empresas de comunicação com as fontes, a audiência, os concorrentes, o governo e a sociedade (BIANCO, 2004, p.10)

A tecnologia sempre foi grande aliada da comunicação humana e do trabalho jornalístico, por participar ativamente da rotina da humanidade. A internet facilitou a produção das notícias e a divulgação das mesmas, além de exigir maior agilidade e velocidade em torno do processo de criação até o leitor. Noções de tempo e espaço foram redefinidas: “Desapareceram muitos dos constrangimentos de espaço e de tempo que implicavam obrigatoriamente a existência de mediadores especializados para nos irem contando sobre o que se passa no mundo” (FIDALGO, 2002, apud FERREIRA, 2016, p. 5). Vale ressaltar que a forma de produção e fruição das notícias também mudou - os

avanços tecnológicos possibilitaram uma linguagem mais adaptada ao público, permitindo agregar outros recursos de linguagem como vídeo, som e imagem.

A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da Web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse. (PALÁCIOS; RIBAS, 2007, p. 51)

Diante das mudanças proporcionadas no jornalismo através da internet, foi possível aumentar e intensificar a interação dos cidadãos com jornalistas. Sendo assim, a tecnologia teve grande peso para o aumento significativo das relações entre as pessoas. Através da utilização do espaço virtual para divulgação de notícias, conhecemos uma nova área do jornalismo, o *online*, conhecido de forma genérica como “produções jornalísticas feitas para a web”. Segundo o autor João Canavilhas existe uma distinção entre os termos jornalismo *online* e webjornalismo.

Quando os conteúdos publicados na internet mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem trata-se de jornalismo online. No caso dos jornais, os jornalistas acrescentam a “atualização constante, o hipertexto para ligações a notícias relacionadas e a possibilidade de comentar as notícias”, nas rádios a emissão passa a estar disponível online e são, ainda, disponibilizadas algumas notícias escritas, a programação e contatos, no caso das televisões, “têm também informação escrita, a qual são acrescentadas notícias em vídeo, a programação do canal e os contatos” (CANAVILHAS, 2006, p.114 apud Ferreira, 2016, p. 8)

Sendo assim, o webjornalismo não se refere a conteúdos já prontos de determinado veículo da mídia, disponibilizados na internet, mas refere-se ao uso de novas ferramentas de interatividade, como hipertextos, sons, vídeos, infográficos, entre outros. Ou seja, mais próximo da reportagem multimídia.

Para John Pavlik (2001,p. 3) a evolução do jornalismo online contém três fases. Na primeira, conteúdos publicados nos meios tradicionais são também disponibilizados na web. Na segunda fase, são produzidos materiais para o universo *online*, com hipertextos, interatividade, em alguns casos até mesmo fotografias, vídeos e sons. E na terceira fase, há a produção exclusiva para a internet, com características específicas da web.

Essas três fases foram nomeadas por Afonso Silva Jr. (Silva Jr.,2002) como: transpositivo, perceptivo e hipermediático. O transpositivo esteve presente nos primeiros jornais online, quando a formatação e organização seguiam o modelo do impresso. No perceptivo, ocorre a agregação de recursos possibilitados pela tecnologia de rede em relação ao jornalismo online, há a percepção dos novos recursos, mas permanecendo ainda o caráter anterior (transpositivo). Mais recente e atual, o hipermediático já tem sido utilizado por alguns veículos *online*, ocorrendo ali o uso de recursos de forma mais intensificada, hipertextual, convergência entre diferentes suportes e disseminação em várias plataformas.

Quanto ao objeto desta pesquisa, a reportagem multimídia, podemos dizer que esta se encontra na terceira fase, quando todos os recursos hipermediáticos da linguagem da internet são utilizados para o melhor proveito textual.

Os recursos da linguagem hipermediática

Em se tratando da terceira fase do webjornalismo, temos a definição de Alzamora (2004, p.1): “Considera-se como informação webjornalística relatos descritivos, interpretativos e opinativos da realidade contemporânea, que se caracterizam pela articulação de recursos da linguagem hipermediática em maior ou menor grau de sofisticação”. É possível perceber a tentativa de conteúdos originalizados, estruturados para o consumo especificamente na web. Já o autor Alves (2002) afirma que o jornal impresso precisa se reinventar para produzir conteúdos na internet, adaptando-se às novas características e interação com o leitor, pois, deste modo, ajuda a compreender o que de fato é o webjornalismo da terceira geração:

Na hora de reinventar o jornal na Internet, nossa maior preocupação precisa ser como dar o passo adiante no sentido de encontrar a linguagem própria do novo meio, utilizando suas características e seu potencial. Nesta fase de reinventar o jornal na Internet, devemos sempre partir da pergunta central: o que podemos fazer na Web para melhor servir o leitor, que não é possível fazer no jornal impresso? Para começar, é preciso entender a Internet como um meio de comunicação convergente, que tem a capacidade de absorver características de outros meios, ao permitir a utilização de textos, bases de dados, fotos, áudio, vídeo etc (ALVES, 2002).

De acordo com Mielniczuk (2003) “a partir desta nova fase, o webjornalismo começa a explorar ainda mais as potencialidades da internet e a utilizar recursos de

multimídia, ferramentas de interatividades, como fóruns e chats, além de oferecer opções de personalização do site de acordo com interesses pessoais dos usuários e utilizar o hipertexto como parte integrante da narrativa jornalística, não mais apenas como recurso de organização”. Ou seja, há um momento de ruptura de padrão, pois este momento busca a implementação de novos recursos que possam trazer atrativos inéditos e diferenciados ao que o público estava acostumado a consumir.

O webjornalismo pode ser caracterizado em alguns aspectos, de acordo com Palácios (2003) como: 1) Interatividade, 2) Personalização, 3) Hipertextualidade, 4) Memória, 5) Instantaneidade e 6) Multimídia. Vamos a eles:

1. Segundo Canavilhas (2014) existem dois tipos de interatividade: a interatividade seletiva, que está relacionada à medida que o utilizador pode optar pelo ritmo e sequência das mensagens, se ajustando às suas necessidades. E ainda, a interatividade comunicativa que representa as possibilidades de comunicação e expressão com os usuários, seja por meio de uma curtida, comentário ou compartilhamento, por exemplo.

2. Personalização ou o ato “personalizar” descreve as atividades de “fazer ou alterar as especificações individuais ou pessoais” (Heritage, 2000). Ao acessar um site de notícias, por exemplo, o usuário pode aumentar o tamanho da fonte ou a cor do texto, adequando-se às necessidades individuais dos consumidores.

3. A hipertextualidade está relacionada aos blocos informativos (palavras, imagens, sons, vídeos), ofertando-se a várias possibilidades de leitura. O hipertexto faz parte da interatividade do leitor, pois proporciona diversas possibilidades de compreensão dando-o liberdade para seguir o caminho que deseja durante a sua leitura, por onde começar e onde terminar.

Através do hipertexto, devido à maior dinâmica ao texto, rompendo com a linearidade, disponibilizando um número ilimitado de informações, o internauta pode definir e selecionar o que busca possibilitando uma série de possibilidades, com direito a inúmeras tentativas e mudança de temática, dado ao caráter essencialmente interativo a transmissão da Internet que depende das ações do internauta, de modo ativo frente ao que escolhe ler, copiar, enviar, criar (SUANNO, 2003).

4. Segundo Palácios (2002), a memória no webjornalismo é ao mesmo tempo múltipla, instantânea e cumulativa. Muitos dos sites jornalísticos utilizam um banco de

dados, denominado como “busca” que armazena informações e quando solicitadas pelo leitor podem ser encontradas por meio de datas, títulos ou palavras-chaves,

5. A Instantaneidade é uma das principais características do jornal *online*, que permite uma atualização contínua e instantânea sobre notícias em tempo real. Por conta disso, Mielniczuk (2002) classifica a instantaneidade como “uma característica que, embora exista no rádio e na televisão, ela assume outra dimensão na web”.

6. Multimídia asselha-se à hipertextualidade, são meios para complementar as informações nas notícias. Além da fotografia na matéria, que é um recurso muito utilizado, os áudios, vídeos contribuem para a atração do leitor. Por meio da multimídia o conteúdo pode circular por meio de diferentes plataformas digitais e suportes.

Os recursos multimídia conduzem a uma nova forma de se pensar a produção jornalística graças à possibilidade de uso de múltiplas plataformas visando à complementaridade das informações. Depois do texto, a fotografia é o recurso mais utilizado nos jornais on-line brasileiros (PALÁCIOS et al., 2002, p. 160).

Dentre as características citadas, vale ressaltar a multimídia que está muito presente nas reportagens da web atualmente. A seguir, exemplificando o conceito, algumas reportagens multimídia que se destacaram:

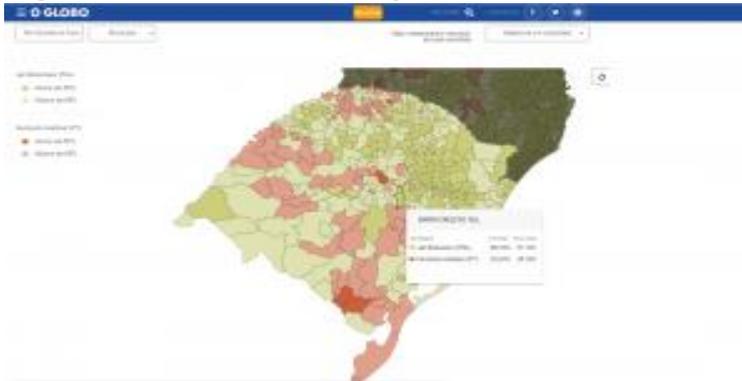
Figura 1: *Trabalho escravo existe?*



Fonte: Site do G1

Publicada pelo site do G1 (2014), a matéria mostra o combate “moderno” enfrentado pelo Brasil ao tipo de trabalho forçado passados 125 anos após a abolição da escravatura, de pessoas que são encontradas em condições similares a de escravos.

Figura 2: *Resultado das Eleições de 2018.*



Fonte: Site jornal O Globo.

Publicada pelo site do O Globo (2018), a reportagem trata dos resultados das eleições à presidência do Brasil no segundo turno, com a utilização de infográficos e dados sobre a apuração.

Figura 3: *Crack: a invasão da droga nos rincões do sossego.*



Fonte: Estadão. Disponível em <<https://infograficos.estadao.com.br/especiais/crack/>>.

Nesta, a reportagem do site do Estado de São Paulo (2014) retrata o avanço do consumo da droga pelo interior de São Paulo, seus efeitos nas áreas de saúde, segurança e emprego e a falta de estrutura para enfrentamento do problema.

Nas reportagens acima foram observados a utilização dos recursos multimidiáticos aqui citados. Conseqüentemente, as reportagens multimídia buscam a cumplicidade deste leitor para que ele retorne ao site e procure outros textos similares. As reportagens apresentam os seguintes recursos: imagens que se movem, gráficos percentuais que aparecem ao rolar a página, informações ocultas que aparecem na tela após um click, vídeos que se reproduzem automaticamente, cores e fontes fortes que chamam atenção, entre outros.

Análise da reportagem do site Intercept

A reportagem “O fim de uma facção” publicada em 13 de dezembro de 2018 foi produzida em seis meses pela equipe do site The Intercept Brasil, escrita pelos jornalistas Cecília Olliveira e Yuri Eiras. Essa reportagem³ aborda os conflitos que marcam a queda de uma das mais poderosas organizações criminosas do Rio de Janeiro, e teve como objetivo esclarecer para os brasileiros o contexto por trás desses conflitos que aparentemente são apenas mais um capítulo da criminalidade carioca. A história se refere à facção “Amigos dos Amigos” conhecida como “ADA”, que foi construída ao longo de 21 anos de grandes confrontos, época em que dominaram populosas áreas urbanas da cidade do Rio de Janeiro. No entanto, em apenas um ano, a “ADA” perdeu quase todo o seu território.

O objetivo da reportagem era trazer para os leitores uma explicação que mostra o porquê dos conflitos no Rio de Janeiro, ou seja, por qual motivo ocorrem estes confrontos ligados ao tráfico de drogas. No cotidiano da cidade e na maior parte dos jornais, estes fatos são noticiados apenas com a data e local onde ocorreram; assim, moradores de outras regiões do país que não estão familiarizados com a dinâmica do Rio de Janeiro, não conseguem compreender quais os motivos que geram os embates entre traficantes e policiais. Com essa visão, os jornalistas responsáveis pela reportagem “O fim de uma facção”, procuraram elaborar a reportagem de forma que qualquer cidadão pudesse entender a situação de fato⁴.

A produção iniciou-se com uma análise das notícias relativas aos confrontos envolvendo facções do tráfico na cidade, entre janeiro de 2017 a julho de 2018. Dessa forma, foi possível perceber que a maioria dos confrontos aconteciam em territórios da “Amigos dos Amigos”, organização na qual a reportagem possui enfoque.

Após, uma intensa busca pelas informações, na qual foram entrevistados agentes públicos, repórteres, moradores e demais envolvidos na narrativa, foi realizado o cruzamento de dados de todas as informações obtidas. Logo após, a apuração dos dados, a equipe responsável passou para a etapa de planejamento de como a reportagem viria a

³“O fim de uma facção”, foi finalista do Prêmio Gabo 2019, na Colômbia, na categoria inovação.

⁴Para elaboração dessa análise entrevistamos o jornalista Yuri Eiras, que participou da produção da reportagem, entrevista concedida no dia 2 de Julho de 2020.

público sem confundir o leitor e cumprir o objetivo de compreensão da realidade do Rio de Janeiro (Eiras, 2020).

Nesse momento, toda a equipe traçou um objetivo: resumir uma história de 20 anos como se fosse um livro didático, deixando visível todo o conteúdo de forma a facilitar o acesso e entendimento do leitor. Esse processo durou cerca de dois meses e meio e contou com os diretores de arte João Brizola e Rodrigo Bento, que exploraram as possibilidades dos recursos multimídia.

A ideia de facilitar a captação e o entendimento da história veio atrelada aos recursos multimídia, no sentido em que para a equipe a reportagem tornou-se um processo de dar nomes e cores ao que antes era noticiado apenas por palavras. No início da produção, já existia a orientação de conter um mapa ao fundo enquanto a história corria, mostrando a guerra pelos territórios. Neles eram ilustrados a cidade do Rio de Janeiro, ao passo que inicialmente suas regiões foram expostas ao leitor separadamente, pela ordem: Centro, Zona Sul, Norte e Oeste. Os mapas digitalizados foram de grande importância para a visualização dos confrontos e, junto com ele, as facções criminosas ganharam cores para sua identificação, indicando as perdas e ganhos de territórios. Essas cores estiveram divididas da seguinte maneira: Amigos dos Amigos (ADA), amarelo; Comando Vermelho (CV), vermelho; Terceiro Comando Puro (TCP), verde; Milícias, azul.

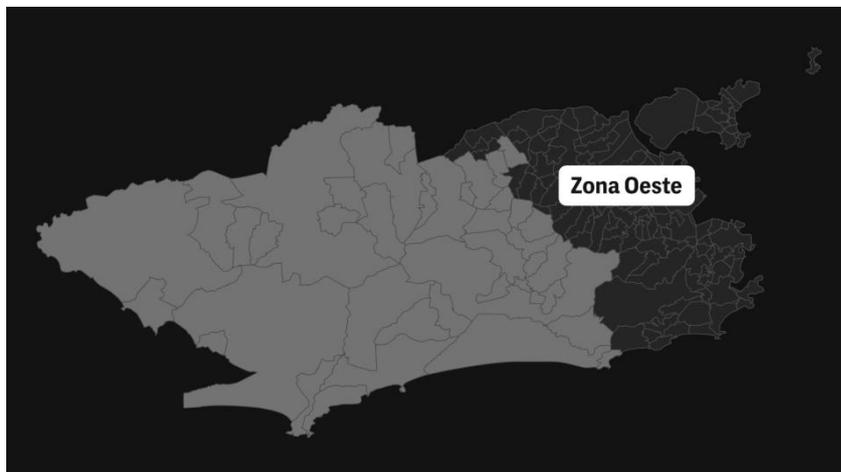


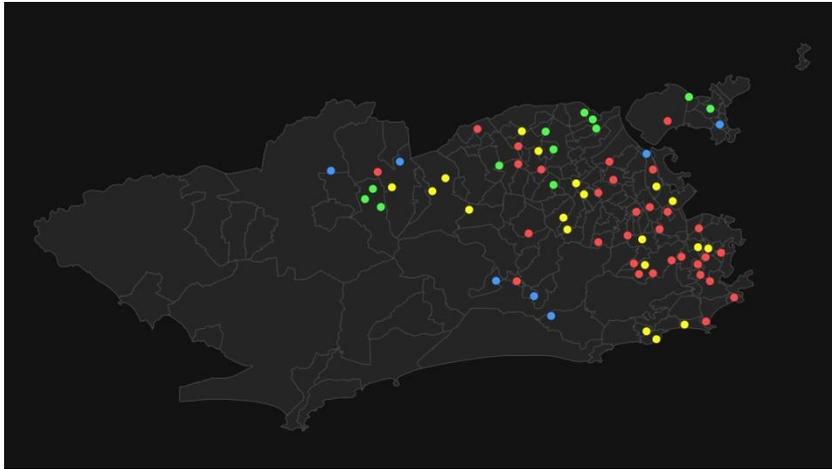
Figura 1: Mapa da cidade do Rio de Janeiro mostrando em destaque a região da Zona Oeste.

Fonte: The Intercept Brasil. Disponível em <<https://projects.theintercept.com/brasil/o-fim-de-uma-faccao/>>

Figura 2: Todos os territórios divididos pelas organizações com sua identificação.

-
- Amigos dos Amigos;
 - Comando Vermelho;
 - Terceiro Comando Puro;
 - Filícias;

Fonte: The Intercept Brasil. Disponível em: <<https://projects.theintercept.com/brasil/o-fim-de-uma-faccao/>>



[fim-de-uma-faccao/](https://projects.theintercept.com/brasil/o-fim-de-uma-faccao/)>

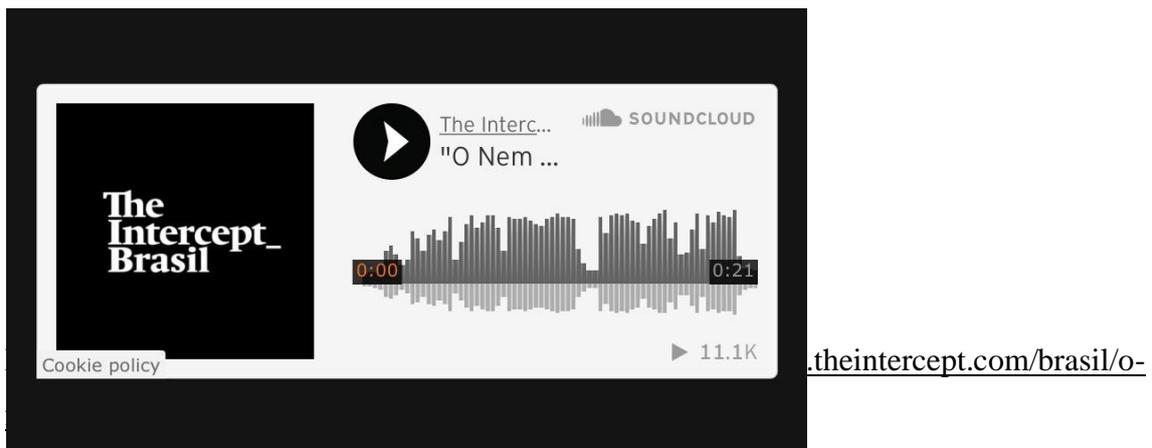
Essa produção contou com diversos elementos multimídia de forma bem detalhada, buscando a compreensão do leitor. Em sua abertura, a reportagem apresenta um vídeo com a prisão do chefe da organização ADA. Sobreposto às imagens, foi apresentado o nome da narrativa e ao que se referia, transmitindo ao leitor uma visualização do que seria abordado. Toda a narrativa foi separada por blocos de textos, seguidos pela exposição através do mapa, deixando a apresentação organizada com uma leitura fluida a todo momento. O *layout* contou com as cores preto e amarelo, que simbolizavam a organização Amigos dos Amigos, na qual a história se refere. Alguns dos elementos também utilizados foram: vídeos, fotografias e áudios ao decorrer da narrativa: todos eles eram reproduções reais dos fatos que foram narrados pela reportagem, possibilitando a visualização do acontecimento. Vale ressaltar que foi também elaborado um site exclusivo para a divulgação dessa produção.

Figura 3: Tela de abertura da reportagem “O fim de uma facção”.



Fonte: The Intercept Brasil. Disponível em <<https://projects.theintercept.com/brasil/o-fim-de-uma-facciao/>>

Figura 4: Forma em que foi reproduzido na reportagem o áudio relacionado ao rompimento da organização Amigos dos Amigos.



Todos os recursos utilizados na reportagem foram pensados com a finalidade de levar ao leitor uma experiência narrativa mais intensa (Eiras, 2020). Para que essa produção viesse a público dessa maneira foram, como já dito, seis meses de trabalho contou com oito profissionais envolvidos. Vale ressaltar que o veículo a qual ela está vinculada fez total diferença ao resultado final, pois o The Intercept Brasil trabalha com a possibilidade dada aos jornalistas de fazerem matérias completas, com tempo para uma ampla apuração até a divulgação, podendo se debruçar por mais tempo em determinado assunto e entregando um material mais aprofundado, diferente de um veículo diário, afirmou Yuri (2020). Ao final, a reportagem concluída contou em sua produção com sete fotografias, um arquivo de áudio, 3424 palavras, cinco vídeos (no qual um deles se

reproduz automaticamente durante a leitura), e diversos mapas interativos que surgem ao rolar a página.

Considerações finais

A reportagem aqui analisada, “O fim de uma facção”, do site The Intercept Brasil, possui como diferencial seus recursos hipermidiáticos, trazendo elementos diversos, recursos de linguagem multimídia e um novo direcionamento ao leitor no hábito de consumir a narrativa, com características que muitos não estão acostumados a consumir em veículos jornalísticos, além de buscar com que esses recursos sejam adaptáveis a diversas mídias, como *smartphones*, *tablets*, computadores, entre outros formatos, se adaptando ao usuário.

O conjunto de todos os recursos utilizados na reportagem abordada busca levar ao público a compreensão da história de forma eficaz e interativa, ao passo que o ambiente virtual oferece ao trabalho jornalístico a apresentação de trabalhos mais completos, com conteúdos de qualidade e narrativas inovadoras. Contudo, vale observar que a produção dessas reportagens requer um investimento considerável por parte das empresas jornalísticas, e um momento de crise em que veículos priorizam “enxugar” gastos pode ocasionar barreiras ao desejo de se produzir grandes reportagens. Podemos citar, por exemplo, o jornalista multitarefa, que precisa demonstrar suas diversas habilidades, desde a apuração até a edição da matéria, se adaptando às novas exigências requeridas pelo mercado.

No Brasil, por exemplo, o investimento em reportagens multimídias é baixo, principalmente pelo tempo em que demanda a apuração dos dados até a conclusão da matéria. No caso de “O fim de uma facção” do Intercept Brasil, esta durou em média seis meses. Mas por outro lado, a experimentação nesse formato de reportagem pode atingir um ponto de consolidação, possibilitando a monetizações e parcerias correspondentes a estas narrativas multimidiáticas, com novos modelos de negócio. O investimento está relacionado tanto às transformações na produção quanto às mudanças na maneira de consumo.

Portanto, os avanços dos recursos tecnológicos alteram consideravelmente a estrutura do trabalho jornalístico. Neste mesmo sentido, Winques afirma que a reportagem multimídia tornou-se um lugar “onde o jornalismo online mais tem explorado as possibilidades de convergência de linguagens do meio digital, estando marcada ainda, no

cenário atual, pelo texto e as narrativas imersivas” (WINQUES, 2015). Cenário este que possibilita a criação de reportagens mais completas, inovadoras e ricas em informações que têm sido consumidas pelo público que prefere buscar hoje notícias nos meios digitais e conseqüentemente abre um potencial para sua monetização. Porém, é necessário que sejam feitos mais investimentos por parte das empresas jornalísticas, uma vez que precisam formar equipes qualificadas que incorporem à prática profissional novas habilidades e exigências.

Referências bibliográficas

ALZAMORA, Geane. **A semiose da informação webjornalística**. In: ALZAMORA, Geane; BRASIL, André; FALCI, Carlos; JESUS, Eduardo. *Cultura em fluxo – novas mediações em rede*. Belo Horizonte: Editora Pucminas, 2004, pp. 110-125.

BRASIL, Intercept. **Prêmio Gabo**, 2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/TheInterceptBr/videos/440862670120823/>> Acesso em: 13 de Junho.2020.

BIANCO, N.R.D. **A internet como fator de mudança no jornalismo**, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>> Acesso em: 13 de Abril.2020.

CANAVILHAS, J. **Do Jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**,2006.Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf> Acesso em 13 de Abril.2020.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo - 7 caraterísticas que marcam a diferença**, 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/pc/Downloads/CANAVILHAS,%20Webjornalismo.pdf>. Acesso em 13 de Abril. 2020.

CASTELLS, M. **A sociedade em Rede**. São Paulo, 2002.

EIRAS, Iuri. **Depoimento aos autores deste artigo científico sobre a produção da reportagem “o fim de uma facção**. Data: 2 de julho de 2020.

FERREIRA, S. D. **O impacto da internet no jornalismo: Mudanças nas rotinas jornalísticas**, 2016. Disponível em: <[HTTP://hdl.handle.net/10316/31610](http://hdl.handle.net/10316/31610)> Acesso em: 13 de Abril.2020.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm> Acesso 08 de Maio 2020.

MIELNICZUK, Luciana. **Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. Anais do 27º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17332/1/R0816-1.pdf>> Acesso 08 de Maio 2020.

PALACIOS, M. R. **Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o lugar da memória**. In MACHADO, Elias &PALACIOS, Marcos (Orgs), *Modelos do Jornalismo Digital*, Editora Calandra, Salvador, 2003.

PAVIK, J. **Journalism and New Media**. University Press. New York: Colombia, 2001

SUANNO, M. V. R. **Novas tecnologias de informação e comunicação**: reflexões a partir da Teoria Vygotskyana, 2003. Disponível em <<http://www.abed.org.br/seminario2003/texto16.htm>> Acesso em: 10 de Set.de 2019.

WINQUES, Kérley. **Apuração e inovação: uma análise da série UOL Tab, do portal UOL**. 6º **Simpósio Internacional de Ciberjornalismo**, UFMS, Campo Grande, 2015.