

# O uso da narrativa transmídia para revigoração do gênero reportagem

## Use of transmediatic narrative to invigorate the reporting genre

Maria Stella Galvão SANTOS<sup>1</sup>

### Resumo

Utilizaremos as referências de narrativa transmídia propostas por Henry Jenkins (2008) para analisar os recursos que constituem as bases de formulação do TAB, projeto editorial interativo do portal UOL lançado em 2014 e caracterizado por pautas diferenciadas, não factuais, exploradas de forma a convergir tecnologia e informação bem apurada. Nossa hipótese é apontar elementos que relacionem este projeto editorial, que vem se destacando semanalmente com conteúdos atrativos e variados recursos hipermediáticos, com uma espécie de revigoração do gênero reportagem, trazendo autores como Canavilhas (2007) atentos aos desdobramentos do jornalismo em suporte online.

### Palavras-chave

Jornalismo; Narrativa transmídia; TAB UOL; Reportagem.

### Abstract

We will employ the references of transmedia narrative proposed by Henry Jenkins (2008) to analyze the resources that constitute the formulation bases of TAB, interactive editorial project of UOL portal. Launched in 2014, TAB proposes to bring out differentiated assignments and exhaustively checked information. The new model distinguishes itself weekly with exciting contents and different hypermediatic resources. We will check if the proposed model really means an invigoration of the reporting genre, dialoguing with authors as Canavilhas (2007), and alert on the consequences of the online journalism.

### Keywords

Journalism; Transmedia narrative; TAB UOL; Reporting.

RECEBIDO EM 21 DE NOVEMBRO DE 2015  
ACEITO EM 29 DE FEVEREIRO DE 2016

<sup>1</sup> Jornalista. Doutoranda em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN. Mestre em História da Ciência pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Especialista em Gestão de Processos Comunicacionais pela Escola de Comunicação e Artes da USP com trabalho desenvolvido sobre Ciência X Jornalismo: O Papel do Gestor na Mediação do Conflito. Contato: stellag@uol.com.br

**R**epensar a prática jornalística, adequando-a a possibilidades oferecidas pelas novas mídias e também pela reconfiguração dos processos de recepção, tornou-se uma preocupação comum aos meios de comunicação, especialmente aqueles já inseridos em um mercado movido pelo surgimento de novas possibilidades de interação com os leitores e produtores de informação da era digital. De fato, interessa-nos especialmente discorrer, com base na observação do TAB UOL – plataforma lançada em outubro/2014 –, as reconfigurações pelas quais o jornalismo tem passado à medida que as tecnologias digitais vêm ganhando mais espaço, avançando para a leitura em dispositivos móveis.

Mais que isso, interessa-nos verificar se este uso configura um novo momento para a produção de reportagens, hoje relegadas a uma espécie de limbo jornalístico, pela confusão estabelecida entre o universo digital e a emergência de textos curtos e marcados unicamente pela instantaneidade. Para demarcar com clareza o que constitui objeto da apuração e tratamento mais detalhado das informações, Lage pontua alguns pré-requisitos que constituem a matéria-prima da reportagem:

Programa-se geralmente a pauta de reportagem (a reportagem aborda um assunto em visão jornalística) a partir de fatos geradores de interesse, encarados de certa perspectiva editorial. Não se trata apenas de acompanhar o desdobramento de um evento, mas de explorar suas implicações, levantar antecedentes – em suma, investigar e interpretar. (LAGE, 2003, p. 39).

Estes aspectos fundantes da reportagem, se de um lado enfrentam dificuldades operacionais no segmento jornalístico dos impressos de circulação diária, terminam por nos remeter ao processo de convergência e, por consequência, às possibilidades de distribuição de conteúdo por meio de multiplataformas.

Uma das chaves para compreender o cenário contemporâneo é observar a relação da sociedade com a mídia, marcada pela concepção de Cultura da Convergência, termo consagrado pelo norte-americano Jenkins (2009). Ele nomeou algo que já ocorria como sintoma e efeito do aporte digital. A convergência, nessa perspectiva, deve ser vista como uma

mudança cultural, na qual as diferentes mídias convivem e os produtores e consumidores têm suas relações e papéis modificados. Trata-se, como pontua o autor, de estabelecer pontos de contato com um público que está mais crítico e participativo, e que se comporta de modo volátil, migrando facilmente em busca de informações e entretenimento disponibilizados por diferentes plataformas e em variados formatos de conteúdos. Configura-se como um processo que produz alteração nas relações entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos, na medida em “altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento”. (JENKINS, 2009, p. 43).

É a partir da noção de Cultura da Convergência que Jenkins (2009) identifica uma outra forma de contar histórias, marcada pelo uso interativo de diferentes plataformas e recursos tecnológicos, a chamada narrativa transmídia, caracterizada pelo uso interativo de diferentes plataformas. O emaranhado de informações que irá caracterizá-la compõe uma estrutura semelhante à de uma rede, onde os diversos pontos se conectam para compor o todo. Assim também é o hipertexto ou hiperímídia, reflexo e um elemento desta rede. A rede digital, por sua vez, elemento macroestrutural, viabiliza a noção de transmídia ou multimídia em função de sua abrangência e pontos de contato com múltiplos segmentos.

A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. (JENKINS, 2009, p. 47).

Uma vez imerso nessa rede, o consumidor segue os desdobramentos de uma temática por meio de várias mídias. Desse modo, “os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs [...]”. (idem) Conforme o autor, uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa

para o todo. “Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor”. (idem, p. 135).

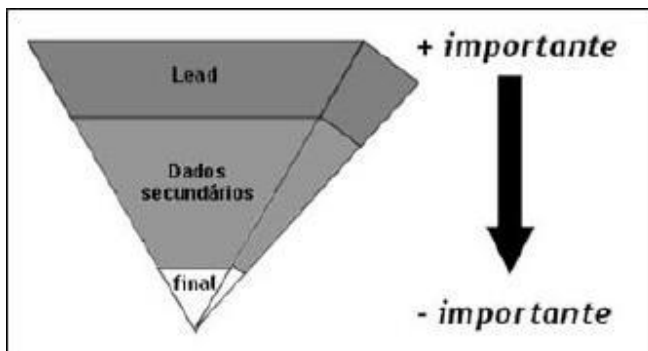
É inevitável pensar a convergência como integração de múltiplos textos para criação de uma narrativa ampla capaz de se desmembrar em narrativas menores. Uma história transmídia desenvolve-se como um todo que se estrutura por diversas partes, e cada uma delas interagindo de modo a produzir um sentido textual e informativo mais amplo. “Os ambientes intertextuais não somente comunicam e informam, mas também, proporcionam ao usuário ações interativas de caráter lúdico”. (RENÓ, 2012, p. 46) Conforme Renó, neles, o labirinto de informações é decisivo para compor a forma final do conteúdo, compacto e produto dessas partes que o adensam. Do ponto de vista de quem o acessa, prevalece a ideia de liberdade de escolha proporcionada ao leitor – cabe a ele definir por onde começar e terminar a leitura, e os modos particulares de apropriação e acesso a novas camadas informativas, tornando a narrativa transmídia mais atrativa por suas variadas possibilidades.

Jornalismo transmídia é a notícia contada a partir de diversas histórias (independentes), em distintos meios (e linguagens) que em conjunto oferecem uma nova história passível de comentários e circulação por redes sociais e em dispositivos móveis. (RENÓ; FLORES, 2012, p. 87).

O formato do TAB vai ao encontro do conceito sugerido por João Canavilhas (2007) para o webjornalismo, que utiliza as ferramentas da Internet para investigar e produzir conteúdos por meio de textos, som, imagens e animações, conectadas entre si através de links. Canavilhas (2007) propõe uma arquitetura que ele denomina de “Pirâmide Deitada”, em contraponto ao clássico conceito de Pirâmide Invertida.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> A pirâmide invertida foi batizada por Edwin L. Schuman no seu livro *Practical Journalism* (apud Canavilha, 2001).

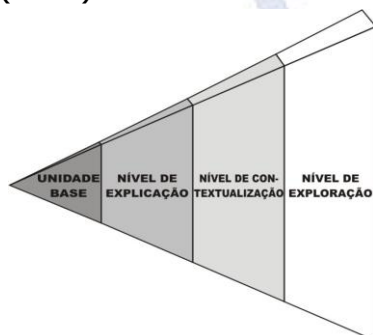


(Pirâmide Invertida, estrutura de notícias proposta no começo do século XX pelo norte-americano Edwin L. Schuman)

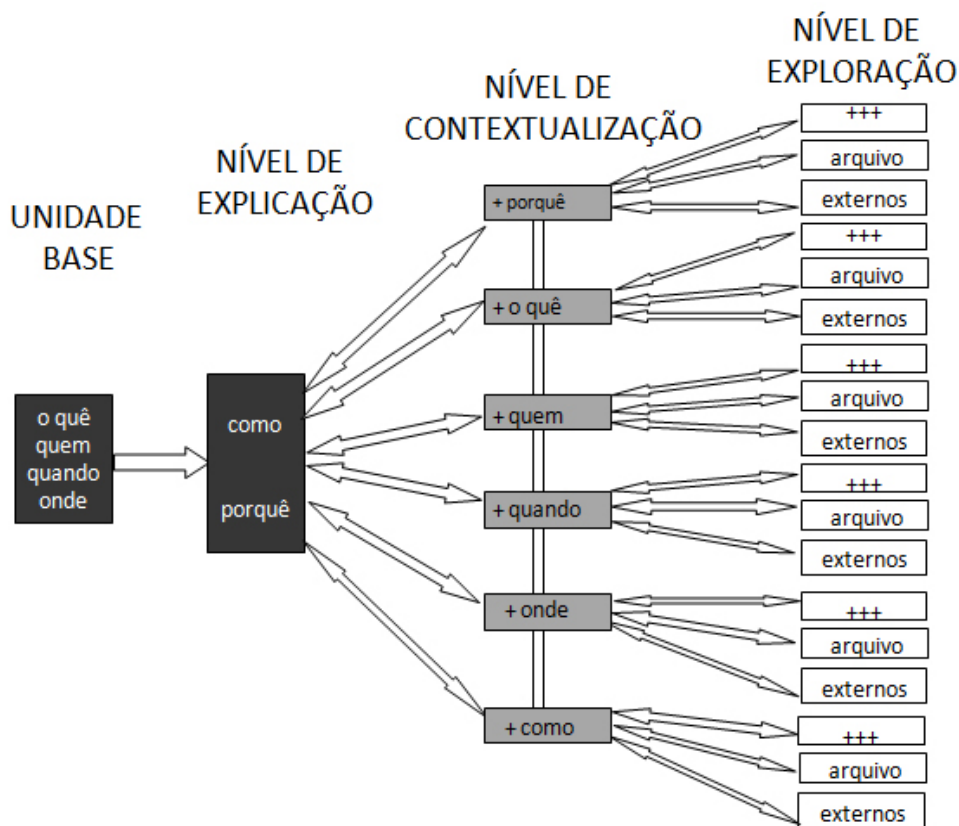
Na Pirâmide Deitada essa hierarquia desaparece, dando lugar a uma gramática multimídia que indique ao leitor como, quando e onde devem ser utilizados links, vídeos, sons, fotos e infografias. A proposta pretende ser um ponto de partida para a estabilização de um conjunto de regras que permita ao jornalismo passar da fase chamada por Canavilhas de “remediação” para a de produção de conteúdos convergentes, explorando eficazmente as potencialidades da web.

Nas edições online o espaço é tendencialmente infinito. Podem fazer-se cortes por razões estilísticas, mas não por questões espaciais. Em lugar de uma notícia fechada nas quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informações. (CANAVILHAS, 2001, p.7).

Estrutura e níveis de acesso à informação na Pirâmide Deitada proposta por Canavilha (2001).

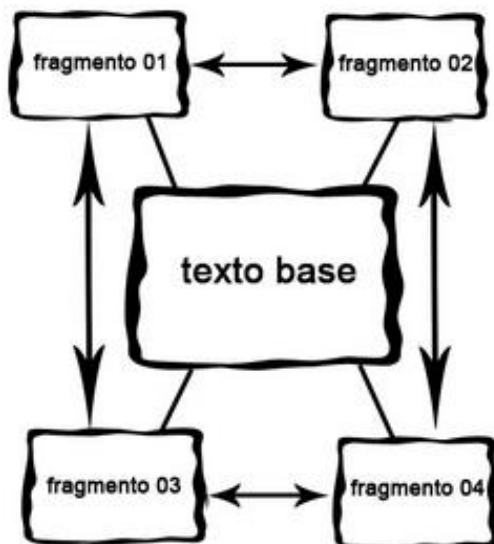


(Esquema dispendo horizontalmente os níveis de informação)



(Modelo esquemático de apuração jornalística proposto por Canavilhas)

Essa relação dialoga fortemente com a lista de sete aspectos relacionados por Jenkins (2009) à narrativa transmídia. Deles, destacamos a estrutura narrativa, história compartilhada em fragmentos, múltiplas plataformas de linguagem e conteúdo expandido, como no esquema abaixo de roteirização da notícia desenvolvida a partir de um texto. Este serve, portanto, como base para uma leitura projetada com auxílio de um fluxograma algorítmico circular rizomático, que segue o conceito de rizoma defendido por Deleuze, como se vê na figura abaixo. (RENÓ, 2010).



(Fluxograma circular proposto para repensar a estrutura das notícias)

Conforme se lê em notícia veiculada pelo UOL, portal pioneiro na web no Brasil (lançado em 1996), um novo TAB, proposta de jornalismo transmidiático da empresa, é lançada sempre às segundas-feiras, dia da semana campeão em número de acessos, com “reportagens inéditas, aprofundadas, provocadoras e de alta qualidade”.<sup>3</sup> A primeira edição abordou a expansão da Economia Compartilhada pelo mundo. “É a resposta do UOL para a necessidade do nosso público de consumir conteúdo de qualidade em formatos criativos, interessantes e interativos”<sup>4</sup>, declarou Rodrigo Flores, diretor de conteúdo do portal.

Mais de 50 edições depois, o TAB surpreende pela diversidade de temas e por abordar assuntos inusitados, especialmente frente às mídias tradicionais. É como se abrissem o leque para tópicos “fora da pauta”, como o das pessoas que preferem uma boa iguaria doce aos queixumes dos amores mal correspondidos/resolvidos ou o das relações afetivas pautadas pela efemeridade e pela velocidade do clique no botão *on* ou *off*. Uma particularidade da proposta editorial é sua aparente atemporalidade.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2014/10/13/uol-lanca-o-tab-novo-projeto-editorial-interativo.htm>>. Acesso em: 30 out. 2015.

<sup>4</sup> Entrevista veiculada por ocasião do lançamento do TAB UOL. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2014/10/13/uol-lanca-o-tab-novo-projeto-editorial-interativo.htm>>. Acesso em: 30 out. 2015.

Todos os TABs são identificados pela hashtag<sup>5</sup> que indica a semana de sua veiculação, desde o número 1.



(Edição #38)



(Edição #32)

---

<sup>5</sup> *Hashtag* é um composto de palavras-chave, ou uma única palavra, precedido pelo símbolo cerquilha (#). Tags significam etiquetas e referem-se a palavras relevantes, que associadas ao símbolo #, se tornam *hashtags* amplamente utilizadas nas redes sociais. Disponível em: <<http://canaltech.com.br/o-que-e-o-que-e/O-que-e-hashtag/>>. Acesso em 30 out. 2015.





(Edição #9)



(Edição #43)



(Edição #19)

Pautas que emergem de grandes áreas temáticas como sustentabilidade, mobilidade, consumo, comportamento e tecnologia. Temas que estão na ordem do dia dos compartilhamentos nas redes sociais, como o feminismo e outros “ismos” que descontroem ou ratificam discursos. A experiência editorial, como outras tantas que não freiam os temas espinhosos, antes os abraçam de frente, é produto de uma troca efervescente de ideias patrocinadas pela empresa Mesa & Cadeira. De acordo com Barbara Soalheiro, que criou a empresa, a equipe tomou por base os formatos de mídia já existentes. “Se sabemos que na internet o público aguenta uma vinheta de 5 segundos, o TAB vai lá e se apropria desse conhecimento. Apostamos em conteúdo relevante e bom jornalismo, mas com uma nova roupagem”, detalhou a executiva cuja equipe concebeu o projeto colocado em prática pelo UOL.<sup>6</sup>

O que o mercado está vislumbrando comunga com vários olhares acadêmicos. Para autores que esquadrinham a web em busca de notícias sobre o jornalismo, como Ferrari (2004), a notícia rápida tende a se sobrepor à reportagem. No ambiente impulsionado pelas funcionalidades das tecnologias digitais, a prática jornalística se altera, na medida em que a tecnologia permanentemente atualizada propõe um ritmo vertiginoso da atualização das notícias, transformando “o fazer jornalístico” um processo automatizado e muito particular. (FERRARI, 2004, p. 77). Ainda nessa ambiência tecnológica e multimídia, os formatos hipertextuais têm o papel de “preencher” esse espaço em duas frentes, através de acesso às redes de informação ou em arquivos pessoais e coletivos “que serão remixados, numa eterna bricolagem de narrativas, sejam textuais, imagéticas, audíveis ou sensoriais”. (idem, p. 85).

Não se trata de negar a importância da notícia na web, mas de constatar que a interface gráfica da internet não se presta apenas à edição e veiculação da notícia curta e rápida. A pesquisa avançou, então, em direção a um novo ponto, que busca a ligação do jornalismo com outras áreas do conhecimento humano. O principal foi verificar como a reportagem relaciona-se com a literatura e pode ir além da notícia como simples passagem de informação. Aqui, pode-se pensar em diversos tipos

---

<sup>6</sup> Entrevista postada no site da empresa Mesa & Cadeira. Disponível em: <<http://projetodraft.com/tab-mesa/>>. Acesso em: 30 set. 2015.

de reportagem, como ressaltam Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986). Os autores elencam as quatro principais características de uma reportagem: predominância de forma narrativa, humanização do relato, texto de natureza impressionista e objetividade dos fatos narrados. Diferentemente do caráter imediatista que uma notícia carrega, a reportagem pode ser mais extensa e completa, com abordagem aprofundada acerca de um tema específico.

Embora a reportagem não prescindia de atualidade, esta não terá o mesmo caráter imediato que determina a notícia, na medida em que a função do texto é diversa: a reportagem oferece detalhamento e contextualização àquilo que já foi anunciado, mesmo que seu teor seja predominantemente informativo. (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 18).

A despeito dos ruídos que se interpuseram a meio caminho, a convergência efetiva entre os ditames da era digital e a prática jornalística veio ocorrendo em fases distintas. Machado e Palacios (2003) situam os marcos deste processo, com a primeira fase correspondendo à transposição do teor dos grandes jornais impressos na Internet. Na segunda fase o modelo tradicional já incorpora algumas ferramentas interativas como e-mail, para comunicação entre jornalista e leitor, e fóruns de debates online.

Na terceira fase, os sites começam a ser criados independentemente do veículo impresso, quando entram em cena os manuais de redação para o mundo digital. Nesta fase, há uma sistematização de atributos que são debatidos e organizados como características que definem o jornalismo na web. Os autores propõem um conjunto de cinco aspectos que seriam indissociáveis da relação intrínseca entre o texto informativo e seu locus digital: convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. (MACHADO e PALACIOS, 2003, p.2) São elementos que claramente dialogam com a terceira geração do jornalismo online.

A caracterização desse estágio pressupõe base tecnológica ampliada, acesso expandido por meio de conexões banda largas,

proliferação de plataformas móveis, redação descentralizada e adoção de sistemas que permitam a participação do usuário, produtos criados originalmente para veiculação no ciberespaço, conteúdos dinâmicos formatados em narrativas multimídia, experimentação de novos elementos conceituais para organização da informação, assim como de novos gêneros. (BARBOSA, 2007, p.129).

A quarta fase ou geração traz como novidade a entrada em cena dos dispositivos móveis para recebimento de conteúdo jornalístico, passíveis de navegabilidade através de redes sem fio (*wireless*). Nesse novo patamar, as mudanças extrapolam o formato atravessado pela tecnologia, envolvendo outras formas de se direcionar conteúdo, uma vez que o público consumidor das informações estaria ficando mais exigente e dispersivo.

(...) compartilha-se a afirmação de que o futuro jornalístico está nas plataformas móveis. Os motivos, além do consumo de aparelhos e de notícias nestes dispositivos, focam-se em pressupostos mencionados pelos artigos: 1) uso presente e continuado dos smartphones; 2) instauração da convergência; 3) entrada de novos atores sociais, como agregadores e redes sociais; 4) características destes dispositivos móveis, como a ubiquidade; e 5) acentuação e/ou afrouxamento de algumas das propriedades do jornalismo digital. (CANAVILHAS, 2014, p.7).

Em texto especificamente sobre o Jornalismo Transmídia, Canavilhas (2013) toma por base uma referência de Jenkins (2009) ao conjunto de princípios definidos por Moloney (2011) que devem nortear a narrativa transmídia na sua aplicação ao jornalismo. 1) Distribuível: O conteúdo deve incluir características e sistemas que permitam a sua partilha de forma viral; 2) Explorável: Os conteúdos devem estar unidos por uma rede de ligações que ofereçam vários percursos e níveis de leitura; 3) Ininterrupto: A realidade é contínua, por isso as notícias também o são, o que contraria uma das marcas do jornalismo nos meios tradicionais: a periodicidade; 4) Diversidade de pontos de vista pessoais: Comentários, opiniões e sugestões dos leitores devem poder ser integrados ao trabalho jornalístico; 5) Imersivo: O envolvimento dos leitores é importante, por isso devem ser usadas narrativas e formatos

que estimulem a ligação entre leitor e conteúdos, como os newsgames; 6) Imperecível: O conteúdo deve ser produzido de forma que o leitor possa usá-lo futuramente. Conteúdos imersivos ou newsgames podem prolongar a vida da notícia; 7) Construído em mundos reais: As notícias transmídia devem incluir múltiplas formas de explicar as situações e incluir pistas de leitura que ajudem o leitor a compreender o acontecimento; 8) Inspirar a ação.

Canavilhas critica este conjunto de princípios por promover uma mistura entre as características dos conteúdos e a intencionalidade com que são produzidos, e propõe um grupo de características aplicáveis à narrativa transmídia: Interatividade, Hipertextualidade, Integração multimídia e Contextualização. E considera-os aplicáveis especialmente à grande reportagem, que se diferencia das notícias

pela obrigatoriedade de incluir contextualizações diacrônica e sincrônica, por permitir uma maior liberdade narrativa e por não ser tão perecível como uma notícia, o que lhe permite ter um ciclo de vida mais longo. (CANAVILHAS, 2013, p. 9).

## Considerações finais

O modelo de jornalismo transmídia introduzido no ambiente dos portais brasileiros pelo UOL, por meio do projeto TAB, se insere em uma dinâmica contemporânea vinculada à ascensão e predomínio dos meios digitais para acesso à informação. O recurso de utilizar o enorme potencial da arquitetura da informação permite ao leitor navegar de forma arbitrária pelo conteúdo e interagir de modo a propiciar novos olhares sobre o tema, em um processo dialógico que vem sendo levado às últimas consequências na sociedade hipermediatizada.

A proposta expõe de modo inequívoco as contribuições das ferramentas digitais para ampliar a produção de sentido inerente à prática jornalística, notadamente para acolher com maior frequência reportagens de fôlego que trazem um olhar prospectivo sobre temas abrangentes. Implica concentrar diferentes formatos nessas abordagens horizontalizadas, para tomar de empréstimo a expressão consagrada por Canavilhas (2001), ao quebrar a rigidez das pirâmides informativas

indutoras do que se convencionou chamar de 'objetividade da informação'. Sugere, ainda, um modelo interessante de negócios, ao contar com patrocínio fixo que, também ele, é atravessado pela inovação. O comercial se insere no dinamismo do formato e não emperra o campo visual do leitor, com inserções rápidas e bem localizadas, permitindo evitá-las de forma repetida. O TAB propõe um mergulho temático sem abrir mão da clareza textual, de dados consistentes, do encanto visual e da interação com o leitor, ingredientes que começam a fazer a diferença na permanência do gênero reportagem, especialmente em convergência com a narrativa transmídia.

## Referências

- BARBOSA, S. (Org.). **Jornalismo digital de terceira geração**. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: LabcomBooks, 2007. Disponível em: <[http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa\\_suzana\\_jornalismo\\_digital\\_terceira\\_geracao.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf)>. Acesso em: 29 set. 2015.
- CANAVILHAS, J.; SEIXAS, L. **Jornalismo e dispositivos móveis**. Introdução, Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo, Vol 3, nº2 – 2014. Disponível em: <<http://surlejournisme.com/rev/index.php/slj/article/viewFile/178/67>>. Acesso em: 30 set. 2015.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo**: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Universidade de Beira Interior - Labcom, 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2015.
- CANAVILHAS, J. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In: RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RUIZ, Sandra; GOSCIOLA, Vicente. **Periodismo Transmedia**: miradas múltiples. pp. 53-68, Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013.
- FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004.
- GOSCIOLA, V. Narrativa transmídia: conceituação e origens. In: MACHADO, E.; PALÁCIOS, M. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador, Calandra, 2003.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LAGE, N. **A reportagem**: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.
- RENÓ, D.; FLORES, J. **Periodismo transmedia**. Madrid: Fragua, 2012.

RENÓ, D. **Uma linguagem para as novas mídias**: a montagem audiovisual como base para a constituição do cinema interativo. Tese de Doutorado em Comunicação – FACOM – UESP, 2010.

SODRÉ, M.; FERRARI, M. H. **Técnica de Reportagem - Notas sobre a Narrativa Jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

UOL TAB. Site oficial. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/>>. Acesso em: 30 out. 2015.

