

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E
TECNOLOGIA COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

GABRIELLA ALVES DE FIGUEIREDO

**UMA ANÁLISE DA EDIÇÃO VISUAL MULTIMÍDIA
DE DUAS REPORTAGENS ESPECIAIS
SOBRE IDENTIDADE DE GÊNERO DO UOL TAB**

IMPERATRIZ - MA

2022

GABRIELLA ALVES DE FIGUEIREDO

**UMA ANÁLISE DA EDIÇÃO VISUAL MULTIMÍDIA
DE DUAS REPORTAGENS ESPECIAIS
SOBRE IDENTIDADE DE GÊNERO DO UOL TAB**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado à Universidade Federal do
Maranhão (UFMA), como parte das
exigências para a obtenção do título de
Jornalista.

Orientadora: Profª Drª Yara Medeiros

IMPERATRIZ – MA
2022

Data: 28 de Janeiro de 2022

Banca examinadora

Profa. Dra. Yara Medeiros dos Santos – (orientadora) – UFMA

Profa. Dra. Izani Mustafá – UFMA

Profa. Dra. Leila Lima Sousa - UFMA

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Figueiredo, Gabriella Alves de.

UMA ANÁLISE DA EDIÇÃO VISUAL MULTIMÍDIA DE DUAS
REPORTAGENS ESPECIAIS SOBRE IDENTIDADE DE GÊNERO DO UOL
TAB / Gabriella Alves de Figueiredo. - 2022.

62 f.

Orientador(a): Yara Medeiros dos Santos.

Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social -
Jornalismo, Universidade Federal do Maranhão, Universidade
Federal do Maranhão, Imperatriz MA, 2022.

1. Identidade de gênero. 2. Longform. 3. Multimídia.
4. Reportagem. 5. Webjornalismo. I. Santos, Yara
Medeiros dos. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Antes de agradecer à todos que me acompanharam nesses quatro longos anos, gostaria de me parabenizar por ter conseguido chegar até aqui. Nunca imaginei o quão difícil seria essa fase final. Primeiro com a pandemia, depois ensino remoto. Com isso, a desmotivação tomou conta de mim. Além de pessoas que não deram nenhum suporte para que eu concluísse a monografia. Mas agora, finalizo esse compromisso com a universidade que estava pendente.

Dedico aos meus pais: Luciene Alves de Figueiredo e Jurandi Lira de Figueiredo, que infelizmente não tiveram as mesmas oportunidades de poder terminar os estudos, assim como eu tive em toda a minha fase escolar. E nada mais justo que eu dê esse orgulho para eles de ter a filha única formada.

Agradeço em especial à minha orientadora Yara Medeiros, pelo comprometimento em me ajudar quando eu achava que não teria mais nenhuma alternativa de prosseguir com o meu projeto. E principalmente pela paciência nessa reta final. Não foi fácil, mas obrigada pelas mensagens de apoio, mandando forças a cada versão do trabalho corrigida.

Não poderia esquecer deles: Francisco Mourão, Hugo Oliveira e Layana Barbosa, meus amigos e irmãos, o quarteto de diagramadores mais improvável que a UFMA uniu na finalização do Jornal Arrocha. Sou extremamente grata por ter vocês comigo para o que eu precisar, e contem com o meu apoio para tudo! Foi um período de muitos surtos e noites em claro tirando dúvidas por vídeo chamada, ajudando um ao outro. Mas aqui estamos, concluindo esse ciclo, que assim como eu, vocês também não aguentam mais comentar.

Também não poderia faltar os meus amigos fora do meio acadêmico: Alyne, Guilherme e Leyenne. Eles que viram de perto todo o processo, desde dúvidas, reclamações, problemas para continuar o projeto. Mas eu agradeço a cada um deles pelos conselhos e apoio quando pensei em desistir faltando tão pouco. Mas, e agora será que posso colocar “fofoqueira não, jornalista!” na bio do Instagram?!

Por fim, um agradecimento geral à Universidade Federal do Maranhão que me acolheu todo esse tempo, aos professores que tive a honra de conhecer e aprender com eles. Levarei esse conhecimento comigo para a vida profissional. E também agradeço aqueles que não mencionei o nome, mas sei que torceram por mim. OBRIGADA!

RESUMO

Este trabalho busca analisar a forma como foram empregados recursos multimídia (recursos sonoros, visuais e interativos), em dois longforms: “Trans” de 2015 e “Ninguém solta a mão”, de 2019, da plataforma UOL TAB. E busca-se entender como se dá a edição visual multimídia das reportagens e como exploram o ambiente on-line. A matriz avaliativa consiste em: recursos multimídia, padrões de leitura, adaptabilidade, hipertextualidade e interatividade. Os resultados mostram que as reportagens são editadas de forma dinâmica e modelos de leitura diferentes: horizontal e vertical. Para o leitor ter uma imersão no conteúdo, gerando diferentes para cada público, sendo necessário um planejamento pela equipe para trazer de forma lúdica informações sobre o tema.

PALAVRAS-CHAVE: *longform*; identidade de gênero; reportagem; multimídia; webjornalismo.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
CAPÍTULO 1: A GRANDE REPORTAGEM MULTIMÍDIA	09
1.1 Reportagens pioneiras e inovação dos nativos digitais.....	14
CAPÍTULO 2: MAPA DE LEITURA DA GRANDE REPORTAGEM MULTIMÍDIA	20
2.1 Para ler o longform	22
CAPÍTULO 3: PERCURSOS DA LEITURA VISUAL MULTIMÍDIA.....	27
3.1. Estrutura do Uol TAB.....	31
3.2. Inovação na plataforma	34
CAPÍTULO 4: ANÁLISE DE DOIS CAMINHOS HIPERMIDIÁTICOS	38
4.1. Identificação da reportagem 1	38
4.1.1 Recursos multimídia	38
4.1.2 Padrões de leitura	41
4.1.3 Hipertextualidade	42
4.1.4. Interatividade.....	43
4.1.5 Adaptabilidade.....	45
4.2 Identificação da reportagem 2	47
4.2.1 Recursos multimídia	47
4.2.2 Interatividade.....	48
4.2.3 Padrões de leitura	52
4.2.4 Hipertextualidade	53
4.2.5 Adaptabilidade.....	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS	59

INTRODUÇÃO

Conforme o Anuário do Fórum de Brasileiros de Segurança Pública no ano de 2021, a violência contra pessoas LGBTQIA+, apresentou um crescimento de 20% no número de casos, apesar da LGBTfobia já ser crime no Brasil desde 2019, mais de dois anos.

Mas a visibilidade do tema ainda precisa ser mais efetiva no esclarecimento da temática. Nesta pesquisa foi possível entender que o espaço existe no ambiente digital, em mídias especializados que se propõem ao jornalismo de fôlego ou quando acontece algum crime de ódio motivado por preconceito contra o público LGBTQIA+. Nesse trabalho foram escolhidas duas reportagens sobre identidade de gênero e orgulho pelo movimento que envolve todos os gêneros.

Assuntos polêmicos precisam ser esclarecedores apresentando informações e dados contextualizados para ajudar o leitor a entender as especificidades do tema. Através das ferramentas do webjornalismo, é possível criar narrativas variadas e esclarecer de forma simples e dinâmica temáticas complexas. A plataforma UOL TAB é um nativo digital, presente na internet a partir de, 2014 que adaptou a linguagem de suas reportagens especiais para que o leitor não tem dificuldades em acompanhar o formato multimídia. E ainda, o torna interativo dando opções de personalização e de atividades lúdicas na leitura.

No formato *longform* das reportagens do UOL TAB além da possibilidade de explorar e aprofundar mais o conteúdo, também há mais espaço para um planejamento gráfico, que informa e colabora com a narrativa, deixando a leitura e o aspecto visual mais agradáveis e de fácil compreensão. Há ainda o uso de imagens e gráficos animados, visualizações de dados áudios e vídeos. Que oferecem ao leitor formas de interagir ao abordar temas complexos como a troca de gênero.

Este projeto se propõe a analisar a edição visual multimídia de duas reportagens “Trans - Transcender, Transgredir, Transformar, Transvestir, Transexual, Transgênero”, de 2015 e “Ninguém solta a mão”, de 2019. As abordagens são sobre identidade de gênero, com foco em transgênero e no orgulho LGBTQIA+. A observação sistemática foi comparativa, os dois

trabalhos foram publicados distanciados no tempo e apresentam perspectivas distintas de organização editorial.

Este trabalho tem como objetivo compreender como a edição e o design dos recursos multimídia no formato de reportagem longa compõem e colaboram com a reportagem. A escolha do tema e a forma como a plataforma abordou através de recursos do webjornalismo. Com isso, analisar a estratégia de como são empregados os hipertextos (leitura não linear), hiperlinks (links durante a reportagem que direcionam para a mesma matéria ou outra de tema semelhante), e elementos áudio visuais (vídeos, fotos e infográficos interativos referentes ao tema) oferecendo ao leitor uma forma de interagir ao abordar temas complexos como a troca de gênero e o orgulho LGBTQIA+.

A metodologia utilizada para este trabalho foi qualitativa com execução de pesquisas exploratória, documental e bibliográfica e a análise de conteúdo descritiva e analítica a partir de uma matriz avaliativa de categorias. A pesquisa exploratória ajudou a entender como a temática do estudo apresenta baixa cobertura e precisa ser visibilizada. Em 2019, o identidade de gênero passou a ser mais explorada em produções cinematográficas incluindo todos os gêneros. A problemática demonstrou, além da pouca cobertura jornalística, como recursos multimídia trazem inovação e podem clarificar essa temática na qual é preciso ter sensibilidade ao editar e transmitir o conteúdo.

Para isso, o trabalho foi dividido em quatro capítulos: 1) A grande reportagem multimídia; 2) Mapa de leitura da grande reportagem multimídia; 3) Percursos da leitura visual multimídia e 4) Análise de dois caminhos hipermediáticos. O primeiro capítulo conceitua o gênero grande reportagem multimídia ou *longform* e mostra como a adaptação ao universo digital conectou diversas mídias em uma mesma narrativa jornalística, o que deu início à consolidação do gênero. Mostra ainda como essas ferramentas são aplicadas no campo jornalístico para alcançar o público no ambiente *online*. Assim, modificando o modo como as reportagens são consumidas ao adicionar gráficos interativos, vídeos, áudios e jogos. Também foram destacadas algumas reportagens pioneiras que fizeram uso desses recursos além da própria plataforma UOL TAB, objeto da análise.

O segundo tem como objetivo explicar como esses recursos expandiram as possibilidades narrativas do jornalismo e como começou o investimento nesse

novo formato em veículos nacionais e internacionais. Também expõe os domínios de leitura para consumir o *longform* e algumas características que o webjornalismo trouxe para as grandes reportagens, desde textos mais detalhados, leitura vertical e horizontal, hipertexto, design responsivo, entre outros elementos que modificaram o jeito do leitor aproveitar o conteúdo.

O terceiro capítulo traz a metodologia de análise das duas reportagens multimídia da plataforma UOL TAB. É apresentada uma matriz avaliativa, dividida em parâmetros e indicadores. Foram analisados aspectos de edição e design elencados do modelo metodológico de Medeiros (2020) e Codina (2004) e adaptados para uma matriz adequada a esta análise qualitativa.

No quarto capítulo foram escolhidas duas reportagens de anos diferentes, mas com a mesma temática, foram analisados os recursos multimídia (vídeos, imagens, animações, infográficos interativos, áudios) e a forma como a plataforma abordou os temas através dos recursos do webjornalismo, hiperlinks e elementos audiovisuais (vídeos, fotos e infográficos interativos referentes ao tema).

Esta pesquisa visa contribuir com estudos futuros no campo do webjornalismo e chamar atenção para o potencial da grande reportagem multimídia, que a plataforma TAB busca abordando temas que são fundamentais para uma sociedade justa. Incluindo todos os públicos, assim como teve que adaptar seus conteúdos para a linguagem e formatos do jornalismo on-line.

CAPÍTULO 1 – A GRANDE REPORTAGEM MULTIMÍDIA

A produção jornalística está em constante mudança, e ao fazer parte das mídias digitais, os veículos acompanharam as modificações especialmente para a internet, trazendo uma forma mais dinâmica, o diferenciando do jornalismo tradicional vindo do formato impresso. Com essa adaptação a multimídia conectou as inúmeras mídias em uma mesma narrativa jornalística, compondo o formato chamado grande reportagem multimídia, uma proposta que veículos de comunicação resolveram apostar.

Também conhecida como *longform*, essa narrativa é usada para definir conteúdos longos e mais aprofundados sobre alguma temática, mas com o diferencial de interligar o uso de recursos audiovisuais, em uma só reportagem. Segundo Canavilhas (2006, p. 70), “não basta juntar à notícia um conjunto de novos elementos multimídia, pois esse ato pode apenas criar redundância e até mesmo ruído”. É necessária uma combinação coerente ao usar essas ferramentas multimidiáticas que compõem o ambiente digital.

Esse tipo de conteúdo geralmente faz parte da categoria “reportagens especiais” dos portais de comunicação, como por exemplo: Tudo Sobre¹, da *Folha de São Paulo*, que tem acesso limitado, sendo necessário a assinatura do portal; *Brio Stories*², que tem foco no jornalismo de fôlego, assim como UOL TAB, Metrôpoles, Agência Pública, Projeto #Colabora, entre outros veículos.

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

A reportagem multimídia faz uso desses diferentes elementos com o objetivo de tornar a matéria mais completa e atraente no ambiente digital. Dessa forma, se contrapôs aos limites que eram exigidos aos profissionais do jornalismo analógico, trazendo conteúdo linguístico e audiovisual em um mesmo dispositivo possibilitando facilidade de acesso, aprofundamento, interação com o público e liberdade para quem produz. E ainda se adaptando às mudanças que estão sempre surgindo no webjornalismo.

¹ Notícias sobre política, economia, cultura, esporte, entretenimento e mais. Disponível em: <http://tudo-sobre.estadão.com.br>

² *Longform* com histórias reais e jornalismo de fôlego. Disponível em: <http://medium.com/brio-stories>

Os conteúdos jornalísticos digitais sofrem alterações desde meados do século XXI. Esse formato de narrativa se adaptou às mudanças e tendências do webjornalismo. Com isso, percebe-se a dinâmica usada para interagir com as exigências do público, fazendo a junção de qualidades como a interatividade, hipertextualidade e multimídia, recursos fundamentais do jornalismo no ambiente digital.

A grande reportagem tem como principal característica a forma como é marcada a estrutura textual, mas sem perder a essência do formato tradicional e desenvolvendo outras funções como a profundidade do seu conteúdo. “Textos com essa característica propõem uma leitura mais lenta e um leitor disposto a dedicar tempo para a mesma” (LONGHI; WINQUES, 2015, p. 113). E para isso, exige uma qualidade na apuração mais detalhada sobre o tema escolhido, que geralmente é voltado ao jornalismo mais humanizado ou investigativo.

O *layout* das reportagens também influencia o gênero, pois “funciona como olhos para aqueles que não podem testemunhar certas realidades”. Medeiros (2020, p. 356). Assim, fazendo com que o leitor tenha uma proximidade com os temas abordados, de forma que consiga ter uma nova perspectiva daquilo que não fazia parte da sua realidade e valorizando o jornalismo visual.

Além desses recursos, funções como o uso de *links* internos ou externos permite dar domínio de escolha ao leitor de acordo com o interesse pessoal. De forma a torná-lo atrativo e de fácil compreensão do conteúdo. Essas ferramentas aplicadas no campo jornalístico, buscam alcançar o público por meio do cenário *online*, no qual “características como design, narrativa e navegação se destacam, conferindo qualidade crescente a tais produtos” (LONGHI, 2014, p. 900).

Logo, modificou-se o jeito como a reportagens são consumidas ao acrescentar fotografias, gráficos interativos, vídeos em 360°, *newsgame*³ e áudios. Com isso, busca atrair ainda mais o leitor com esses recursos do ambiente *online* e, ainda, segue inovando.

O uso desses recursos não é apenas para o entretenimento do público, para Lazo (2012, p. 66) a reportagem “é um gênero livre quanto às formas

³ São jogos digitais cujas narrativas são baseadas em fatos ou eventos noticiosos, geralmente produzidos por empresas de mídia ou desenvolvedores independentes.

expositivas, incita todo tipo de experimentos e técnicas narrativas”. Serve para elaboração de conteúdos mais densos e complexos, cercando todos os ângulos e com um número maior de fontes. Assim, deixando claro um dos objetivos da renovação desse gênero, que é narrar acontecimentos em profundidade, mas sem tirar o foco da notícia, apenas trazendo outras formas de passar a informação, seja por palavras, sons, fotografias, vídeos entre outros recursos.

Além dos recursos midiáticos utilizados durante a leitura da grande reportagem, outra característica do *longform* é o uso do *design* responsivo que “diz respeito aqueles sites nos quais o desenho e a informação se adaptam ao suporte que o usuário está usando” (LONGHI, 2014, p. 911).

A autora está se referindo a técnica de estruturação HTML5 (*Hypertext Mark-up Language, versão 5*)⁴ e CSS (*Cascading Style Sheets*)⁵ que foram fundamentais para que houvesse essa adaptação através da linguagem de códigos. Assim, o conteúdo da grande reportagem não é acessado apenas no desktop⁶.

A convergência tecnológica que atualmente multiplica as combinações de formatos, linguagens e estéticas, nas diversas telas, abre novos cenários e possibilidades que, por sua vez, contribuem para facilitar outros modos de interação comunicativa às suas audiências (...) [e] as audiências vão deixando de ser apenas isso e vão se tornando usuárias, produtoras e emissoras, uma vez que a interatividade que as novas telas possibilitam ultrapassa a mera interação simbólica entre elas (OROZCO GÓMEZ, 2009, p. 183-184).

Desse modo, se adapta em diferentes ecrãs⁷, independente do dispositivo digital, seja computador, celular, televisão digital ou *tablet*. Além de trazer a função de leitura pela barra *scrolling*⁸ na versão *desktop*, que é mais cheia de detalhes por conta dos gráficos do dispositivo. Mas, ainda assim, o maior acesso vem da versão móvel pela portabilidade e facilidade de acesso e de leitura nos aparelhos celulares e *tablets*.

A reportagem multimídia nada mais é que uma renovação da grande reportagem que já existe em outras mídias além do impresso como rádio, televisão, livro-reportagem entre outros. Mas, com o uso dos novos elementos

⁴Código usado para estruturar uma página web e seu conteúdo.

⁵Responsável por formar o estilo das páginas, como formatações de cores e formas.

⁶Computador.

⁷Telas dos dispositivos.

⁸Barra de rolagem do navegador.

na sua estrutura, conteúdos linguísticos extenso e aprofundado, sonoro, icônico ou estilístico (CANAVILHAS, 2007). Para isso, exige uma leitura atenta do conteúdo, sendo necessário saber lidar com os diversos caminhos que esse cenário passou a oferecer ao leitor para que a matéria seja consumida de forma completa.

O conteúdo do *longform* é estruturado em dimensões verticais ou horizontais. O que se entende por narrativa verticalizada são as leituras feitas com o uso da barra de rolagem lateral (*scrolling*) do computador, fazendo com que o leitor deslize a tela através do *scroll* para ler o conteúdo.

A narrativa vertical se mostra menos interativa com o conteúdo, dando destaque para efeitos de movimento da tela ao descer a tela com o *mouse*, conhecido como *rolagem vertical*. Já a narrativa horizontalizada, são aquelas divididas em capítulos ou seções, ou seja, uma leitura em diferentes níveis de profundidade que podem ser acessados por *links* internos na própria reportagem ou externos, que levam a continuação da reportagem. Através disso, gera maior interação durante o consumo, pois requer ações com o *mouse* para executar vídeos, *games* ou infográficos interativos. Unindo as funções HTML5 (*Hypertext Mark-up Language, versão 5*), CSS (*Cascading Style Sheets*) e *design* responsivo.

Com relação ao tamanho da reportagem, característica do material *longform*, “os blocos de texto não devem ser demasiado longos, porque o leitor não gosta de ler textos extensos num ecrã” (RICH, apud CANAVILHAS, 2014, p. 18). Mas ao inserir determinados recursos como design chamativo, hipermídia, leitura não linear e principalmente interatividade, fazem com que o usuário consiga consumir todos os elementos como fotos, vídeos, sons e infográficos de forma simples apesar da hipertextualidade que o *longform* oferece. De forma a fazer o consumo quase que completo do conteúdo. Já que “o leitor tende a fazer uma leitura na diagonal para captar apenas o mais importante da mancha textual” (NIELSEN, apud CANAVILHAS, 2014, p. 18). Assim, mantém-se a atenção do leitor na grande reportagem.

A imagem também tem importância nesse projeto, pois é o que transmite ao leitor a sensação de leveza ao consumir o *longform*. Visto que “as imagens agem diretamente sobre a percepção do cérebro, impressionando primeiro para serem depois analisadas, ao contrário do que acontece com as palavras”

(STRUNCK, 1989, p. 9). Tendo isso em vista, a escolha desde a imagem até a tipografia que vai ser usada, interfere no resultado final para que agrade o público e traga *feedbacks* positivos dos leitores.

Quadros (2004, p. 4) diz que a informação visual ajuda e organiza o conteúdo para o leitor, tornando seu consumo mais rápido e de fácil compreensão e deixando-o interessante e dinâmico. Além dos elementos já citados, o *design* e *layout* também tem importância nesse formato de reportagem longa. Pois, além de trazer uma narrativa imersiva, pode transformar a experiência de leitura ao adaptar imagens, textos e cores de acordo com a temática que está sendo abordada, pois é o primeiro contato que o leitor vai ter antes de consumir o conteúdo.

Outro ponto presente são as funções que o *longform* pode oferecer a esse tipo de matéria do webjornalismo. Como explica Salaverría, (2005, p. 32),

[...] a Web oferece uma plataforma de enorme versatilidade para a integração de formatos textuais, gráficos e audiovisuais. Não é, portanto, de estranhar que após a irrupção da internet o conceito de jornalismo multimídia tenha alcançado especial protagonismo. De fato, graças à Web multiplicaram-se as possibilidades para o crescimento da narrativa multimídia.

Houve a necessidade de se afeiçoar a linguagem própria da web, sendo obrigatório para o jornalismo investir na estética das suas reportagens, “apelo estético e compromisso informativo tencionam as escolhas possíveis, muitas vezes também subordinadas à modulação comercial da publicação” (GRUSZYNSKI, 2001, p. 8). Para que assim, se comunique com o público-alvo, principalmente pelos assuntos abordados nesse gênero de jornalismo. Pois envolvem temas pouco explorados em reportagens comuns e são conteúdos que geram grande impacto pela inovação e profundidade na apuração.

1. 1 Reportagens pioneiras

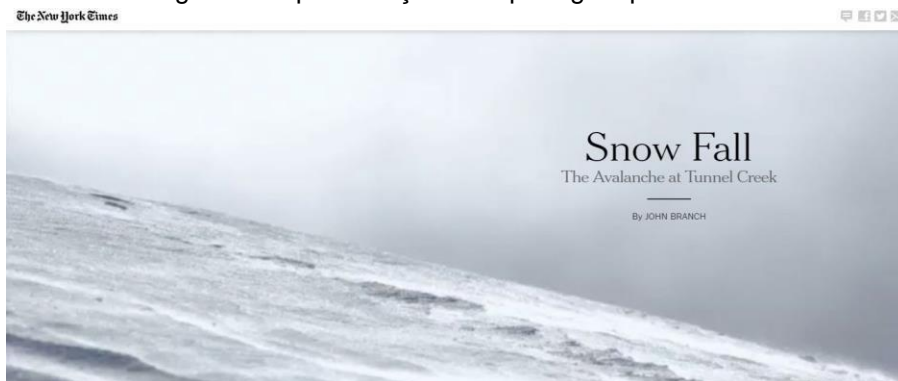
A narrativa *longform* teve como uma de suas reportagens pioneiras em formato extenso o “*Snow Fall: The Avalanche At Tunnel Creek*”⁹ publicado pelo *The New York Times*, em 2012. Ficou conhecida pelo uso de recursos multimídia com a junção de vídeos, imagens, infográficos interativos e áudios. E desde então, esse formato ganhou cada vez mais espaço no webjornalismo.

Além de apresentar profundidade no desenvolvimento dos fatos, Bastos (2010) e Mielniczuk (2004) destacam elementos como recursos de hipertextualidade, que se entende pela capacidade de fazer ligações dentro de um mesmo texto ou para *links* externos e elementos de multimedialidade, relacionando a forma como o texto é apresentado, unindo meio textual, gráficos, sons, imagens, áudios e vídeos e a interatividade que está em constante evolução dos recursos tecnológicos.

Eles se unem com o intuito de fazer com que o leitor tenha o domínio e escolha o caminho que quer percorrer, seja na leitura ou na interação. Logo, constroem a própria sequência de leitura, nesse caso não linear, através de imagens, sons, textos e vídeos. Criando novos padrões e modos narrativos para as reportagens tradicionais.

O *longform Snow Fall* (figura 1) é uma reportagem que se tornou a referência mais conhecida do formato pelo uso de seus recursos, e principalmente pelos prêmios *Peabody* e *Pulitzer*, *Snow Fall: the avalanche at tunnel creek*, produzida pelo jornalista John Branch e publicada no *The New York Times*. De forma imersiva e inovadora, o *Snow Fall* conta a história de uma avalanche que aconteceu em Washington, nos Estados Unidos.

⁹ Disponível em: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>. Acesso em: 30 ago. 2021

Figura 1 – Apresentação da reportagem pioneira *Snow Fall*

Fonte: The New York Times

A reportagem foi dividida em seis capítulos, criando assim uma navegação vertical durante a leitura do hipertexto e horizontal pela separação por capítulos. E ainda usando diversos elementos como: gráficos interativos, vídeos e fotos. Uma característica marcante da grande reportagem multimídia, é a quantidade de caracteres, a matéria possui 18 mil palavras. Entre as características mais chamativas está o efeito *parallax scrolling*, uma das estratégias que o veículo usou para dar movimento ao hipertexto. Com isso, consegue prender a atenção do leitor, de forma que a reportagem vai se construindo a partir do uso da barra de rolagem. Frederick (2013, p. 18) explica que o efeito “permite que múltiplos fundos de tela numa página se movimente simultaneamente em velocidade diferentes para criar uma percepção 3D”.

A inovação que o *Snow Fall* acabou impulsionando a produção de outras reportagens multimídia em veículos como *The Guardian*, *Folha de S. Paulo*, *Expresso*, *UOL TAB*, *Zero Hora*, entre outros. A *Folha de S. Paulo*, por exemplo, lançou com os recursos do modelo de reportagem multimídia a série Tudo Sobre¹⁰, na qual há destaques diferentes e conteúdos jornalísticos, ou seja, temas mais específicos para a prática do jornalismo na internet como cita Salaverría (2008, p. 404):

Um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que são distribuídos através de múltiplas plataformas, por meio de linguagens próprias a cada uma.

¹⁰Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tudosobre/>. Acesso em: 30 ago. 2021

O veículo tem como um de seus temas a crise hídrica que ocorreu em São Paulo, publicada em 2014, chamada “Líquido e incerto¹¹” (figura 2). A divisão do *longform* foi feita por meio de capítulos. Porém, com a desvantagem de precisar assinar o portal para ter acesso ilimitado a todos esses conteúdos do veículo.

Figura 2 – *Longform* com acesso por assinatura



Fonte: Reprodução Tudo Sobre

Outro jornal que também apostou na grande reportagem multimídia foi o *O Estado de S. Paulo*, ou *Estadão*, disponível na categoria Estadão Grandes Temas no portal do jornal. Como exemplo de *longform*, temos o exemplo da reportagem “Crack: A invasão da droga nos rincões do sossego”, de 2014¹², texto por Ricardo Brandt e fotos por Robson Fernandjes.

Logo de início, a identidade visual da reportagem destaca a palavra crack em caixa alta com um efeito de rachadura nas letras, aludindo à seriedade da problemática (figura 3). O efeito que chama a atenção durante a leitura são as imagens que aparecem ao deslizar a barra lateral (*scrolling*), e desaparecem quando são roladas ao contrário, oferecendo uma sensação de movimento e interação.

Na estrutura desse *longform* a história é fragmentada em 10 capítulos. No final da página existe a opção de prosseguir ou voltar nas páginas anteriores

¹¹Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/ambiente/2014/09/15/crise-da-agua/>. Acesso em: 30 ago. 2021

¹² Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/especiais/crack/>. Acesso em: 30 ago. 2021

através de ações com o *mouse*. Pelo tema envolver drogas e dependência, o design usa cores escuras destacando o preto e o vermelho.

Figura 3 – Proposta visual da reportagem



Fonte: Reprodução O Estado de S. Paulo

Além das reportagens feitas exclusivamente para o meio digital, os especiais produzidos para o impresso e adaptados como especiais multimídia, fizeram parte da transição para a grande reportagem multimídia. Foi o caso de “O nascimento de Joicy”, de Fabiana Moraes, reportagem no formato multimídia sobre transsexualidade produzida em 2010, ano em que o assunto ainda não figurava com frequência na imprensa. O caso repercutiu ao ser publicado no *Jornal do Commercio* e venceu o prêmio Esso de Reportagem, em 2011. Foi publicado como caderno especial no impresso, um especial multimídia em formato de site e, posteriormente, foi editada em livro.

Em “O nascimento de Joicy: transexualidade, jornalismo e os limites entre repórter e personagem” (2015), a repórter Fabiana Moraes conta a história de Joicy, de nome de batismo João, que aos 51 anos conseguiu realizar a cirurgia de readequação sexual para o gênero feminino o qual se identificava, o texto também conta bastidores da reportagem de forma sensível e transmitindo empatia diante das situações que vivenciou durante o processo de entrevista

Palácios (1999) estabelece como uma das características do jornalismo na web a memória.¹³ Um elemento prejudicado na disponibilização da reportagem citada acima. Mais de uma década depois, apesar de estar disponível *online*, o acesso é bem limitado sobre a reportagem. Em 2011, a própria repórter Fabiana Moraes em sua conta do *Twitter* disponibilizou no site Educa.edu¹⁴ o PDF do Especial de forma gratuita, pois, no site oficial do *Jornal do Comercio*, a reportagem ficou fora do ar.

Figura 4 – Reportagem multimídia sobre transsexualidade



Fonte: Reprodução Jornal do Comércio

Apesar de todos esses formatos ainda conter grande influência do formato impresso, pois as empresas de origem são dessa tradição, os jornais foram pioneiros na grande reportagem multimídia, o formato cresceu entre iniciativas exclusivamente digitais, trazendo diversificadas formas de edição multimídia.

Entre os nativos digitais, o site do *Universo Online* (Uol) também passou a investir no formato. Na estrutura da plataforma UOL TAB é possível perceber a divisão de tópicos dos inúmeros temas abordados e encabeçados pelo lema “Repórteres na rua em busca da realidade”. As cores neutras e a diagramação

¹³ Além da memória, o autor destaca ainda a multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade e personalização.

¹⁴ https://www.academia.edu/43954361/O_Nascimento_de_Joicey_Reportagem_Especial

simples facilitam o acesso às diferentes seções. A inovação na edição acontece no menu reportagens especiais. Segundo Longhi e Flores (2017, p.22):

Uma das formas mais interessantes de inovação no Jornalismo tem se verificado em novas abordagens narrativas nos conteúdos noticiosos ciberjornalísticos. Este fenômeno aparece em conteúdos expressivos como o texto longform, o uso renovador do áudio e em características imersivas tais como representações gráficas ou imagéticas em terceira dimensão e, mais recentemente, em realidade virtual (VR).

As primeiras publicações de *longforms* foram em 2014, dentre elas, destacam-se temas como: economia, saúde e tecnologia. O primeiro especial foi o *Economia Compartilhada*¹⁵, feito a partir de experiências compartilhadas na internet sobre sumo de bens e serviços. Pois, segundo Flores (2014) o TAB tem como proposta “trazer uma nova experiência em conteúdo”.

E para esse trabalho, foram definidos como objetos de análise duas reportagens com o tema LGBTQIA+ do nativo digital UOL TAB. Consistindo em conteúdos especialmente pensados para a internet, de forma que “aos poucos se desprendem de conceitos arraigados pela cultura do impresso, e vão afirmando sua própria narrativa” (LONGHI, 2009, p. 195). Priorizando os elementos multimídia (gráficos interativos, vídeos, sons, imagens e jogos) que foram usados para abordar a temática dessas reportagens especiais na plataforma “num único pacote de informação, interativo e multilinear” (LONGHI, 2010, p. 153). E por meio disso, é possível realizar muitas ações ao mesmo tempo, recebendo e enviando informações de forma rápida ao migrar o jornalismo para o ambiente digital.

¹⁵Economia compartilhada. Reportagem publicada em 13 de outubro de 2014. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/economia-compartilhada/>.

CAPÍTULO 2 – MAPA DE LEITURA DA GRANDE REPORTAGEM MULTIMÍDIA

Na transição do jornalismo ao ciberjornalismo, os repórteres tiveram que se adaptar aos novos padrões e ferramentas disponíveis no meio digital. Todas essas mudanças, segundo Priest (2011, p.225), “oferecem novas oportunidades de observação, experimentos, amostragem e avaliação da utilização que as pessoas fazem da tecnologia para se comunicar”. Assim, modificando a maneira não só de entregar os conteúdos jornalísticos, mas também o modo como são consumidas as notícias agora na web.

A grande reportagem multimídia alargou as possibilidades narrativas do jornalismo, e atualmente pode trazer conteúdo linguístico, visual e sonoro em uma só reportagem com o objetivo de ter mais facilidade, aprofundamento, interação com o usuário, liberdade para quem produz, e principalmente se adaptando as mudanças que estão surgindo no webjornalismo.

Outra definição para esse modelo de longa reportagem, segundo Fischer seria como “um nível mais aprofundado de relato, que vai além do padrão cotidiano da produção jornalística e narrativas atraentes, frequentemente com elementos multimídia, que realçam o artigo” (FISCHER, apud LONGHI, 2013, p. 112). Dessa forma, muda-se a perspectiva que o leitor tem sobre o tema da reportagem, introduzindo novas maneiras de chamar a atenção do leitor ao que está sendo publicado.

Inicialmente, quem começou a investir no projeto foram os jornais, assim fazendo a transição dos conteúdos impressos para a internet, podendo ser encontrado em grandes veículos de comunicação como: Tudo Sobre¹⁶, da Folha de São Paulo, mas só é possível consumir através de assinatura e *Brio Stories*¹⁷ que tem foco no jornalismo de fôlego e também o UOL TAB.

(...) o jornalismo *online* finalmente encontrou sua especificidade em termos de formatos expressivos. Tudo isso, fortemente baseado na tradição expressiva do audiovisual, o que pode estar representando uma expansão deste como forma de produção, gênero expressivo e, fundamentalmente, conceito (LONGHI, 2014, p. 284).

¹⁶ Notícias sobre política, economia, cultura, esporte, entretenimento e mais.

¹⁷ Longform com histórias reais e jornalismo de fôlego.

Pelo tamanho do projeto, eles se aprofundam em um assunto, e para isso, precisam ter uma equipe extensa, trazendo qualidade e outras formas de atrair o público leitor para o mesmo. Logo, necessitam de investimento para a produção.

Por muito tempo, o jornalismo se resumia a textos curtos, diagramações simples, algumas ilustrações e informações diretas, o suficiente para conseguir entregar a notícia ao público no formato impresso. Com os recursos digitais, a ampliação do relato simples, raso, para uma dimensão contextual que é alcançado quando se pratica a grande reportagem (LIMA, 2009, p. 18) ganha novos modos de apresentação e de interação com textos e imagens em movimento.

Junior destaca (apud PEREIRA, 2003, p. 12) que a história do jornalismo on-line pode ser dividida em três estágios: transpositivo, referindo-se ao momento de transposição do conteúdo dos jornais impressos para o digital; perceptivo, quando começou a criar conteúdos exclusivos para web e hipermediático, característica voltada para o uso de recursos digitais nas grandes reportagens.

A digitalização da informação faz desaparecer o meio físico, instaurando uma nova forma de fazer jornalismo, a qual pressupõe atualização instantânea dos bits na forma de textos, gráficos, imagens, animações, áudio, vídeo – os recursos da multimídia. Com a digitalização, o jornalismo se renova dando sequência ao movimento de evolução dos meios de comunicação, movimento esse diretamente associado ao desenvolvimento e à dinâmica das cidades (BARBOSA, 2002, p. 11).

Com essa mudança para o webjornalismo, as grandes reportagens foram cada vez mais exploradas com textos mais detalhados, leitura multilinear, com o uso de hipertexto, que segundo Canavilhas (2014, p.4) é um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), sendo assim, a leitura pode ter vários caminhos e divisões por sessões ou capítulos durante a reportagem. Sendo diferente na forma de consumir pela diversidade de recursos multimídia como imagens em movimento, que antes o leitor folheava e agora tem ações de clicar ou rolar a página.

Os novos modelos de reportagens possibilitam relatar fatos com recursos mais abrangentes, tratar de temas provocativos e inéditos com liberdade de espaço, como é o caso das reportagens da plataforma *UOL TAB*. Com isso, os recursos visuais tornaram-se cada vez mais importantes para compor as reportagens.

A hipertextualidade, é uma das ferramentas mais exploradas na grande reportagem pois, configura-se como um novo modo de leitura, que facilita a interação do leitor de forma mais dinâmica e também de organização da escrita no campo jornalístico, estratégia que permite a integração de hipertexto ou links, que ficam dentro do texto e direcionam o leitor para outras camadas informativas, ou narrativa multilinear, podendo ser a continuação do conteúdo ou informações externas dentro da própria reportagem, criando assim, uma leitura não-linear.

Links ou hiperligações são usados em textos para ligar, mediante um click, a outro documento ou parte de documento que inclui parcelas de texto relacionadas. Os links estão normalmente em cor diferente da do texto e sublinhados. Também são usados para mudar de uma página do site para outra diferente, ou passar de uma parte da mesma página para outra (BARBOSA, 2001, p. 3).

Desse modo, entra a interatividade, que traz ainda mais visibilidade ao conteúdo, e experiências diferentes para cada leitor, já que o ambiente digital permite o uso de inúmeros recursos para estimular a procura pelos seus conteúdos.

A multimídia também foi algo que marcou a internet, pois, segundo Burke e Rowsell (2009, p. 107) é através dela que são criados modos de comunicação, e conseqüentemente, criam um efeito diferente em cada canal de comunicação pelas características que utilizam a palavra escrita, imagens, sons e vídeos simultâneos. Para Santaella (2005), a união desses diferentes elementos são para promover sentidos, agora no ambiente 3D, assim promovendo a imersão para o usuário que passa a consumir a reportagem em diferentes dispositivos.

2.1 Para ler o longform

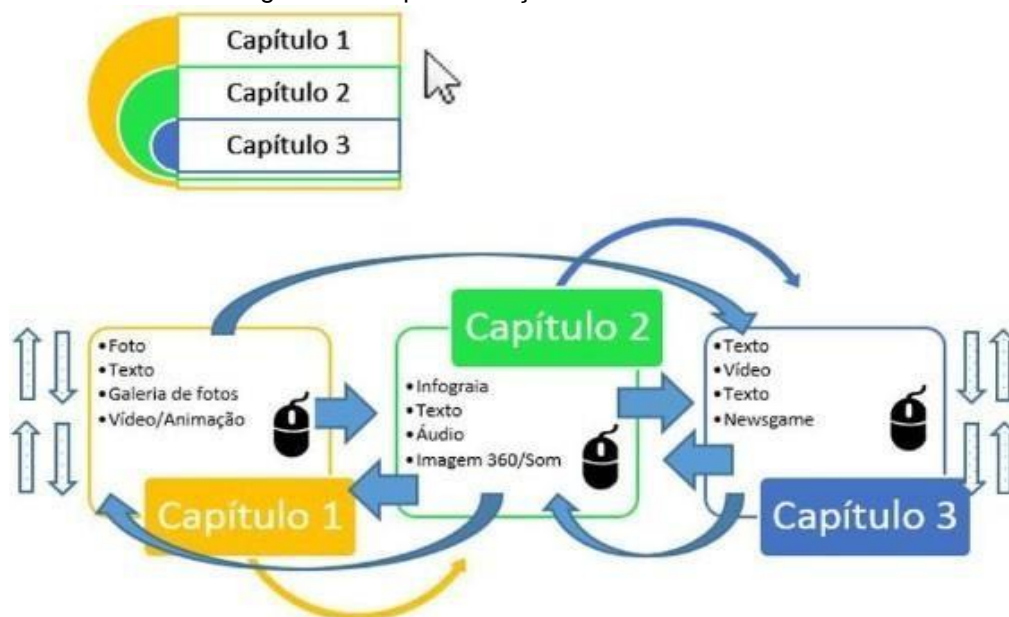
Como já foi citado, uma das características do longform são os inúmeros caminhos que o leitor pode seguir, na qual ele escolhe o modo como quer explorar o conteúdo, seja apenas pelo hipertexto ou nos recursos interativos que as plataformas digitais disponibilizam ao usuário.

Para que a grande reportagem seja bem aproveitada, o leitor deve se familiarizar com esse novo caminho de leitura horizontal e multilinear, recurso esse, que está presente na maioria dos longforms, pois dá uma sensação para

quem está lendo, de que o texto não é tão longo, pelas divisões em capítulos ou seções, e assim, pode incluir material audiovisual na reportagem.

A divisão de blocos de informações que ocorre através de menus com capítulos e seções (figura 5), fazem com que o leitor possa não apenas escolher por qual parte começar, mas também se surpreender com os recursos ao longo da leitura.

Figura 5 – Esquematização da leitura horizontal



Fonte: Kérley Winques (2015)

Nesse percurso, o hipertexto pode vir completo em um capítulo, e logo após passa o próximo através de ações com o *mouse*, ou pode conter uma imagem com ou sem interação no meio do texto, mas sem que tire o sentido do que a matéria quer transmitir ao público.

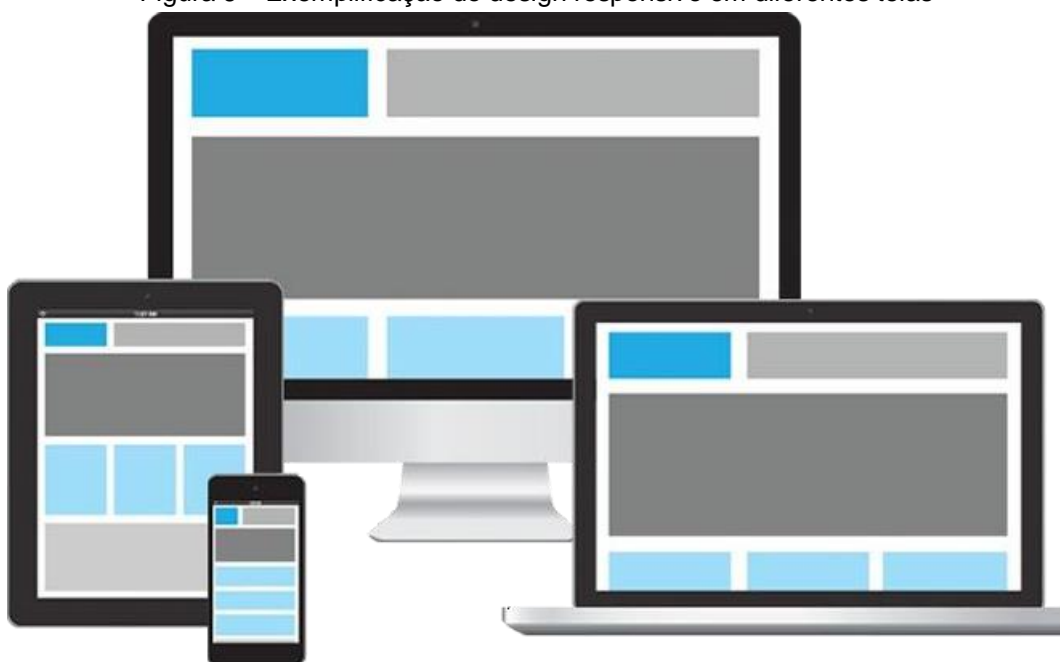
Esses componentes visuais servem para quebrar os padrões de leitura, principalmente funções como o hiperlink, segundo Salaverria (2005) é um elemento importante da transição redação para a internet. Com esses links é possível conectar e organizar os conteúdos multimídia, o tornando um só conteúdo. Ou ainda, redirecionando o leitor para links externos de matérias semelhantes ou conteúdos complementares. Sua intenção é a de induzir uma leitura concentrada, sem desviar a atenção do leitor, mesmo que com elementos visuais.

Pode vir na forma de links externos que levam o leitor para outras páginas que abordam o mesmo assunto ou diferentes, e também podendo ser

relacionados a publicidades da plataforma. E links internos que apenas continuam os capítulos da própria reportagem.

O design responsivo, exemplificado na (figura 6), também complementa essa experiência, de forma que, o leitor não precisa se limitar a um único aparelho com conexão com a internet, explica (ZEMEL, 2012) que esse efeito tem como objetivo adaptar as informações a qualquer dispositivo como: computador, tv digital, tablet, celular entre outros.

Figura 6 – Exemplificação do design responsivo em diferentes telas



Fonte: Google Imagens

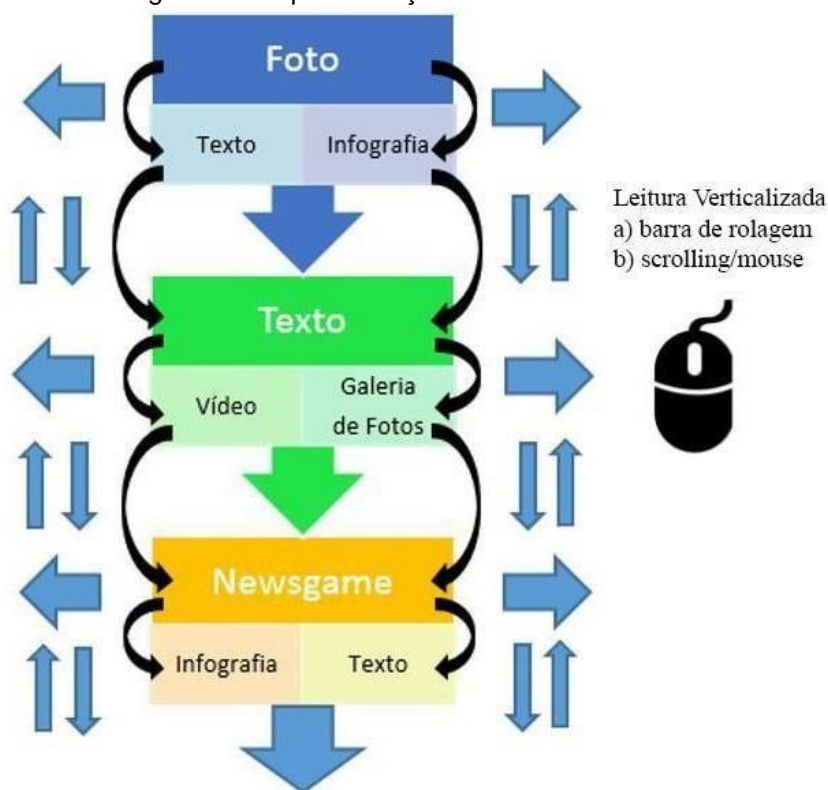
Além do tema, a edição visual conta bastante para gerar um engajamento na reportagem. “O layout de uma publicação é conformado visando à comunicação, materializando, assim, um conteúdo editorial” (GRUSZYNSKI; CALZA, 2013, p. 218). Uma característica dessas reportagens, conforme Medeiros (2020), é apresentar um jornalismo visual único para cada pauta, explorando aspectos narrativos do design e das imagens.

Por meio desse investimento no material visual, faz com que o jornalismo seja mais atual. Mesmo que ainda busquem manter o impresso, ainda investem no ambiente digital, aderiram as mudanças das mídias. Assim, o jornalismo acaba vem sendo cada vez mais visual e sempre em busca de recursos que traga credibilidade e competência ao veículo.

Através desse recurso, o usuário tem uma experiência diferente de leitura e navegação do conteúdo jornalístico dependendo do dispositivo. De forma que, ao consumir pelo desktop, o leitor pode ter ações com o mouse e efeitos de movimentação de tela que podem não estar no dispositivo móvel, dependendo da adaptabilidade da plataforma aos demais aparelhos eletrônicos. Assim, a grande parte dos layouts são mais voltados para o simples, sem muitas cores chamativas, levando em consideração também a temática, para que não atrapalhe a leitura, ou que cause algum desconforto durante o consumo do material.

Outro caminho possível que o editor pode optar, é a leitura verticalizada (figura 7), ou seja, fazendo uso apenas da rolagem da tela para consumir a reportagem. Dessa forma, a plataforma oferece outros efeitos de interação e multimídia, um deles, o *parallax scrolling*, função que o *The New York Times* popularizou com o *Snow Fall*.

Figura 7 – Esquemática da leitura verticalizada



Fonte: Kérley Winques (2015)

Portanto, para que esse processo seja distribuído, é preciso um planejamento antes, referente aos temas e o tempo de apuração. Por ser uma produção que pode levar meses, é necessária uma equipe de produção extensa,

tanto para a parte inicial, desenvolvendo pauta, como toda a parte gráfica de como será feita a distribuição no projeto no formato grande reportagem multimídia, criando assim, estratégias que façam sentido quando juntar todo o material de textos e recursos audiovisuais. Dependendo da temática e da plataforma em questão, existem estilos de design, elementos visuais para torná-los criativos e adaptados a outros dispositivos digitais, recursos escolhidos para que haja o aproveitamento por completo da reportagem pelo leitor.

Aderindo ao design responsivo, o formato que vem se consolidando é a leitura vertical ou linear, pois o consumo de grandes reportagens é maior pelo dispositivo móvel. Apesar de ainda ter a opção de um menu para interação, e galerias horizontais, o que prevalece é a navegação vertical. Assim, sendo necessário essa compatibilidade com diferentes telas e aparelhos eletrônicos além do desktop.

CAPÍTULO 3 – PERCURSOS DA LEITURA VISUAL MULTIMÍDIA

Na busca de compreender os conceitos trabalhados na pesquisa bibliográfica, foi realizada uma pesquisa exploratória com o intuito de primeiramente entender o objeto do estudo e escolher as reportagens a serem analisadas. Segundo Lago e Benetti (2007, p.102), usando a técnica de caráter exploratório na pesquisa:

No contexto de um conjunto de reflexões sobre metodologia advertir para o fato de que, antes de adotarmos ou elaborarmos um construto de métodos e técnicas, é imprescindível a exploração das complexidades dos conceitos a serem trabalhados e até mesmo, quem sabe, a realização de tentativas de negá-lo.

Durante a pesquisa exploratória, notou-se um aumento das temáticas de gênero em espaços independentes e tradicionais e, principalmente, no webjornalismo. O tema identidade de gênero, passou a ser mais explorado nos anos de 2019 a 2021 a partir de projetos cinematográficos com produções de séries e filmes que envolvem personagens LGBTQIA+. E também ganhou força para a comunidade quando artistas se assumiram publicamente, quebrando tabus, e assim, gerando interesse sobre temas que não costumava ter espaço nas mídias.

A escolha da plataforma UOL TAB, se deu principalmente pelo espaço dado a esta o tema identidade de gênero, era noticiado em mídias televisivas com destaque em crimes de ódio contra a comunidade. Após perceber essa falta de informação, o objeto de estudo optou pela temática que não traz apenas a representatividade para a causa LGBTQIA+, mas também uma possibilidade de transformação da abrangência da cobertura, juntamente com as mudanças que sofreram o webjornalismo, através de uso de novas tecnologias, e recursos que continuam se adaptando a partir de novos formatos digitais. Além disso, a edição da plataforma UOL TAB nas reportagens especiais consegue trazer uma liberdade narrativa maior para as temáticas abordadas sem prejudicar a seriedade e qualidade do conteúdo.

Para a observação sistemática do objeto foi utilizada a pesquisa qualitativa com o método da análise de conteúdo com o objetivo de compreender como os recursos hipermidiáticos são utilizados nas reportagens. Criado em 1960 pelo filósofo e sociólogo Ted Nelson, se trata da junção dos meios de comunicação com os aparelhos eletrônicos, elementos esses que permite o usuário ter uma leitura contínua e ao mesmo tempo não linear.

De acordo com os conceitos de Herscovitz, “revela-se como um método de grande utilidade na pesquisa jornalística e serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos” (HERSCOVITZ, 2007, p. 123). Com o seguinte método, é possível analisar a estratégia como são empregados os hipertextos juntamente com a hipermídia.

Bardin (2011, p.15) aborda a análise do conteúdo como “um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplica a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”. Assim, complementando o estudo exploratório que se familiariza com a plataforma que está sendo analisada, de forma a compreender as características que envolvem esse tipo de narrativa hipermidiática presentes no longform.

Ainda na análise do conteúdo, Herscovitz (2007) diz que esse método implica em recolher e analisar desde textos, sons, símbolos, imagens, na forma digital ou não. Dessa forma, é possível entender o uso dos recursos multimídia empregados na nas reportagens quando desvia da narrativa textual e oferece imagens e vídeos dos personagens e áudios. Devido a complexidade narrativa do *longform*, foram escolhidas duas reportagens para uma análise de conteúdo analítico-descritiva baseada em categorias.

Segundo Oliveira (2001), o pesquisador pode observar as diversas formas de linguagem e seu contexto, combinada à análise de conteúdo, que busca analisar diferentes fontes do mesmo, seja na forma verbal ou não-verbal.

É uma técnica para ler e interpretar o conteúdo de toda uma classe de docentes, que analisados adequadamente abrem as portas do conhecimento de aspecto e fenômeno de vida social (ALABULNAGA; ISPIZUA, 1989, apud MARCOS, 1999, 9-10)

A análise de conteúdo aqui visa discorrer sobre aspectos referentes aos elementos audiovisuais e qualidades das mídias digitais que as tornam uma

grande reportagem multimídia. Conseqüentemente, leva-se em consideração as características gráficas, lúdicas, didáticas, interativas e informativas escolhidas para simplificar as mensagens e gerar identificação e interesse dos leitores. Assim, o método contribui não apenas para descrever, mas também para compreender as decisões editoriais e suas funções para a reportagem. Portanto, será observada como foram construídas as narrativas hipermidiáticas, baseando-se em parâmetros do jornalismo digital.

No quadro a seguir, destacam-se os elementos definidos como variáveis para a análise qualitativa das reportagens. Esta matriz avaliativa foi definida a partir da pesquisa bibliográfica e adaptada do método de Medeiros (2020) para a análise visual de grandes reportagens multimídia. A autora desenvolveu o método a partir da proposta de avaliação de recursos digitais de Codina (2004) que apresenta uma série de parâmetros para observar mídias digitais em diferentes níveis nas quais são definidos indicadores para avaliar as variáveis desejadas pelo pesquisador. O método de Medeiros (2020) consiste em uma matriz avaliativa para organizar a análise visual de reportagens aprofundadas sendo ajustável a formatos impressos e digitais. O método é dividido em parâmetros e indicadores, narrativas visuais, edição visual, design e visibilidade.

Tabela 1 – Matriz avaliativa do jornalismo visual

Parâmetros	Narrativa visual	Edição visual	Design	Visibilidade
Indicadores	Foco Ação Personagem Espaço Tempo	Forma Multimedialidade Interatividade Autoria	Sintaxe visual Leiaute Legibilidade Acessibilidade Adaptação Criatividade	Distribuição Memória

Fonte: Medeiros (2020)

A partir do estudo dessas categorias foram definidas as variáveis adequadas aos objetivos desta pesquisa. A tabela foi simplificada com a intenção de avaliar o uso dos recursos multimídia focando em parâmetros do jornalismo digital apontados na pesquisa bibliográfica. Foram definidos dois parâmetros (edição visual e design) e cinco indicadores para a análise qualitativa das reportagens:

- Recursos Multimídia (Edição visual – multimedialidade)
- Padrões de leitura (Edição visual – Forma)
- Interatividade (Edição visual – Interatividade)
- Adaptabilidade (Design – Adaptação)
- Hipertextualidade (Design – Acessibilidade)

Medeiros (2020) segue a recomendação de Codina (2004) quanto à organização sistemática de como avaliar parâmetros e indicadores. Para isso, são elaborados conjuntos de definições, perguntas, exemplos e observações de como proceder na análise. A adaptação e construção do quadro busca atender especificamente ao problema desta pesquisa que é reconhecer como se estabelece a edição multimídia em reportagens especiais do webjornalismo. Nesse sentido, foi necessário adequar as nomenclaturas, conforme os tópicos apresentados acima, para atender ao referencial do trabalho focado nas reportagens nativas da web. Na Tabela 1, o modelo adaptado para este trabalho apresenta definições das variáveis, questionamentos e procedimentos que devem ser realizados pelo pesquisador para a análise quantitativa e qualitativa da edição multimídia.

Tabela 2 – Quadro para análise qualitativa das reportagens multimídia

	Definição	Perguntas	Procedimentos e explicações	Exemplos
Recursos multimídia	Uso dos recursos multimídia na narrativa.	Quais os elementos audiovisuais visuais foram usados? Como esses recursos compõem a narrativa?	Listar os recursos, descrever e observar seu posicionamento, interações e hierarquia na narrativa. Apresentar exemplos.	Gráficos interativos, Infográficos, imagens, áudios, animações e vídeos
Padrões de leitura	Hierarquia visual da reportagem para favorecer a leitura da reportagem.	Qual o formato e sentido de leitura da reportagem?	Perceber qual caminho de leitura a plataforma usou baseado nos conceitos da revisão de literatura. Observar e anotar como se dá a fragmentação de conteúdos.	Leitura vertical e horizontal.

Adaptabilidade	Adaptação dos conteúdos para o leitor à diferentes plataformas.	A reportagem se adapta a diferentes telas?	Avaliar se a navegação se adaptou em diferentes dispositivos proporcionando o design responsivo. Ler as reportagens em mais de um suporte e anotar a experiência.	Disponibilidade na versão <i>desktop</i> , <i>tablets</i> e <i>mobile</i> .
Hipertextualidade	Conjunto de links acessíveis na reportagem oferecendo liberdade ao leitor quanto aos caminhos de navegação.	Como se apresentam os links para conteúdos além do texto principal da reportagem?	Contar e descrever como se apresentam os links. Relatar e se existem dificuldades de leitura nos caminhos disponibilizados ao leitor.	Links ao longo do texto que levam a blocos de textos, palavras, imagens ou sons. Menus acessíveis ao leitor.
Interatividade	Uso de elementos interativos na narrativa.	A edição previu algum tipo de interação no projeto a partir dos recursos gráficos?	O pesquisador explorar a reportagem, fazendo a leitura e interagindo com os elementos visuais disponíveis, observando e descrevendo a experiência.	<i>Newsgame</i> , <i>quiz</i> , comentários gráficos ou visualizações interativas.

Fonte: adaptado de Medeiros (2020)¹⁸

3.1 Estrutura do UOL TAB

O objeto desta pesquisa, o UOL TAB, oferece a possibilidade de uma navegação horizontal no *desktop*, o site separa no menu as categorias: Especiais, Perfis, Nas Ruas, Tendência, Colunistas, Últimas, Assista e Newsletter. Assim, de forma dinâmica, o usuário pode optar por escolher qual caminho seguir, como nas reportagens *longform*, na barra Especiais. Ou, se o usuário preferir, pode continuar na navegação vertical pela barra de rolagem. Desse modo, o leitor tem acesso à novas categorias como: Diversidade, CAOScast, Blogs e Colunas, Tá Explicado, Vídeos e Sociedade. Além das publicidades que também fazem parte do site (figura 8).

¹⁸Tese: Jornalismo visual nas narrativas da grande reportagem brasileira Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/37638?mode=full> Acesso em 21/01/2022.

Figura 8 – Captura de tela da página inicial do UOL TAB



DEVOÇÃO À FOLIA

Em comunidade de Botafogo, grupo refaz jornada dos Reis Magos há 70 anos



Sociedade

Na mira de Bolsonaro, técnicos da Anvisa relatam 'sensação de insegurança'



Mato Grosso do Sul

Em MS, 'brasiguaios' dominam o maior assentamento de sem-terra do país



Comportamento



Nas Ruas

Crianças no Rio: 'Minha dinda

Fonte: Reprodução UOL TAB

Por ser o pioneiro na produção de conteúdos noticiosos na internet brasileira, e a maior empresa de conteúdo *online*, serviços digitais e tecnologia desde 1996, o UOL evoluiu e expandiu as áreas de atuação, se adaptando aos recursos que a tecnologia nos proporciona e, principalmente, e tem apresentado evoluções gráficas para a web brasileira, sem perder a essência da plataforma. Atualmente, traz temáticas como saúde e bem-estar, games, esportes, entre

outros temas com reportagens especiais. O UOL TAB é um dos conteúdos do vasto universo do portal, que além de manter uma redação que produz jornalismo, opera associado a vários outros meios de comunicação que aproveitam a visibilidade para serem direcionados a outros portais, jornais, blogs, entre outros.

Na própria plataforma, ao contar sua história através de uma linha do tempo, desde o começo, usam formato interativo, com fotos, vídeos, e trajetória das logomarcas do veículo. Na página estão todos os anos ao lado direito da tela, desde o início do site até 2019, com todas as conquistas e evoluções que o portal obteve (figura 9).

Deste modo, o leitor tem a possibilidade de escolher a data específica (leitura horizontal) com ações no mouse, ou apenas usar o *scroll* (leitura vertical) do navegador, para percorrer a história em ordem cronológica com ações apenas ao dar *play* nos vídeos.

Figura 9 – Captura de tela da plataforma UOL



Fonte: UOL

Segundo o UOL¹⁹, e os dados da linha do tempo, 9 em cada 10 brasileiros acessam o *website* todos os meses, mas não conta somente com a versão *web*, além do acesso pelo *desktop*, também estão disponíveis no formato de aplicativo

¹⁹ Disponível em: <https://sobreuol.noticias.uol.com.br/historia/>. Acesso em 21/01/2022.

que podem ser instalados em dispositivos móveis como celulares ou *tablets*, já atingindo 2,5 milhões de *downloads*, como mostra o próprio site.

3.2 Inovação na plataforma

O UOL lançou no ano de 2014 a extensão TAB como um novo projeto editorial. Dessa vez, voltado para a interação com o consumidor com conteúdo mais provocativo do que o material tradicional do portal, voltado ao *hard news*, as edições semanais traziam reportagens especiais com recursos multimídia distribuído e design arrojado.

Segundo um vídeo disponível do próprio portal UOL²⁰, 96% dos leitores consideram os temas abordados bons ou ótimos, 90% dos leitores consideram o *design* bom ou ótimo. Esse novo formato foi uma proposta do UOL para inovar a qualidade dos seus conteúdos para o consumo do público. Logo, o uso da criatividade, interações e temas interessantes fez com que crescesse esse mercado no ambiente digital. Por esse conteúdo e inovações estarem em constante mudança, a plataforma se adapta ao recursos disponíveis. Assim como popularizou o *SnowFall* no *The New York Times* com o uso dos elementos multimídia.

Em entrevista à pesquisadora Marina Gama (2020)²¹, a editora do portal, Olívia Fraga²² comenta sobre a equipe e periodicidade das publicações:

Quando o TAB foi criado, ele era uma editoria de especiais, ele só saía dia de segunda-feira. Tinha uma equipe própria, eles tinham uma equipe de vídeo, equipe de interface, não tinha nada parecido no UOL. Isso foi meio que se desmontando ao longo dos anos. Em 2018 o TAB passa por uma reformulação, estava sendo estudada a chance de publicar todos os dias, não ser só uma editoria de especiais, mas uma editoria de comportamento e cultura digital. Isso foi acontecendo aos pouquinhos. Em maio de 2019 já tinha um pouco disso, mas não estava totalmente estabelecido. Em agosto já estava estabelecido. Então a gente publicava todo dia, duas, três matérias por dia, e mantivemos os especiais de segunda (FRAGA, 2020, informação verbal).

Pela grande demanda que esse projeto trouxe, foi necessária uma equipe com mais profissionais, dependendo do tamanho e duração da apuração, e que tivessem habilidades e experiências no webjornalismo, para conseguir manter a

²⁰ <https://sobreuol.noticias.uol.com.br/historia/>

²¹ Informação verbal, entrevista concedida a Marina Gama, em 04/12/2020, via Google Meet

criação da extensão de reportagens especiais TAB. O site do UOL TAB informa na categoria Colunistas, oito profissionais principais. Sendo possível selecionar um dos profissionais e ver matérias individuais assinadas pelo repórter que o leitor escolher.

Com isso, o projeto TAB passou a ser publicado todas as segundas-feiras, e conta com um patrocinador por edição, segundo o portal, na categoria História²³. Mas, com a diferença do público ter acesso gratuito ao conteúdo, o que não ocorre em algumas plataformas, como é o caso da *Folha de S. Paulo*, que tem a categoria *longform* limitada, só exibindo o conteúdo completo com a assinatura do consumidor.

Por se tratar de inovação e maior qualidade nos conteúdos, o portal UOL garantiu algumas premiações como o 8º lugar no *ranking* das Empresas Mais Inovadoras da América Latina, na revista *Fast Company* em 2019, Prêmio Caboré na categoria Produtor de Conteúdo em 2018, 18º edição das Empresas Mais Admiradas no Brasil em 2015 na categoria Provedores de Internet na Carta Capital entre outras premiações. Também destaca um vídeo na categoria História na própria plataforma, com o “Top 5” de grandes reportagens, como uma retrospectiva de matérias especiais já publicadas no UOL TAB são elas: 1) Humilhação na internet²⁴; 2) Poliamor²⁵; 3) Mentira²⁶; 4) Subterrâneos de SP²⁷ e 5) Crise Hídrica²⁸. Os longforms abordam temas mais provocativos, como é o conceito que a plataforma busca seguir. Sendo a edição 9, Poliamor, uma das que já tratava do tema LGBTQIA+.

Além das premiações, o UOL TAB não está presente apenas no formato de reportagens longas, há conteúdos de todos os tipos. Além do portal UOL, outra plataforma na qual faz parte é o YouTube, também chamado de TAB (figura 10 e 11). O seu canal está ao ar desde 6 de junho de 2016 e oferece conteúdos de grande impacto, assim como nas suas reportagens especiais, os temas envolvem saúde, economia, política, entre outros. Também tem disponível um *podcast*: *Fora da Curva*, tratando de temáticas semelhantes, com jornalismo de

²³ <https://sobreuol.noticias.uol.com.br/historia/>

²⁴ <https://tab.uol.com.br/humilhar-internet/>

²⁵ <https://tab.uol.com.br/poliamor/>

²⁶ <https://tab.uol.com.br/mentira/>

²⁷ <https://tab.uol.com.br/subterraneos/>

²⁸ <https://tab.uol.com.br/agua/>

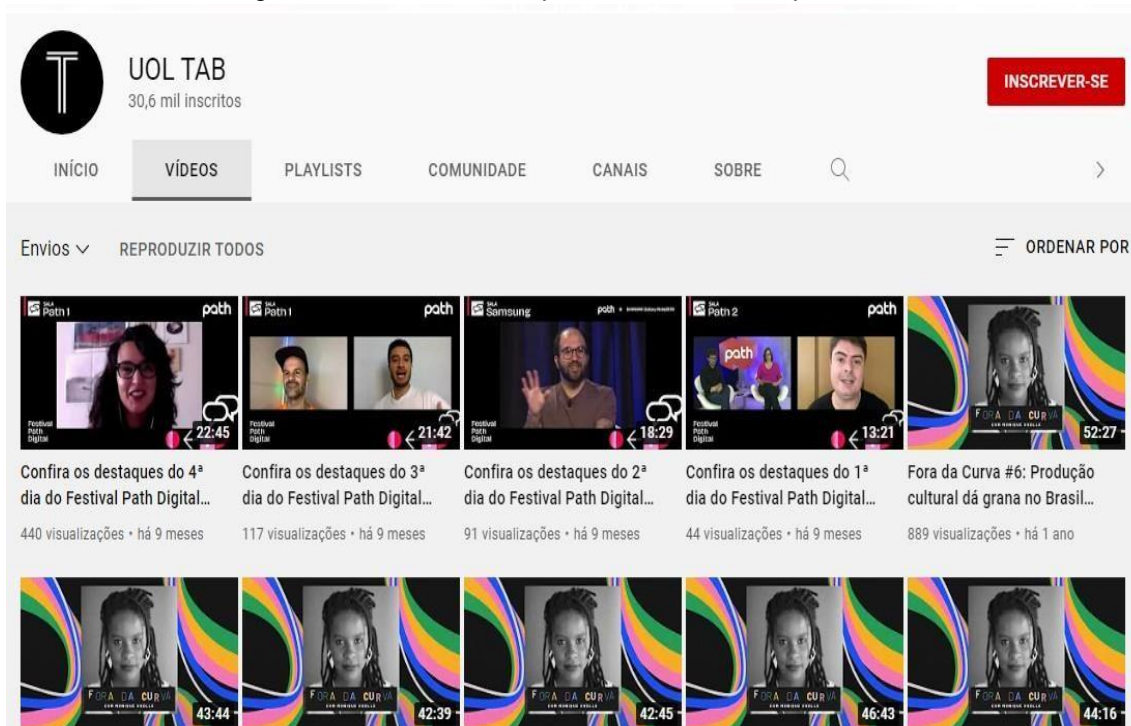
fôlego e de grande impacto, mas dessa vez com alguns convidados nesse projeto ao vivo. Atualmente, o canal do Youtube apresenta 34,4 mil inscritos em 19 de janeiro de 2022.

Figura 10 – Canal UOL TAB na plataforma YouTube



Fonte: YouTube

Figura 11 – Conteúdos disponíveis no canal do portal UOL



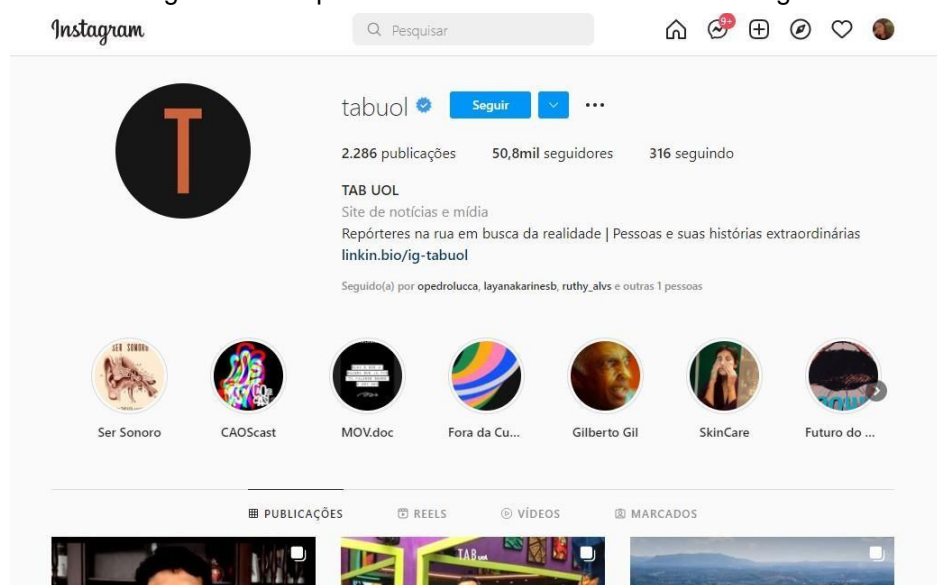
Fonte: YouTube

Outra plataforma em que o TAB está presente é o Instagram (@tabuol), acessada na categoria Site de Notícias e Mídia. A página está no ar desde novembro de 2016, e atualmente, 2022 conta com 50,8 mil seguidores, 2.286

posts e 48 destaques com categorias que podem ser encontradas no próprio site como: CAOScast, Fora da Curva, TABindica, Memes, #OrgulhoLGBT, Colunistas, entre outros (figura 12). A atualização do conteúdo dos destaques não está sendo feita, apenas postagens no *feed* de notícias de matérias publicadas no site.

Além disso, os seguidores têm acesso ao site com as reportagens completas através do link disponibilizado na descrição da página pela própria plataforma, gerando mais acessos e conhecimento dos veículos em outras redes sociais.

Figura 12 – Captura de tela da extensão TAB no Instagram



Fonte: Instagram

O UOL TAB trabalha temas inovadores e de grande impacto. Os objetos aqui analisados destacam o tema gênero. Logo, com a escolha desses temas, o portal dá visibilidade à luta do público LGBTQIA+²⁹.

Por meio da pesquisa exploratória, nota-se que esse conteúdo está mais presente nas mídias digitais do que na televisiva, a menos que envolva algum tipo de discriminação ou crimes de ódio. E com isso, a plataforma entrega pautas que dão voz a comunidade. A seguir, a análise de duas reportagens que trataram o tema em anos diferentes.

²⁹ L: Lésbica, G: Gay, B: Bissexual (ou Bi), T: Transgênero, Q: Queer, I: Intersexual, A: Assexual, +: Para incluir outras identidades de gênero ou orientação sexual.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DAS REPORTAGENS

A análise de duas reportagens produzidas pelo Uol TAB a partir da matriz avaliativa descrita no capítulo anterior é aqui apresentada. São abordadas as categorias: recursos multimídia, padrões de leitura, hipertextualidade, interatividade e adaptabilidade.

4.1 Identificação da reportagem 1

Reportagem 1	Dados gerais
Tema	Identidade de gêneros
Título	Trans - Transcender, Transgredir, Transformar, Transvestir, Transexual, Transgênero.
Data	2015
Veículo	UOL TAB
Link	https://tab.uol.com.br/trans/
Gênero	Grande reportagem multimídia
Formato	Multimídia (web e mobile)
Expediente	Design/UX: Mariana Romani, Denise Saito, Hugo Luigi, Rné Cardillo; Fotografia: Lucas Pontes, Reinaldo Canato e Ricardo Matsukawa; Fonte Infográficos: Alexandre Saadeh. Direção: Rodrigo Flores; Edição: Daniel Tozzi; Reportagem: Juliana Carpaneze, Lilian Ferreira, Marina, Tramontina, Pedro Terron; Desenvolvimento: Fernando Barbosa, Renato Lombardero; Vídeo: Bruno Pedersoli, Ugo Soares; Colaboração: Elav
Editoria	Especial
Periodicidade	Semanal (segunda-feira)
Número de caracteres	Aproximadamente 14.916 (com espaços)
Descrição do conteúdo	Reportagem sobre identidade de gênero com foco em pessoas transgênero. O texto apresenta dois entrevistados: Letícia e Alexandre e contam como foi o processo de descoberta e aceitação, preconceito no mercado de trabalho, família e infância. A narrativa é dividida em textos, vídeos, áudios e interação.

4.1.1 Recursos multimídia

A grande reportagem foi dividida em etapas e diferentes recursos, ao todo quatro: hipertextualidade, na reportagem em si, que tem como função facilitar a navegação na rede, deixando mais dinâmico e com melhor desempenho para o leitor consumir o conteúdo; multimídia, nas fotos dos personagens e

entrevistas em vídeo, referindo-se a narrativa que usa formatos de mídia além do texto, imagens em movimento, sons, infográficos vídeos entre outros e interatividade, nos jogos que ensinam de forma simples as nomenclaturas de cada gênero e por meio do *scroll*, interage com o leitor, e assim deixa a leitura mais fluida. Ao entrar na plataforma o leitor encontra uma transição de fotos dos personagens entrevistados em tela cheia.

Mas o ponto principal e que chama a atenção, é o uso de um jogo de palavras específicas que se referem à mudança ou transição usando o prefixo – trans, o tema geral da reportagem. E, são elas: transcender, transgredir, transformar, transvestir, transexual e transgênero (figura 13).

Figura 13 – Apresentação do longform



Fonte: UOL TAB

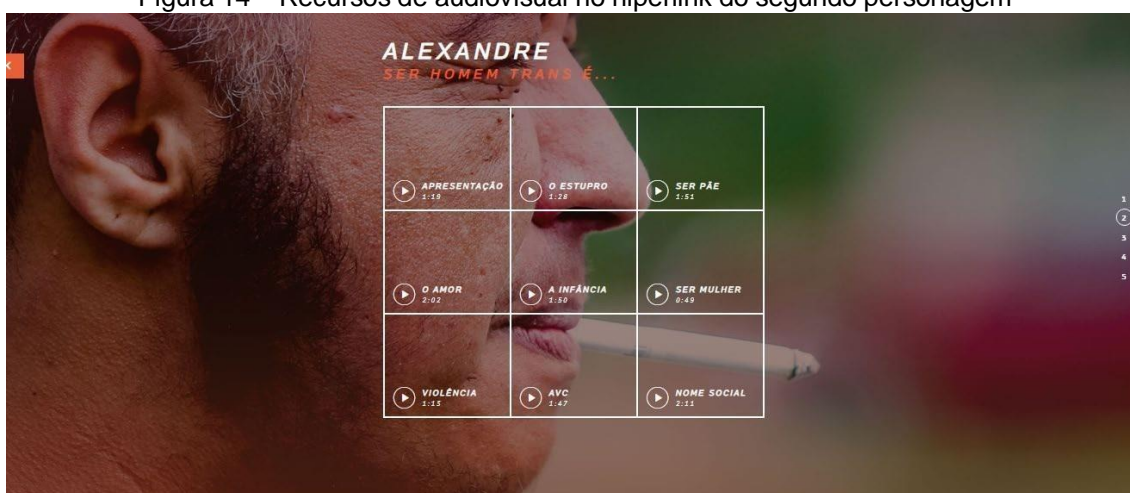
Essa escolha de abertura remete ao sentido da transição de gênero, pois as seis palavras servem para expressar mudanças. Desse modo, explica não somente do que se trata o tema central, mas também cria uma alternativa informativa visual criativa para esse novo formato da web, juntamente com a troca de imagens dos personagens entrevistados na reportagem especial, Letícia e Alexandre.

Assim, despertando curiosidade no leitor sobre o assunto pouco comentado, procurando incentivar a continuidade no consumo da reportagem, deixando claro que se trata de uma mudança ou troca apenas pelos recursos visuais, sem que o usuário precise ler o *lead* da matéria.

Durante a leitura horizontal, para cada personagem dez vídeos foram disponibilizados com alguns trechos da entrevista, sempre no capítulo 2 de ambos (figura 14 e 15) com duração de no máximo dois minutos. Neles são destacados: apresentação; casos de violência que sofreram; como se descobriram; problemas com nome social e aceitação.

E assim, apresenta uma navegação horizontal e vertical usando o *scroll*³⁰ do navegador ao selecionar os vídeos dos entrevistados. Tendo ainda a possibilidade de voltar ou trocar de personagem através de uma seta laranja localizada no canto esquerdo e/ou direito.

Figura 14 – Recursos de audiovisual no hiperlink do segundo personagem



Fonte: UOL TAB

Figura 15 – Recursos de audiovisual no hiperlink do segundo personagem



Fonte: UOL TAB

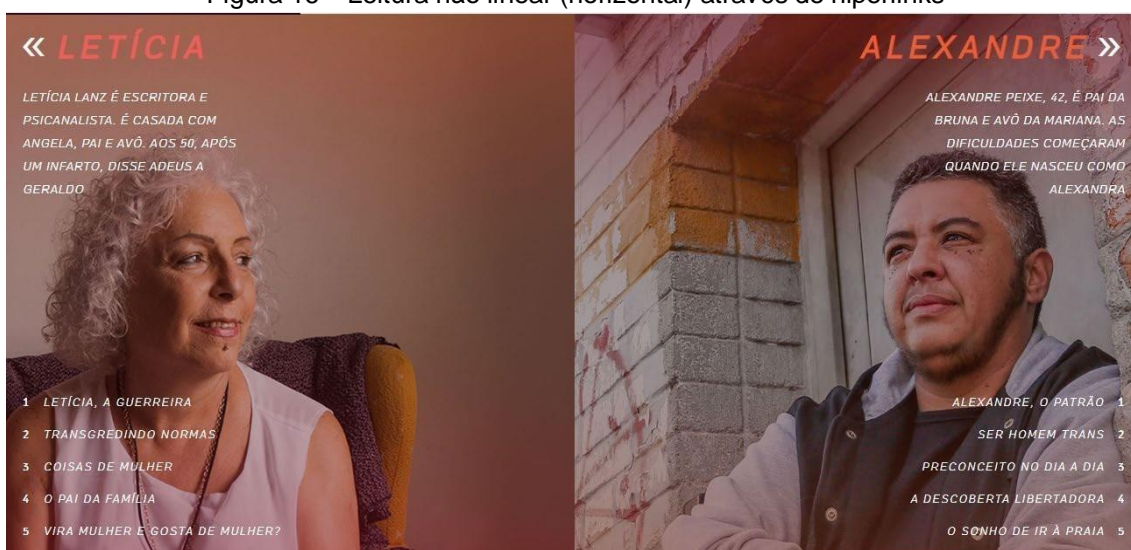
³⁰ Barra de rolagem do navegador

4.1.2 Padrões de leitura

Logo após o vídeo ou *slideshow* com duração de 17 segundos, com as imagens dos personagens e texto que destaca sobre o que se trata o tema, o *longform* apresenta leitura vertical através do *scroll*, ou barra de rolagem do *desktop*. Função que serve para que seja possível escolher qual caminho o leitor quer iniciar, seja o hipertexto, a matéria principal de cada personagem ou as duas interações no fim da reportagem.

Ao chegar na fase do hipertexto, o leitor se depara com uma leitura não linear, possibilitando dois caminhos de leitura, ou seja, leitura horizontal, deixando que o leitor direcione para qual história dos personagens Leticia e Alexandre quer começar a acompanhar (figura 16).

Figura 16 – Leitura não linear (horizontal) através de hiperlinks



Fonte: UOL TAB

No *longform* “Transgênero”, foram usadas fotos dos personagens principais, como plano de fundo dos seus capítulos. De forma que, não perdesse a sensibilidade do tema identidade de gênero. Pensando a melhor forma de explicar através de imagens dando foco em detalhes pessoais, como foi feito no vídeo de início da reportagem. Na primeira parte interativa, foram usadas imagens que representassem o gênero masculino e feminino, e na segunda, o conceito dos gêneros sobrepondo a imagem que o representa com um efeito de opacidade deixando o texto em destaque.

O uso desses recursos visuais implica não apenas em apresentar o elemento principal que são os entrevistados, mas também humanizar a reportagem. Portanto, a escolha dos ângulos e efeitos influencia grande parte do projeto final, pois é através deles que o leitor capta o sentido do assunto que o repórter e o fotógrafo quis representar junto ao texto.

E com isso, precisam ser pensados o uso de outros elementos, além dos que modificam a imagem, tais como: detalhes em zoom, enquanto ocorre a troca de imagens, e ainda, os flashes que dão movimento a transição das fotografias, assim, buscando prender a atenção. Ao rolar e interagir com os temas, o leitor experimenta a leitura ilustrada e animada.

4.1.3 Hipertextualidade

Esse recurso de leitura horizontal e vertical, apesar de dispersar a atenção do leitor, que pode ser direcionado para *links* externos, faz parecer que o texto é menor, levando em consideração que o *longform* tem como característica uma quantidade maior de caracteres, geralmente podendo variar entre 4 e 20 mil palavras. A edição em cinco tópicos para cada momento da transição dos personagens principais torna o conteúdo dinâmico e leve, suavizando o formato da reportagem longa (figura 17 e 18).

Figura 17 - Hiperlink com navegação vertical do primeiro personagem



Fonte: UOL TAB

No canto esquerdo da tela é possível passar para os demais capítulos, seis ao todo, para continuar a leitura da primeira personagem Leticia. E no canto direito também estão disponíveis as numerações do personagem Alexandre.

Este recurso se refere a uma navegação horizontal pela divisão de capítulos que cada entrevistado recebeu. Assim, como também apresenta leitura vertical com o hipertexto ao rolar a barra *scroll*, por meio do *mouse* ou apenas clicar nos tópicos ao lado. Tendo presente uma seta laranja para voltar ao menu principal e ter acesso a todas as interações.

Figura 18 – Hiperlink com navegação vertical do segundo personagem



Fonte: UOL TAB

4.1.4 Interatividade

A principal interação que a plataforma usou do *longform* foi em um formato de “jogo” para explicar as nomenclaturas na identidade de gênero, se referindo ao gênero que a pessoa se identifica independente de ser do sexo masculino ou feminino. De forma simples, o leitor pode criar combinações apenas selecionando as opções disponíveis na interação (figura 19).

Figura 19 – Interatividade no teste “Identidade de gênero”



Fonte: UOL TAB

Para obter o resultado, é preciso responder a 3 perguntas: 1) sexo atribuído no nascimento (masculino ou feminino); 2) sexo com o qual se identifica (masculino ou feminino) e 3) sexo pelo qual sente atração (masculino, feminino ou ambos). E, ao final, é revelado o resultado com os termos: cisgênero, bissexual e homossexual de acordo com as opções que o leitor escolheu.

Seguindo essa linha de interação em navegação vertical, a plataforma optou por separar alguns termos referentes aos tipos de gêneros (figura 19). Diferente da interação anterior (figura 18), que gerava um resultado ao final do teste. Esse foi voltado apenas para explicar e diferenciar cada nomenclatura que também se refere a transição de gênero são elas: transexual³¹, intersexo³², genderqueer³³, travesti³⁴, drag queen³⁵ e crossdresser³⁶.

Ao consumir a reportagem por completo, o leitor tem uma experiência bastante positiva, apesar do uso de muitos recursos visuais. O hipertexto fragmenta a narrativa, por ser dividido em leitura horizontal e vertical, faz a reportagem não parecer extensa.

O ponto principal deste *longform* foi o uso das interações, os jogos que ensinam os conceitos dos demais gêneros, pois complementam o que não foi abordado na entrevista com os personagens de maneira simples e de fácil compreensão. O design limpo e simples com imagens referentes a cada termo que está sendo citado facilita o entendimento do conteúdo.

³¹ Homem ou mulher que nasceu com o sexo do outro gênero. Pode ter feito ou não a cirurgia de adequação.

³² Os antigos hermafroditas ou pseudo-hermafroditas. Nasceram com má formação da genitália dos dois sexos biológicos.

³³ Ou sexo não binário. São pessoas que não se identificam com nenhum gênero ou transitam entre eles.

³⁴ Termo usado no Brasil para designar quem se identifica com o sexo oposto ao do nascimento, faz alterações no corpo, mas não deseja realizar cirurgia de adequação sexual.

³⁵ É um homem que se veste como mulher para shows e performances. Existe o termo dragking para mulheres que se vestem de homens para shows.

³⁶ Gostam de se vestir como o sexo oposto ao designado no nascimento no dia a dia ou em situações de fetiche, mas não se identificam com o sexo oposto.

Figura 19 – Outros termos referentes à transição



Fonte: UOL TAB

4.1.5 Adaptabilidade

Além dos recursos midiáticos utilizados durante a leitura vertical e horizontal da grande reportagem multimídia, o *longform* também conta com o uso do design responsivo, termo que se refere a técnica de estruturação HTML5³⁷ e CSS³⁸ para vários tipos de ecrãs³⁹.

Mesmo tendo em vista que a versão *desktop* é mais detalhada por conta dos gráficos da plataforma, ainda assim, a plataforma consegue se adaptar ao dispositivo móvel. Também é a versão com o maior acesso, pela facilidade de acesso nos aparelhos celulares (figura 20).

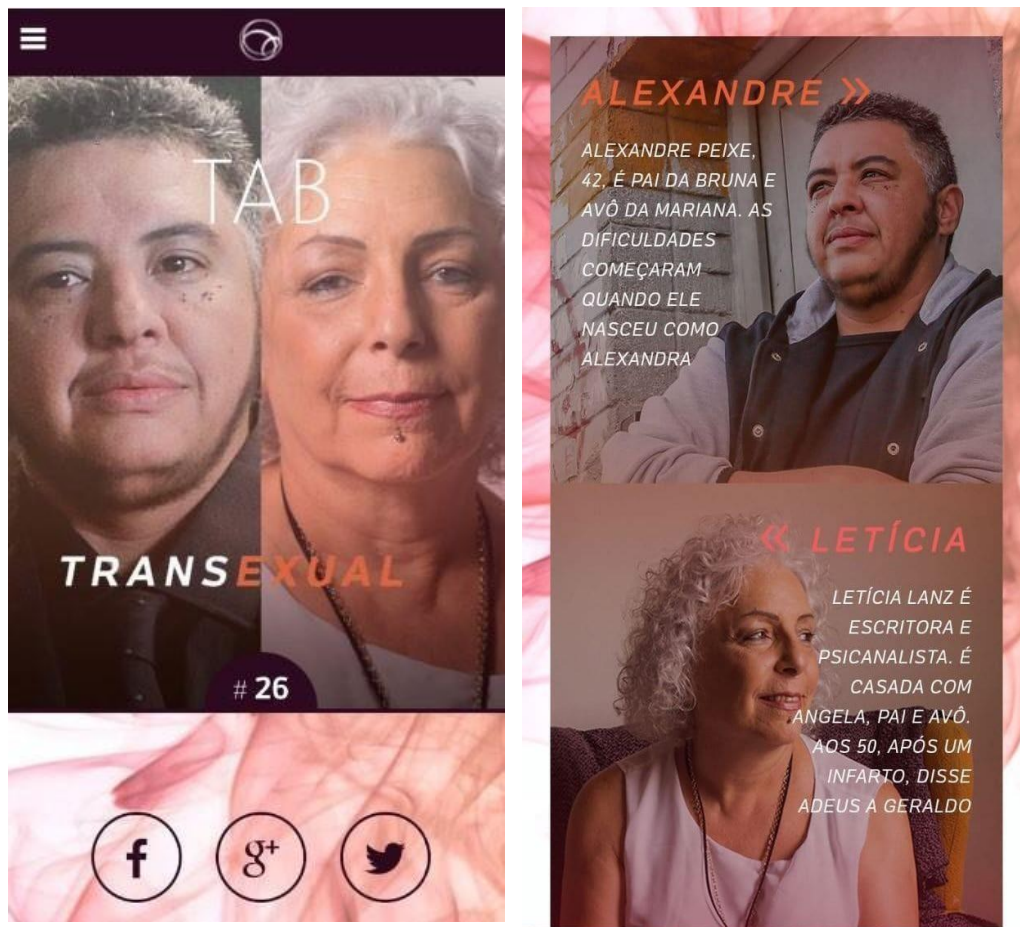
Apesar do efeito *scrolling* ser substituído por cliques na tela do *smartphone*, o leitor da extensão TAB ainda consegue imergir nas interatividades que a plataforma disponibiliza, no caso do objeto de estudo são os recursos mais usados na reportagem Trans. Obtendo os resultados da interação do jogo das nomenclaturas como se estivesse acessando em um computador, e ainda, assistindo aos vídeos das entrevistas e áudios dos personagens que aparecem durante a leitura do hipertexto.

Figura 20 – Design responsivo no dispositivo móvel

³⁷ Código usado para estruturar uma página web e seu conteúdo na 5ª versão

³⁸ Responsável por formar o estilo das páginas, como formatações de cores e formas

³⁹ Tela/monitor dos dispositivos



Fonte: UOL TAB

4.2 Identificação da reportagem 2

Reportagem 2	Dados gerais
Tema	LGBTQIA+
Título	Ninguém solta a mão
Ano	2019
Veículo	UOL TAB
Link	https://tab.uol.com.br/edicao/lgbt/#cover
Gênero	Grande reportagem multimídia
Formato	Multimídia (web e mobile)
Expediente	Arte: Carla Borges, Daniel Neri; Desenvolvimento: Thiago Barbosa; Edição: Daniel Tozzi, Patricia Junqueira; Reportagem: Kaluan Bernardo, Leticia Naísa, Rodrigo Bertolotto, Tiago Dias; Video: Rodrigo Ferreira, Mariah Kay.
Editoria	Especial
Periodicidade	Semanal (segunda-feira)
Número de caracteres	Aproximadamente 15.732 (com espaços).
Descrição do conteúdo	A reportagem trata sobre a parada de orgulho LGBTQIA+ em São Paulo, a busca por direitos e nome social e a criminalização da LGBTfobia. A narrativa buscou trazer infográficos com dados dos crimes de ódio e uma linha do tempo com as conquistas de 1969 a 2019.

4.2.1 Recursos multimídia

Seguindo os padrões da reportagem anterior, o segundo *longform* também apresenta hipertextualidade, multimídia e interatividade. No primeiro contato com a reportagem “Ninguém solta a mão”, também é utilizado o mesmo recurso de transição de imagens em tela cheia no formato vídeo e duração de seis segundos. São visualizadas aproximadamente cinco imagens relacionadas ao tema e duas delas com a bandeira que representa o orgulho LGBTQIA+ (figura 21).

A reportagem 2 foi tem como recursos multimídias, além da animação citada acima, imagem, hipertexto, vídeo, linha do tempo, infográficos, playlist e gif (imagem animada). Tudo isso, usando a leitura verticalizada, ou seja, rolando a barra *scroll* para consumir o conteúdo. Ao contrário da anterior, a diagramação foi mais básica e uso de elementos para dividir o texto em partes, fazendo parecer que é menor.

Figura 21 – Proposta visual da reportagem 2



Fonte: Reprodução UOL TAB

4.2.2 Interatividade

Seguindo essa linha de diagramação mais simples foram usadas duas linhas do tempo (figura 24) uma para a parte histórica da luta pelo movimento da comunidade LGBTQIA+ e o infográfico (figura 25) destacando as estatísticas do índice de interesse na busca do tema da reportagem no período de 2019. Isso contextualiza o assunto, além de passar informações reais. Tem como objetivo informar o leitor de uma forma clara e rápida, assim, facilita o entendimento. Para que haja a interação com a linha do tempo, o leitor pode apenas usar o *scroll* para rolar a tela e visualizar cada década ou a ação de clicar e segurar, ao usar no dispositivo móvel, percorrendo também os anos de cada acontecimento histórico como no desktop.

Figura 24 – Linha do tempo do orgulho histórico de 1969 a 2019



Fonte: UOL TAB

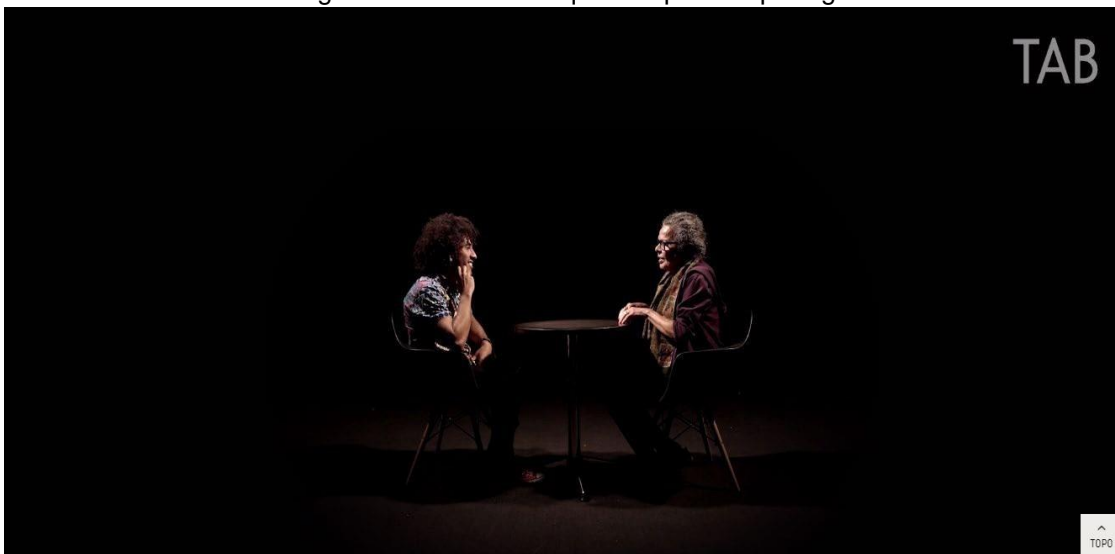
Figura 25 – Infográfico com recorde na busca sobre o tema LGBT em 2019



Fonte: UOL TAB/Google Trends

Além de infográficos interativos, descrito na categoria hipertextualidade, o uso de vídeos para compor o hipertexto. A edição insere um vídeo com 6 minutos e 32 segundos de duração (figura 26) trata-se de uma entrevista, outro elemento multimídia, com duas gerações: Tais Azevedo, uma travesti aos 70 anos de idade e Emanuel Moreira, 25 anos. E um vídeo de cinco segundos chamado “sopa de letrinhas”, referindo-se à história da sigla LGBTQIA+ e como foi formada.

Figura 26 – Entrevista que compõe a reportagem



Fonte: UOL TAB

Visualmente, ao rolar o *scroll*, os vídeos preenchem toda a tela do *desktop*, e apenas o primeiro não tem reprodução automática, o leitor precisa apertar o botão *play* para dar início a reportagem. Ou se preferir, o usuário consegue assistir ao conteúdo em outra categoria, ainda na mesma plataforma, chamada TV UOL ao clicar em TAB no canto superior direito.

E como segundo recurso multimídia, a plataforma disponibilizou uma *playlist* do *Spotify* (figura 27) com algumas cantoras trans que vem representando e trazendo visibilidade para a causa de gêneros, dessa vez complementando um dos temas tratados na entrevista em vídeo citada anteriormente. Outra proposta de imagem animada (figura 28), dessa vez sem um botão aparente para iniciar a animação, fazendo com que pareça apenas um GIF (*Graphics Interchange Format*) como é conhecido esse formato na internet.

Figura 27 – Playlist disponível no Spotify



Fonte: UOL TAB/Spotify

Figura 28 – GIF ou imagem animada usado na reportagem

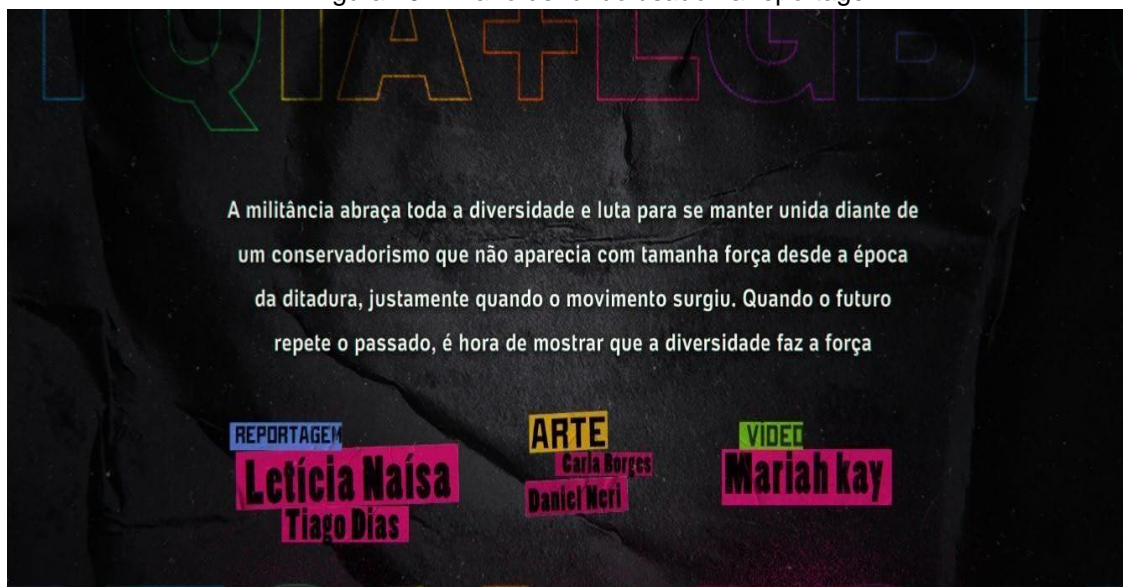


Fonte: UOL TAB

Diferente da reportagem anterior, que optou por recursos visuais interativos como o jogo no final da página, esse *longform* e o uso de cores mais claras, escolheu as cores do arco-íris, símbolo de representatividade LGBTQIA+ (figura 29). Cada cor tem um significado, Rosa: Sexualidade; Vermelho: A vida; Laranja: A cura; Amarelo: A luz do sol; Verde: Natureza; Azul: Serenidade e Harmonia e Violeta: Espírito, e para que houvesse esse destaque, foram usadas escalas de preto e cinza, deixando em evidência a sigla que representa a diversidade de

gêneros. Mas durante a leitura do hipertexto, o fundo é branco, facilitando a leitura, sem que tenha nenhuma dificuldade para acompanhar.

Figura 29 – Plano de fundo usado na reportagem

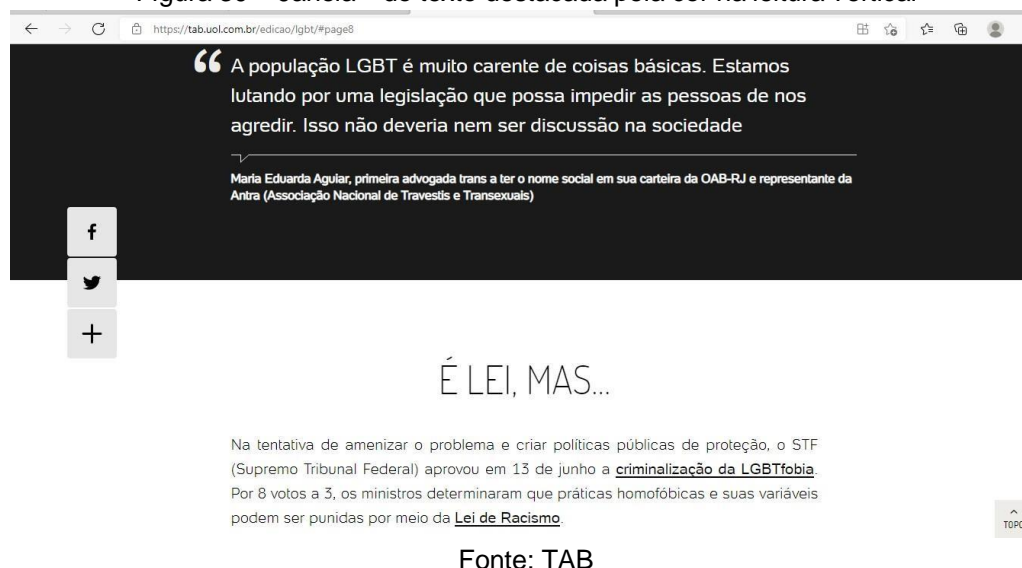


Fonte: TAB

4.2.3 Padrões de leitura

Após a apresentação da reportagem, percebe-se que, diferente da anterior, ela só apresenta um tipo de leitura, a verticalizada, ou seja, através do *scroll* ou barra de rolagem do desktop. Contendo um texto principal, de forma linear, sem divisões por capítulo em um menu. A divisão do texto principal se dá pelos intertítulos e pela edição estratégica de recursos audiovisuais no decorrer da rolagem e as interações com o usuário estão ao decorrer da leitura. O texto é fragmentado em 13 partes de modo vertical.

Ao usar as cores da comunidade LGBTQIA+ no início e em alguns tópicos da reportagem, no hipertexto não foram adotadas cores, deixando um visual limpo favorecendo a experiência de leitura do texto na sequência. Usa elementos de edição visual na cor preta, destacando aspas de algum personagem entrevistado funcionando como uma quebra, diminuindo o texto visualmente (figura 30).

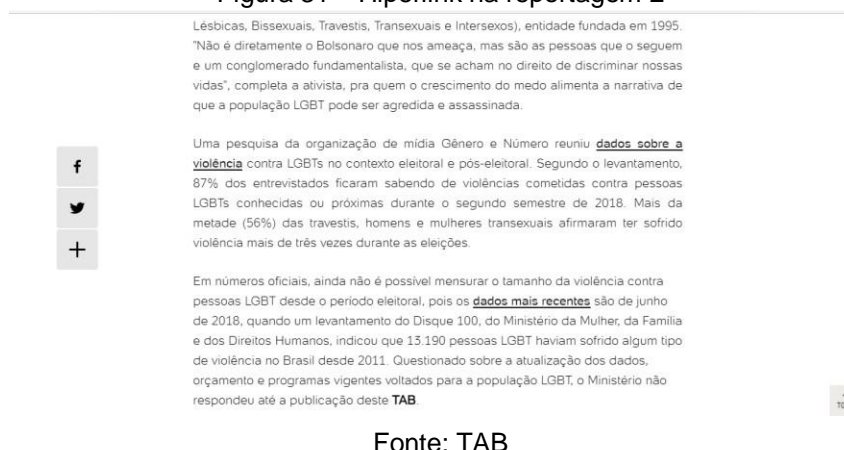
Figura 30 – Janela⁴⁰ do texto destacada pela cor na leitura vertical

4.2.4 Hipertextualidade

Ao se referir a hipertexto, *links* ou *hiperlinks* que são responsáveis por criar essa rede de informações, e direção de leitura, observa-se que na reportagem 2, apesar de não ter uma leitura horizontal, com o uso de hiperlinks, para fazer parecer que o texto não é longo, a disposição dos elementos multimídia ajudam a mudar essa percepção de conteúdo mais leve.

Os links externos disponíveis no *longform*, estão na parte de interação com a hipermídia da entrevista em vídeo, a *playlist* no *Spotify* e alguns links no decorrer do texto. Escolhidos pelo editor para compor a reportagem e os usuários terem fácil acesso a eles, seja por cliques no desktop ou toques na tela do aparelho.

Figura 31 – Hiperlink na reportagem 2



⁴⁰Jargão jornalístico que se refere a uma frase destacada de parte de um texto em uma reportagem.

4.2.5 Adaptabilidade

Em questão de adaptabilidade, o design responsivo funciona bem (figura 24), mas o acesso a alguns elementos não teve a mesma facilidade que a reportagem 1. Ao rolar a tela, os recursos de vídeo, *playlist* e GIF funcionaram da mesma forma que o desktop. Já a linha do tempo, o usuário ao rolar a página pelo aparelho celular, terá acesso ao próximo fragmento do hipertexto quando chegar ao fim da linha tempo (figura 32), ou se preferir ao lado direito da tela existem duas setas, para o usuário voltar para o topo, ou pular a interação e voltar a leitura normal.

Figura 32 – captura de tela da linha do tempo no dispositivo móvel



Fonte: TAB

Figura 33 – captura de tela apresentação da reportagem



Fonte: TAB

Apesar dos detalhes em questão da linha do tempo, a experiência do leitor não sofre grandes alterações, pois ainda consegue consumir o conteúdo de forma completa, independente do dispositivo que está usando no momento. Sendo o dispositivo móvel um dos mais usados para acessar esses conteúdos, pela facilidade de poder usar em qualquer lugar, a pouca interação que o usuário vai ter não interfere em nenhum momento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No geral, ao analisar as características empregados nesse tipo de reportagem especial e sua linguagem multimídia no decorrer da matéria, observa-se que o jornalismo está em um fluxo contínuo de mudanças, principalmente na era digital, e para isso, é preciso se adaptar a atualidade.

Ao introduzir esses recursos hipermidiáticos com leitura multilinear, que vem se consolidando com o consumo em dispositivos móveis, interatividade, hipertexto entre outros, faz com que o leitor consiga absorver a grande reportagem de uma forma própria. Pois, os usuários têm mecanismos diversos de escolha durante a leitura, no sentido de poder consumir o conteúdo tanto pelo texto, quando pelos infográficos interativos, vídeos e imagens que compõem a transmissão da mensagem para quem está consumindo.

Nesse sentido, as duas reportagens analisadas “Trans – Transcender, Transgredir, Transformar, Transvestir, Transexual, Transgênero” de 2015 e “Ninguém solta a mão”, de 2019 da extensão UOL TAB, usaram recursos variados para abordar a temática e trouxeram para a web um tema pouco discutido na mídia, como é o objetivo das suas pautas, destacando temas de grande impacto. Os elementos audiovisuais e infográficos interativos ao longo das reportagens trazem representatividade e ao mesmo tempo simplificam os termos e conceitos referentes ao público LGBTQIA+. Quebrando a seriedade antes empregada no jornalismo tradicional, mas sem tirar o foco da reportagem, ou a luta pela causa.

A edição multimídia é o modo como a extensão TAB busca trabalhar o jornalismo de fôlego. Na reportagem “Transgênero” os recursos buscam contextualizar as duas perspectivas dos personagens escolhidos para representar a temática, e reforça um lado mais humanizado quando faz uso de imagens, vídeos e áudios gravados durante os relatos de Leticia e Alexandre dando rosto e voz às personagens e aproximando o leitor/espectador das histórias de vida.

Após introduzir os personagens, a plataforma explora meios de fácil compreensão, apesar dos inúmeros termos que fazem parte do meio LGBTQIA+ já citados anteriormente. Dessa forma, adicionou a participação do leitor no *longform*, pois, além de ter o domínio de escolher entre a leitura

horizontal e vertical, ainda pode, através de um “jogo” aprender os termos que envolvem a mudança de gênero.

Na reportagem 2, há elementos visuais semelhantes com exceção da *playlist* no *Spotify* e a linha do tempo, mas a diagramação é diferente, pois não há leitura horizontal, apenas vertical. Essa posição dos recursos passa uma sensação do conteúdo ser maior, embora ambas as reportagens tenham texto quase do mesmo tamanho. Também é possível perceber que apesar desse formato estar disponível em diferentes dispositivos, a versão *desktop* ainda é mais completa. A reportagem se adapta às demais telas, mas a experiência é melhor aproveitada em uma tela de computador.

Assim, interagindo com os *hiperlinks* que a plataforma UOL TAB oferece ao público com uma leitura multilinear, podendo ir e voltar na escolha de capítulos com mais facilidade e interagir com outras camadas como a *playlist* e os vídeos. Deixando que o leitor perceba de modo intuitivo os caminhos que o webjornalismo pode oferecer sem ser cansativo em um consumo de fácil compreensão.

Algumas questões levantadas durante a análise demonstram que precisam ser aperfeiçoadas. Notou-se a falta de atualização do canal no YouTube do portal e da página no Instagram, levando em consideração que estamos introduzidos na era das mídias sociais e o consumo dos conteúdos se torna mais presente em dispositivos móveis pela facilidade de acesso é preciso focar mais nas mídias sociais. As temáticas das reportagens são de grande importância social e precisam de mais visibilidade. É importante pensar na visão de quem está recebendo o conteúdo, pois o leitor da atualidade dissemina suas perspectivas e experiências no ambiente digital e quanto mais canais estiverem disponíveis mais abrangência poderá ser alcançada.

A pesquisa aponta que, dependendo dos elementos, o leitor pode sentir como se estivesse vivenciando o caso de perto, seja por jogos, simuladores, gráficos com interação, gerando uma experiência diferente para cada usuário. Nesse caso, a equipe de reportagem precisa se planejar levando em consideração os critérios para escolher qual elemento é o ideal para transmitir ao leitor essas sensações na leitura multilinear, ou seja, vários caminhos que podem ser construídos sem perder o sentido.

Por fim, o uso dos recursos como *paralaxe scroll*, infográficos interativos, imagens, sons, vídeos, fazem com que o leitor tenha uma experiência lúdica e informativa que amplia a compreensão sobre o tema. As músicas do universo LGBTQIA+ e a possibilidade de ver os personagens em fotos e vídeos aproximam e geram a identificação tão necessária para o despertar da tolerância.

REFERÊNCIAS

- BRANDT, Ricardo. CRACK: A invasão da droga nos rincões do sossego.. **ESTADÃO**. Disponível em: < <https://infograficos.estadao.com.br/especiais/crack/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa, Edições 70, 1977.
- BARBOSA, Marialva. História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000. Rio de Janeiro - RJ: Mauad X, 2007.
- BASTOS, Helder (2010), “Ciberjornalismo e narrativa hipermédia”, BOCC. Disponível em: <<http://goo.gl/gF8zBn>>.
- BURKE, Anne e Jennifer Rowsell (2009), “Reading by design: two case studies of digital reading practices”, Journal of Adolescent & Adult Literacy, Vol. 53, Nº 2, pp. 106-118
- CODINA, Lluís. Metodología de análisis y evaluación de recursos digitales en línea. Espanha: UFP, novembro de 2004.
- CANAVILHAS, João. Webjornalismo: 7 características que fazem a diferença. Covilhã, UBI: LabCom, 2014.
- CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo** – considerações gerais sobre o jornalismo na web, 2006. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em: 30 ago. 2021
- CANAVILHAS, J. Webnotícia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: Livros Labcom, 2007
- COSTA, Marina Gama. UOL TAB: A INOVAÇÃO NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA?: Análise das características e elementos das narrativas jornalísticas na web. Orientadora: Profa Dra. Izani Pibernat Mustafá. 136. Dissertação (Mestrado) - Pós-Graduação em Comunicação. UFMA. Imperatriz, 2021
- FISCHER, Mary Clare. Longform: means more than just a lot of words. American Journalism
- FERREIRA, Lilian. Trans. **TAB UOL** Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/trans/>>. Acesso em: 9 dez. 2020.
- FREDERICK, D. M. **The Effects of Parallax Scrolling On User Experience And Preference In Web Design**. Department of Computer Graphics Technology Degree Theses, 2013. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/16677327.pdf> . Acesso em: 20 abril. 2021.
- GRUSZYNSKI, Ana; CALZA, Márion Juliana. Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). A revista e seu jornalismo. Porto Alegre - RS: Penso Editora, 2013.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In:LAGO, Claudia; Benetti, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**, Vozes, Petrópoles, 2007.

LONGHI, Raquel Ritter. "Audiovisual, conceito em expansão". In: Francisco Ubierna Gómez; Javier Sierra Sánchez (Orgs.). *Miscelánea sobre el entorno audiovisual en 2014*. Madrid: Editorial Fragua, 2014, v. 1, p. 283-300.

LONGHI, R e WINQUES, K. O lugar do longform no jornalismo online. Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. *Brazilian Journalism Research*, v.1, n1, p.11-127, 2015.

LAZO, Carmen Marta. *Reportaje y documental: de géneros televisivos a cibergéneros*. Espanã: Idea, 2012.

LIMA, Evaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo de da literatura*. Barueri, SP: Manole, 2009.

MEDEIROS, Yara. **Jornalismo visual nas narrativas da grande reportagem brasileira**. Programa de Pós Graduação da Universidade Federal de Pernambuco. Tese de doutorado. 2020.

MIELNICZUK, Luciana (2004), *Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web*, Intercom. Disponível: <http://migre.me/t3OZd>

NIELSEN, J. (1995). *Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond*. San Diego: Academic Press.

OROZCO Gómez, G. (2012). In: Barbosa, M.; Fernandes, M.; J. de Moraes, O. (Orgs.). *Comunicação, Educação e Cultura na era digital*. São Paulo: Intercom

OLABUENAGA, J.I. R.; ISPIZUA, M.A. *La descodificacion de la vida cotidiana: metodos de investigacion cualitativa*. Bilbao, Universidad de deusto, 1989

PRIEST, Suzanna Hornig. *Pesquisa de Mídia. Introdução*. 2ª Ed. Porto Alegre: Penso, 2011.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). *Modelos do jornalismo digital*. Salvador - BA: Editora Calandra, 2003.

RICH, C. (1998). *Newswriting for the web*. Acedido no dia 01/12/2013 em <http://www.members.aol.com/crich13/poynter1.html>

STRUNCK, G. *Identidade visual: A direção do olhar*. Rio de Janeiro: 1989.

SALAVERRÍA, Ramón. *Multimedialidade: informar para cinco sentidos*. In: CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: 7 caraterísticas que fazem a diferença*. Covilhã, UBI: LabCom, 2014, p. 25-52.

SANTAELLA, Lucia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo - SP: Paulus, 2007.