

Modelos de construção narrativa no jornalismo digital no Brasil, Estados Unidos e Inglaterra¹

Cristiane Fontinha Miranda²

Maria José Baldessar³

Beatriz Cavenaghi⁴

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

Resumo

A forma de produzir, distribuir e consumir a informação noticiosa foi transformada pelas mídias digitais na última década. Ao contrário do que se imaginava, as tecnologias não convergiram para um só equipamento, hoje o usuário acessa o conhecimento por meio de diversas ferramentas, utilizando-se da sua subjetividade em busca da informação noticiosa. Como resultado destas mudanças, verifica-se a convergência de linguagens na construção de uma narrativa menos linear e mais visual. O texto deixa de ser o protagonista da narrativa jornalista no neste formato. O presente artigo se propõe a investigar as práticas narrativas do jornalismo digital nos principais veículos do Brasil, Estados Unidos e Inglaterra.

Palavras-chave: narrativa; jornalismo digital; convergência; linguagem.

Introdução

A migração do jornalismo impresso para o digital é irreversível e as mudanças verificadas incontestáveis. Cabe ressaltar que o modelo de negócio para o jornalismo online e o formato narrativo que se constitui na web ainda não se encontram estabelecidos. Contudo, algumas tendências têm destaque na constituição na narrativa online, como a

1 Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); mestre em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bolsista Fapesc pelo PPGEGC/UFSC, crisfontinha@gmail.com

3 Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP); Mestra em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Graduada em Comunicação Social - Jornalismo (USFC); Professora adjunta da Universidade Federal de Santa Catarina no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento e no curso de graduação em Jornalismo, mbaldessar@gmail.com

4 Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora na Faculdade Bom Jesus/Ielusc. cavenaghi.bea@gmail.com

utilização de vídeos e fotografias combinados a linguagens gráficas e outras mais tradicionais, como o texto escrito. Por meio deste levantamento busca-se o mapeamento do modelo de narrativa de três jornais online diferentes países, o *The New York Times*; dos Estados Unidos, o Folha de S. Paulo; do Brasil e o *The Guardian*, da Inglaterra.

Antes de observar tais exemplos, considera-se necessário apontar alguns fundamentos que servem de base para a análise discursiva da narrativa jornalística online. Independente da mídia em questão, o fazer jornalístico está calcado na constante busca pela objetividade discursiva. E é por meio da narrativa, seja ela escrita ou gráfica, que o jornalista se expressa, na tentativa de traduzir as informações apuradas em um texto que se aproxime da realidade. As ferramentas utilizadas pelo repórter para traduzir esse conhecimento do mundo são as linguagens.

A narrativa traduz o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (o conhecimento sobre a natureza física, as relações humanas, as identidades, as crenças, valores e mitos, etc.) em relatos. A partir dos enunciados narrativos somos capazes de colocar as coisas em relação umas com as outras em uma ordem e perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico. É assim que compreendemos a maioria das coisas do mundo. (MOTTA, 2005, p.2)

Desta forma, à medida em que as mídias evoluem, muda a forma como o conhecimento jornalístico é formatado, distribuído e acessado. Com as mídias digitais, o enfoque antes transmissionista é suplantado pelo interativista. A notícia hoje deixa de ser produzida e distribuída de forma massiva e recebe um outro tratamento, dependendo do público para o qual é direcionada e em qual dispositivo será acessada. Considerando o enfoque sistêmico-relacional, o usuário interfere diretamente na narrativa noticiosa. Ele escolhe a forma como quer receber as informações, seja por meio da mídia tradicional ou digital móvel.

Se antes, o público estava à margem do processo comunicacional, hoje tem um papel significativo. Constatase que o leitor se utiliza de vários dispositivos para acessar o conteúdo noticioso. De acordo com uma pesquisa conduzida pela Media Insight Project, iniciativa do *American Press Institute (API)* e *Associated Press-NORC Center for Public Affairs Research*, de 09 de janeiro a 16 de fevereiro de 2014, os norte-americanos usam em média entre cinco e seis tipos diferentes ao longo do dia para se atualizarem.

A tão conhecida fórmula ‘emissor → mensagem → meio → receptor’ acaba sendo atualizada no seguinte modelo: ‘webdesigner → site → Internet → usuário’. Os termos são outros, foram ‘modernizados’, mas trata-se da mesma e caduca epistemologia. A diferença é que se destaca que não apenas se recebe o que o pólo emissor transmite, mas também se pode buscar a informação que se quer. O novo modelo, então, seria: ‘webdesigner → site → Internet ← usuário’. Essa seria a fórmula da chamada ‘interatividade’ (PRIMO, 2008, p. 11).

Esse novo perfil de leitor baliza como são formatadas as narrativas, dirigindo como são constituídas por meio da interação direta ou indireta, mesmo nas narrativas midiáticas fáticas⁵. As linguagens, que antes eram específicas a um meio, hoje se fundem e convergem em narrativas direcionadas para diferentes dispositivos. Porque, ao contrário do que se imaginava, ao invés de convergirem para um só equipamento, que atenderia todas as necessidades do usuário, o que se observa é a convergência de linguagens. O desafio para a indústria da notícia está em produzir conteúdo convergente de qualidade, que atenda aos diversos formatos (JENKINS, 2009, p. 43).

Novas estratégias para novos formatos

Em busca de maior interatividade, e ainda aumentar o tráfego das notícias, as empresas jornalísticas - atentas às demandas do público – apostam em estratégias inéditas para alcançar uma maior audiência na web. Em maio de 2015, grandes corporações anunciaram a migração de seus conteúdos para o *Facebook*⁶, cinco norte-americanos e quatro europeus. Além do *The New York Times*, das revistas *The Atlantic*, *National Geographic*, *NBC News* e *Buzz Feed*, hoje também utilizam a plataforma o jornal inglês *The Guardian* e a *BBC*.

Depois da iniciativa da *BBC*, que se utilizou do *Whatsapp*⁷ para divulgar informações sobre a epidemia de Ebola, foi o norte-americano *The New York Times* passou a utilizar o *Whatsapp*, no início de julho deste ano. Pela primeira vez, o correspondente do jornal Jim Yarley publicou a cobertura da visita do Papa Francisco ao Equador, Bolívia e Paraguai. A mensagem noticiosa foi encaminhada aos usuários do *Whatsapp* que se

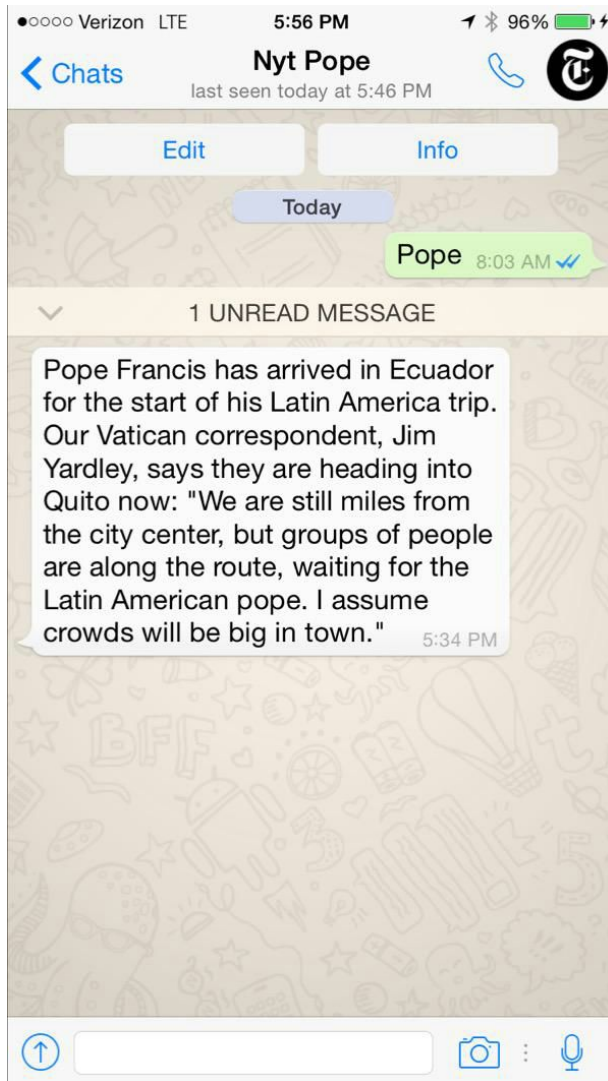
⁵ De acordo com Luiz Gonzaga Motta são as narrativas midiáticas com cunho noticioso ou documental, como as notícias, reportagens, documentários e transmissões ao vivo.

⁶ Site e serviço de rede social lançado em 4 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Facebook Inc, tem mais de 1,4 bilhão de usuários ativos.

⁷ Aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphone, que permite aos usuários enviarem texto, áudio, vídeo e fotos, além de efetuarem ligações para os contatos que utilizem o aplicativo.

inscreveram no grupo do *The New York Times*. O *Whatsapp* estima ter mais de 800 milhões de usuários ativos/mês pelo mundo, na sua grande maioria fora dos Estados Unidos.

Fig. 1 – Postagem do *The New York Times* no grupo do *Whatsapp*



Fonte: *The New York Times*.

Como resultado das mudanças impostas pelas mídias digitais, observa-se a constituição de uma narrativa mais visual, onde o vídeo e a fotografia estão associadas a outras linguagens gráficas, combinadas ao texto e ao áudio. A convergência destas linguagens resultam em uma narrativa menos linear, que as utilizadas nos meios tradicionais. Esta fluidez possibilita que o leitor expresse sua subjetividade na escolha das

linguagens possíveis, permitindo, desta forma, a criação de uma linguagem inaugural, a linguagem hipermídia (SANTAELLA, 2007, p. 385).

É espantosa, para dizer pouco, a maneira e a velocidade com que o ciberespaço vem se povoando crescentemente de informações de todos os tipos, das mais diversas fontes. Navegar por essas informações é uma aventura deliciosamente hipnotizante, pelo menos para aqueles que têm avidez de conhecer por rotas de escolha própria (SANTAELLA, 2007, p. 180).

Essa proposta narrativa mais visual também pode ser observada em reportagens mais aprofundadas, com maior conteúdo, menos factual e de maior fôlego. Chamado de *Long-form Journalism*, ou jornalismo de forma longa, o novo formato narrativo reúne em um formato multimídia diferentes linguagens, como o texto, o áudio e o vídeo de forma interativa. O jornal britânico *The Guardian* foi um dos primeiros a se utilizar desta forma narrativa ao apresentar o conteúdo dos arquivos secretos da *National Security Agency (NSA)*⁸, divulgados pro Edward Snowden.

Outra referência é a reportagem *Snowfall*⁹, publicada pelo *The New York Times*, que noticiou de uma avalanche acontecida no estado de Washington, nos Estados Unidos, em fevereiro de 2012, quando morreram 16 atletas de *snowboard*. A equipe realizou a cobertura de texto, fotográfica e de vídeo, contou com o suporte de artistas gráficos e de design. Como resultado do trabalho, recebeu o prêmio *Pulitzer*¹⁰, recebeu ainda artistas gráficos e designers.

Na internet, o leitor revela sua subjetividade por meio das ferramentas que escolhe para acessar o conhecimento. Tal comportamento não é diferente no caso do jornalismo digital, onde a informação noticiosa está disponível em diversas linguagens, seja o vídeo, o texto, a fotografia, o gráfico ou o áudio. A recorrência de linguagens não necessariamente resulta em redundância e pode ser a garantia da qualidade jornalística em um ambiente onde as informações são abundantes e escassa é a atenção do leitor.

8 Disponível em: < <http://www.theguardian.com/world/interactive/2013/nov/01/snowden-nsa-files-surveillance-revelations-decoded#section/1>>, acesso em 13 de julho de 2015.

9 Disponível em: < <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>>, acesso em 13 de julho de 2015.

10 Prêmio norte-americano concedido aos trabalhos de excelência no jornalismo.

Enquanto atua sobre o mundo, modifica não apenas a realidade externa como também constrói sua própria realidade psíquica. Esse é um processo no qual o ser humano objetiva sua subjetividade, ao mesmo tempo em que a torna subjetiva a realidade objetiva, por meio da capacidade de registro cognitivo de suas experiências (AGUIAR et al., 2009, p.57).

A Folha de S. Paulo, também aposta na linguagem visual. Inovou ao criar o tvfolha, produto voltado para Internet que reúne a fotografia e o vídeo, em 21 de fevereiro de 2011. Além de ser publicado no site da Folha, o material produzido pela equipe é exibido em um programa semanal na TV Cultura, sempre aos domingos. Seguindo a tendência multimidiática das reportagens em longo formato, a Folha de S. Paulo destacou-se com a cobertura multimídia da Batalha de Belo Monte¹¹, no Pará, onde o texto não é a única linguagem de mediação com o leitor.

A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais pondo em jogo a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação criadora. A escrita, a leitura, a audição, a execução e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e a aprendizagem, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, encaixam em novas configurações sociais. (LEVY, 1987, p. 14)

Na narrativa digital foram utilizadas linguagens audiovisuais como a fotografia, vídeos e recursos interativos como games, além do texto escrito para contar a história da controversa obra - questionada por seu baixo rendimento, impacto ambiental e nas populações de índios, ribeirinhos e habitantes de Altamira -, erguida a força de 25 mil trabalhadores.

Considerações finais

As mídias digitais transformaram o formato da narrativa jornalística. No ciberespaço, as linguagens se fundem. Essa recorrência garante a qualidade do conteúdo jornalístico e não representa necessariamente a redundância da informação noticiosa. Na rede da internet, com suas tramas e nós interconectados, observa-se a convergência de linguagens em uma narrativa mais fluida (CASTELLS, 2003, p. 7).

Novas estratégicas narrativas jornalísticas têm sido experimentadas pelos principais veículos. Recentemente, tanto o jornal norte-americano *The New York Times* como o

¹¹ Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>>, acesso em 13 de julho de 2015.

britânico *The Guardian* a anunciaram a publicação de seus conteúdos no *Facebook*. O *The York Times* ainda passou utilizar o aplicativo *Whatsapp* para levar informação aos seus leitores. No Brasil, a Folha de S. Paulo, já aposta em um formato visual narrativo há alguns anos, utilizando cada vez mais de vídeos, fotos e gráficos em suas reportagens.

Outra tendência é o formato *Long-form* para reportagens de maior fôlego. Por demandar um envolvimento maior de uma equipe interdisciplinar, o formato narrativo vem sendo utilizado em matérias não factuais. Contudo, a execução de conteúdo multimídia no modelo *Long-form* precisa de grande planejamento prévio, recursos tecnológicos e esforço de profissionais de várias áreas. Por este motivo, o formato é indicada às matérias especiais, em temas que exigem uma cobertura mais aprofundada, como a avalanche ocorrida no estado de Washington, nos Estados Unidos, em fevereiro de 2012.

Produzir material convergente para diferentes *devices*¹² tem sido o grande desafio dos veículos. Faz-se necessário o investimento em uma equipe interdisciplinar, que envolve profissionais do jornalismo, mas também do design, da engenharia e da comunicação gráfica. A subjetividade do leitor se faz presente e a objetividade jornalística passa a ser recorrente em um formato onde as linguagens são convergentes.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Wanda Maria Junqueira et al. Reflexões sobre sentido e significado. **A dimensão subjetiva da realidade: uma leitura sócio-histórica**. São Paulo: Cortez, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003 (Trad. Maria Luiza X. de A. Borges).

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

LEVY, Pierre. **A Máquina Universo – Criação, cognição e cultura informática**. Lisboa: Instituto Piaget, 1987.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: **Trabalhado apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro. 2005.

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

¹² Utiliza-se neste resumo o termo em inglês *device* para categorizar aparelho ou suporte físico seja analógico ou digital.