

A integração dos meios no especial multimídia “A Batalha de Belo Monte”

Media integration in multimedia feature “The Battle of Belo Monte”

Alciane Nolibos Baccin

Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Paulo Gama, 110, 90040-060, Porto Alegre, RS, Brasil.
alcianebaccin@gmail.com

Priscila Berwaldt Daniel

Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Paulo Gama, 110, 90040-060, Porto Alegre, RS, Brasil.
priscilabdaniel@gmail.com

Resumo. Este trabalho busca refletir sobre a integração dos vários formatos midiáticos que compõem a reportagem multimídia no ciberjornalismo. O objeto de estudo é *A Batalha de Belo Monte*, especial multimídia produzido em 2013 pelo jornal Folha de São Paulo sobre a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte. Compõe-se de cinco capítulos temáticos, que se desenrolam verticalmente e unem textos, infográficos, vídeos e imagens. Através da perspectiva cartográfica, o produto foi desconstruído e analisado, por meio da elaboração de mapa sobre a integração multimídia. Para refletir sobre o especial, são abordados os conceitos relacionados à reportagem no ciberjornalismo, as características do meio e o processo de convergência das mídias. O estudo proporcionou a compreensão de que, por meio da integração efetiva entre os formatos midiáticos, é possível criar um produto exclusivo do ciberjornalismo.

Palavras-chave: especial multimídia, integração multimídia, intermídia, ciberjornalismo.

Abstract. This paper seeks to reflect on the integration of the many media formats that compose the multimedia reporting in online journalism. The object of study is *The Battle of Belo Monte*, a multimedia feature produced in 2013 by the Folha de S. Paulo newspaper, on the construction of the Belo Monte hydroelectric power plant. It consists of five thematic vertical chapters, uniting texts, graphics, videos and images. The product has been deconstructed and analyzed, in a cartographic perspective, through a map elaboration on multimedia integration. To reflect on the feature, we approach cyberjournalism reporting concepts, the characteristics of the medium and the process of media convergence. The study provided an understanding that, through effective integration between media formats, it is possible to create a unique cyberjournalistic product.

Keywords: multimedia special, multimedia integration, intermedia, cyberjournalism.

Introdução

A forma de contar histórias vai se aprimorando à medida que o jornalismo reflete as mudanças no desenvolvimento da internet e das redes digitais. A reportagem é um gênero importante nesse contexto de experimentações e inovações. O gênero, que é reco-

nhecido por características como o aprofundamento das informações e a humanização, beneficiou-se das potencialidades oferecidas pelos meios digitais. Dentro do novo universo de possibilidades, é possível incluir a opção de integrar diferentes formatos midiáticos, de acrescentar *hiperlinks* e de atualização contínua.

Por meio desse processo, que está em constante construção, recentemente é possível ressaltar o chamado “especial multimídia”. Segundo Longhi (2010a), é possível definir o especial multimídia como: “grande reportagem constituída por formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, entre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear” (Longhi, 2010a, p. 153). De certo modo, o especial herda muitas características da grande reportagem no impresso e se destaca por acumular, de maneira integrada, diferentes formatos e gêneros jornalísticos no meio digital.

Considerando as recentes produções nacionais, o especial multimídia “A Batalha de Belo Monte” do jornal Folha de São Paulo é exemplo de aproveitamento dos potenciais oferecidos pelo meio digital. Composto por cinco capítulos, a produção se propõe a contar “tudo sobre” a obra da usina hidrelétrica de Belo Monte.

A partir disso, houve o interesse em entender como se dá a integração multimídia no especial multimídia. Para resolver a questão, o objetivo geral deste trabalho é: analisar como os diferentes recursos narrativos são utilizados em “A Batalha de Belo Monte”. Para alcançar o objetivo, contamos com o embasamento teórico de autores como Mielniczuk (2003), Palacios (2004), Barbosa (2013), García (2003), Santana (2008), Larrondo Ureta (2004), Salaverría (2005, 2010) e Longhi (2009, 2010a, 2010b). A metodologia escolhida foi a cartografia, que tem origem nos estudos da geografia e permite uma análise detalhada do objeto de estudo conforme as impressões do pesquisador.

O desenvolvimento do meio digital e o reflexo na reportagem multimídia

A grande reportagem é definida, por muitos autores, como parte do gênero interpretativo. Ainda que Marques de Melo (2010) identifique a reportagem dentro do gênero informativo, pesquisadores como Martínez Albertos (1983) e Beltrão (1976) enquadram-na como um modelo que permite a interpretação da informação. Para Sodré e Ferrari (1986), a reportagem não recai a exigência de atualidade. “A reportagem oferece detalhamento e contextualização àquilo que já foi enunciado, mesmo que seu teor seja predominantemente enunciativo” (Sodré e Ferrari, 1986, p. 68).

Beltrão (1976) identifica que os elementos da grande reportagem são: antecedentes do fato, projeção do futuro, prognóstico, informação íntegra e análise. Já Medina (1973) entende a reportagem interpretativa como um gênero composto de aprofundamento, antecedentes, contexto e humanização.

Mais do que as características intrínsecas ao gênero, a reportagem carrega também influência do suporte em que está inserido. De acordo com Irene Machado (2002), cada suporte é um ambiente propício para o desenvolvimento de práticas particulares. Considerando que a mídia modifica a maneira como o gênero jornalístico é apresentado e formatado, este trabalho busca também entender as mudanças que o meio digital gera na reportagem - em específico, o aprimoramento da reportagem multimídia.

A internet é um fenômeno recente na história da sociedade contemporânea e foi somente com a expansão do aspecto comercial da web, nos anos 1990, que se iniciou um aprimoramento efetivo do jornalismo nas redes digitais. Desde esse período, a web foi um marco em todos os campos, principalmente no que se refere à informação. Mielniczuk (2003) define a exploração jornalística da web em três gerações: a primeira é o jornalismo transpositivo, em que o conteúdo de veículos impressos é transposto integralmente e sem nenhuma modificação para a internet. Na segunda geração, já é possível perceber a exploração dos recursos da internet, mas com o modelo ainda ligado à produção do meio impresso. Observa-se, por exemplo, a utilização de *links* nas matérias. Já na terceira geração, há um investimento das empresas em explorar as potencialidades da web. “São sites jornalísticos que extrapolam a ideia de uma versão para a web de um jornal impresso já existente” (Mielniczuk, 2003, *online*).

Com o desenvolvimento da internet e a realização de outras pesquisas, os estudos avançaram. Para Barbosa (2013), a quarta geração se baseia no jornalismo de base de dados. Nesse estágio, as bases de dados (BDs) são entendidas como elementos que dão estrutura e sustentação para todas as atividades jornalísticas: desde a pré-produção, até a produção, a circulação, o consumo e a pós-produção. Barbosa (2013) elaborou também a quinta geração do processo jornalístico, quando já é possível perceber o *continuum* multimídia. Para a autora, a expansão das mídias móveis gerou um novo processo de compreensão jornalística. Ou seja, nesse contexto, são os *tablets*, *smartphones* etc.

que reconfiguram os processos jornalísticos nas redes digitais. É importante lembrar que nenhuma das gerações são excludentes, as diferentes etapas convivem entre si.

Ao longo dos anos, autores estabeleceram aspectos que marcam o jornalismo no meio digital. No Brasil, Palacios (2004) trabalha com seis características: hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, personalização e atualização contínua:

(a) Hipertextualidade: uma estrutura que permite à narrativa se construir de maneira não-linear, que une um enlace a outro, utilizando o hipertexto.

(b) Multimídia: é a possibilidade de reunir recursos provenientes de diferentes formatos, como a imagem, o som e o áudio.

(c) Interatividade: Palacios (2004) dá destaque para o leque de possibilidades que o leitor tem para entrar em contato com o autor do conteúdo *online*: *chats*, *e-mails*, *fóruns*, etc.

(d) Memória: Palacios (2004) afirma que a *Web* é uma plataforma que permite mais facilmente o acúmulo e o acesso às informações. Devido à grande capacidade tecnológica, as redes digitais servem como suporte e como banco de dados para uma série de *links*.

(e) Personalização: é a possibilidade de o leitor encarar a narrativa da maneira como julgar mais necessária ou pertinente.

(f) Atualização contínua: permite ao jornalista adicionar materiais ao produto final mesmo após sua publicação.

Para García (2003), a reportagem multimídia encontra, no meio digital, uma maneira de potencializar suas características originais. É importante ressaltar que todos os gêneros jornalísticos se beneficiam das características e potencialidades disponibilizadas pelo meio digital. Entretanto, a questão essencial aqui é o benefício especial que recebe a reportagem.

Nesse contexto, a convergência é um fenômeno que marcou o desenvolvimento do jornalismo para internet. Mais do que afetar as organizações empresariais, tecnológicas e profissionais, influi também nos conteúdos gerados (Salaverría, 2010). Segundo Jenkins (2004), a convergência afeta a cultura contemporânea, potencializando o encontro não apenas tecnológico, mas também nas indústrias, nos produtos, nas relações e nas maneiras como se dá o consumo.

Mas a hibridização de linguagens não é um fenômeno recente. Santaella (2007) defende que esse fenômeno é característico desde a criação dos meios de massa. Com o desenvol-

vimento do jornal, o texto, as imagens e a diagramação passaram a se hibridizar de maneira mais natural. Ao longo da evolução midiática e tecnológica, a fusão dos meios fez surgir tecnologias que impactaram a maneira como o homem se comunica. O computador, segundo a autora, traz consigo não apenas a hibridização que já era própria do fenômeno que se seguia, mas também uma linguagem “cibrida”, que é própria do ciberespaço.

Nesse sentido, Plaza (1987) traz os conceitos de intermídia e multimídia para definir os produtos que unem diferentes formatos midiáticos. O fenômeno da multimídia, para o autor, nada mais é do que a sobreposição de diversas tecnologias sem que a soma delas gere um conflito ou um produto final diferente. “Neste caso, os múltiplos meios não chegam a realizar uma síntese qualitativa, resultando uma espécie de colagem que se conhece como multimídia” (Plaza, 1987, p. 65). Já o fenômeno da intermídia consiste na criação de um resultado diferente dos dois produtos originais que constituíram o objeto final. “Tomando como exemplo o videotexto, este é produto da síntese qualitativa (*intermídia*), síntese do computador, vídeo doméstico e da cablagem telefônica que permite mostrar textos e imagens usando a telemática” (Plaza, 1987, p. 65, grifo do autor).

Os conceitos de Plaza (1987) podem ser relacionados à ideia de multimídia defendida por Salaverría (2005). O teórico espanhol afirma que há duas formas de convergência de conteúdo que geram a multimídia. A multimídia por justaposição consiste na apresentação de diferentes materiais feitos a partir de uma mesma produção e apuração, apresentados em distintos formatos midiáticos que não se completam e que podem se repetir. A multimídia por integração consiste na combinação de diferentes suportes midiáticos em uma mesma narrativa. Nesse último caso, para ser considerado um verdadeiro produto multimídia, as informações não podem simplesmente estar justapostas, mas é preciso que haja uma integração entre os meios. Os elementos estão reunidos em um mesmo suporte e possuem uma unidade comunicativa, ou seja, compõem um único discurso coerente, que não se repete, mas agrega informações. Ainda assim, o conceito de multimídia por integração não é a mesma coisa que intermídia. Enquanto o resultado da multimídia por integração é a reunião de elementos para criar uma unidade narrativa, na intermídia, o

resultado do processo midiático é a criação de um novo produto.

Longhi (2010b) adota os conceitos de intermídia e hipermídia em seus estudos. “A concepção de intermídia vem colaborar para o entendimento das estratégias de convergência, que vão além da simples colagem, para efetivar-se numa fusão que opera conceitualmente, no nível do seu significado” (Longhi, 2010b, p. 203). Em um artigo publicado em 2009, a autora afirma: “A hipermídia atua para a criação de narrativas nas quais o acompanhamento de informações adicionais ao texto significa, por si só, um elemento fundamental da informação on-line” (Longhi, 2009, p. 192). Esse fenômeno foi estudado pela autora em infográficos produzidos por grandes portais de conteúdo online. É possível inferir, então, que a intermídia acontece quando o maior número possível de mídias está reunido para formar uma estrutura que transmita a informação e permita a interação do usuário com o conteúdo. A integração pode acontecer sem acarretar intermídia, mas a intermídia não pode acontecer onde não houver integração.

Analisando as implicações que a hipermídia gerou na reportagem, Larrondo Ureta (2004) aponta que o hipertexto, a multimídia e a interatividade permitem mais opções de profundidade na informação da reportagem no meio digital, comparada inclusive às variedades mais desenvolvidas do jornalismo impresso, de rádio e de televisão. Prova disso é que a denominação “reportagem” pode ser vista também como “a fundo” ou “especial” nas seções de jornais e publicações. Longhi (2010a) se dedica ao estudo de uma variação da reportagem multimídia, destacando-a como “especial multimídia”.

Longhi (2010a) ressalta que o “especial multimídia” é constituído através da convergência de linguagens e também através da convergência de gêneros jornalísticos, como entrevistas, depoimentos e documentários.

[...] Poderíamos definir o especial multimídia como: “grande reportagem constituída por formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, entre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear” (Longhi, 2010a, p. 153).

Ou seja, o “especial multimídia” agrega outras categorias de produções multimídia, como a linha do tempo e o *slide-show*,

por exemplo. É uma grande reportagem que se apropria de vários recursos para explicar o conteúdo. “[...] por se tratar de uma imensa gama de formatos diferentes, que utilizam os recursos da hipermídia, como a interatividade, a multilinearidade e a adição de elementos multimídia, esse tipo de produto webjornalístico carece de uma definição mais apurada” (Longhi, 2010a, p. 150).

Análise de “A Batalha de Belo Monte”

O especial multimídia carrega as estruturas do meio em que está inserido, utilizando várias ferramentas e linguagens para comunicar e integrar todos os pontos da reportagem em uma única produção, formando uma rede informativa. A análise desse objeto requer uma metodologia aberta, que possibilite “a apreensão de movimentos, multiplicidades e diferenciações do processo em estudo”, como destaca Baccin (2012, p. 27), por isso, a escolha pela cartografia, perspectiva metodológica que busca mais acompanhar um processo de investigação do que representar um objeto (Kastrup, 2007).

Em dezembro de 2013, o jornal Folha de São Paulo, um dos maiores jornais impressos e portais online do Brasil, lançou a série “Tudo sobre”. A série, que reúne grandes produções multimídia, foi encabeçada pelo especial “A Batalha de Belo Monte” (Figura 1). A produção exigiu dez meses de trabalho e foi lançada em três plataformas diferentes: o impresso, o online e a TV Folha (Folha de S. Paulo, 2014).

Elaborada pelos enviados especiais Marcelo Leite, Dimmi Amora, Morris Kachani, Lalo de Almeida e Rodrigo Machado, a produção tem como tema principal a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, no estado do Pará, pela empresa Norte Energia. A terceira maior hidrelétrica do mundo é uma obra controversa, devido ao seu impacto social e ambiental. É um projeto que se arrasta há mais de 35 anos, ganhando repercussão nacional e internacional. Para dar conta de todo o tema, a reportagem entrevistou ribeirinhos, indígenas, professores, responsáveis técnicos, representantes políticos, dirigentes das empresas e de organizações não governamentais. Além disso, houve um grande trabalho de pesquisa em relatórios e em arquivos históricos sobre o assunto.

A reportagem se divide em cinco capítulos, segmentados em páginas diferentes: Obra, Ambiente, Sociedade, Povos indígenas e



Figura 1. Capa do especial *A Batalha de Belo Monte* (Folha de S. Paulo, 2013a).

Figure 1. Feature cover *The Battle of Belo Monte*.

História. Cada capítulo dá conta de um aspecto essencial para o entendimento completo do tema. Como sugere Coimbra (1993), o gênero reportagem reúne tantas informações que é difícil organizar todas elas em um modelo cronológico. Por isso, o produto tem sua própria estrutura fragmentada. As divisões são todas apresentadas no menu principal, localizado permanentemente no canto superior direito. Ao final da leitura de cada capítulo, também aparece ao leitor a opção de clicar em uma das cinco páginas principais.

Um dos aspectos inerentes à reportagem, defendido por muitos pesquisadores, como Sodré e Ferrari (1986), é a liberdade narrativa. Diferente da notícia, que possui uma estrutura fixa e impessoal, geralmente atrelada à pirâmide invertida, a reportagem possui uma possibilidade narrativa dotada de mais liberdade e interpretação.

Além de reunir muitos elementos do gênero reportagem, o especial também traz traços de outros formatos jornalísticos. Isso pode ser observado seguindo a classificação elaborada por Marques de Melo (2010). Por exemplo, o jornalismo interpretativo pode ser encontrado na cronologia (Figura 2), infografia interativa apresentada no capítulo 5 do especial.

Já o jornalismo opinativo pode ser caracterizado nos artigos presentes em uma aba especial. Esse aspecto vai ao encontro da ideia defendida por Longhi (2010a), que aborda a convergência de gêneros jornalísticos no especial multimídia. Segundo a análise da autora, é

possível entender o especial como uma espécie de herdeiro da grande reportagem do impresso, e classificá-lo ainda dentro da categoria de “gêneros interpretativos”. Ainda assim, é preciso levar em conta que dentro do que se entende por especial multimídia, são utilizados formatos tão diversos como entrevistas e depoimentos (Longhi, 2010a).

Segundo Barbosa (2013), o atual cenário jornalístico permite a atuação conjunta, integrada entre os diferentes meios. A partir das bases de dados, o conteúdo de “A Batalha de Belo Monte” se expandiu dentro de outros formatos explorados pela Folha de São Paulo. Fruto da mesma apuração, houve a realização de uma série especial no jornal impresso, uma seção especial no *site*, um documentário dividido em três partes para a TV Folha, um aplicativo para *smartphones* e uma reportagem digital que possui capacidade para se adaptar a inúmeros aparatos, como computador e *tablet*. Ou seja, não há uma competição entre os formatos, mas sim uma atuação conjunta, que se complementa.

Mapeando a integração dos formatos midiáticos

Para melhor analisar a maneira como os formatos midiáticos estão distribuídos em “A Batalha de Belo Monte”, foi realizado mais um exercício de desconstrução (Figura 3). Para isso, a técnica utilizada é a das molduras. Foram capturados *print screens* dos cinco capítu-



Figura 2. A cronologia apresenta um histórico das notícias divulgadas sobre o tema e encerra o especial (Folha de S. Paulo, 2013c).

Figure 2. The timeline provides the history of the news reports on the subject and ends the feature.

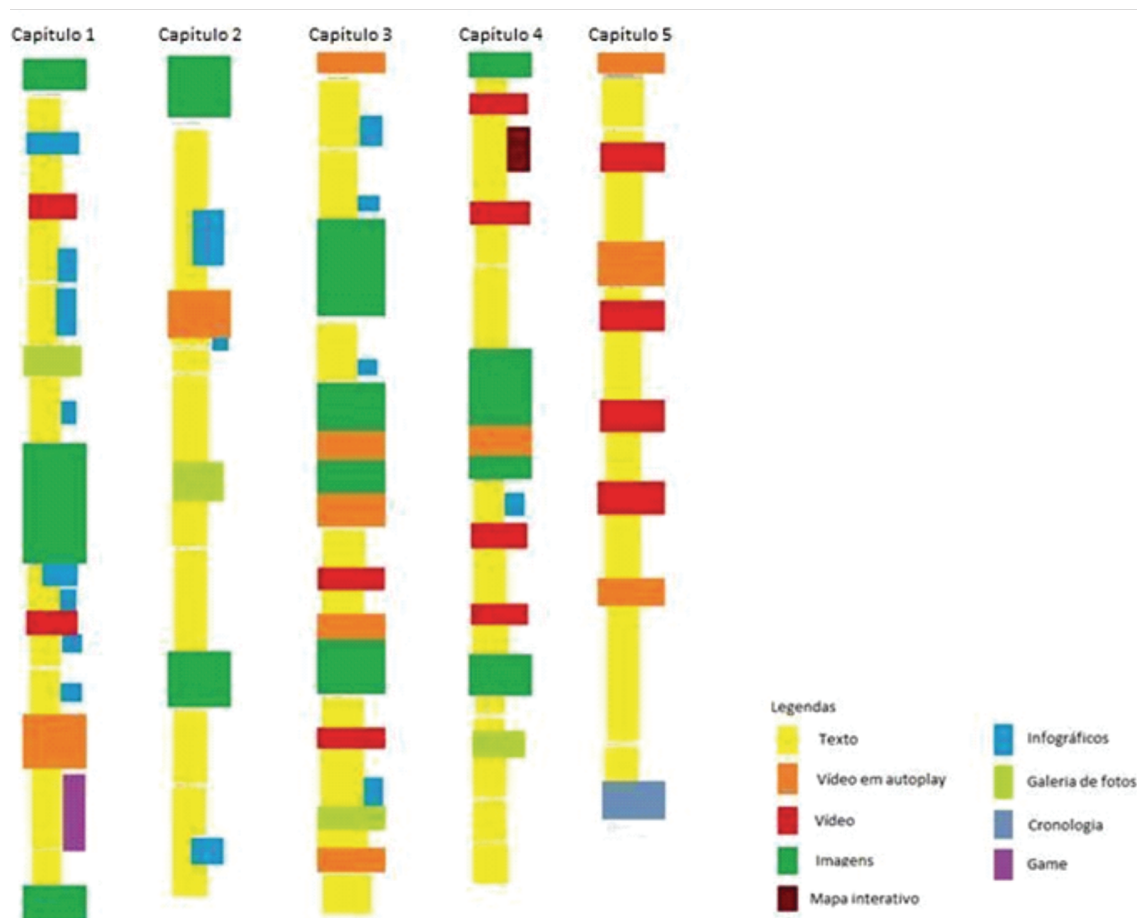


Figura 3. Mapa da cartografia da integração multimídia.

Figure 3. Map of the multimedia integration cartography.

los do especial multimídia. Em seguida, cada um deles foi dividido em cores, representando os recursos utilizados.

É possível perceber que a reportagem foi estruturada através do texto. Assim, todas as outras plataformas que compõem a reportagem figuram como aspectos complementares, que ajudam a compor e a explicar melhor o conteúdo. Como destaca García (2003), cada elemento possui uma importância dentro da constituição da reportagem multimídia. A reportagem utiliza os seguintes recursos: infográficos interativos e estáticos, vídeos com acionamento automático e em *autoplay*, fotos ampliadas, galerias de imagens e texto.

Os *infográficos* se apresentam como uma mídia auxiliar na visualização de informações mais objetivas. São aplicados para fazer relações e esquematizar conteúdos densos. Esse recurso pode ser encontrado tanto em forma de esquematizações simples, quanto em forma de mapas estruturados e infográficos interativos. O Folhacóptero em Belo Monte e o Mapa Interativo da Bacia do Xingu exploram questões técnicas e ambientais, e funcionam como *hiperlinks* dentro do especial multimídia. Eles aumentam o envolvimento do leitor com o conteúdo. No mapa, o leitor pode conhecer a região do Rio Xingu, entender onde vão acontecer as intervenções e compreender melhor

quem será afetado. O Folhacóptero (Figura 4) é um recurso que permite ao leitor expandir a experiência. Já que pode ser executado em *smartphones* ou *tablets*, o conteúdo extrapola a tela do computador e transpõe o conteúdo do especial para outra experiência.

Já o infográfico interativo da linha do tempo faz uma retomada ao passado e também apresenta atualização do tema, pois foram acrescentadas informações posteriores à publicação do especial. O recurso permite um envolvimento maior do usuário, que pode selecionar as notícias conforme o período de interesse.

Os vídeos com *acionamento manual* se constituem primordialmente de sonoras, apenas com um gerador de caracteres mostrando o nome e a função do entrevistado, mas sem imagens de apoio, introdução ou narração. Essas sonoras são trechos de entrevistas com personagens, especialistas ou fontes que ratificam o que está sendo exposto no texto. Apenas duas produções contrariam essa regra: os dois vídeos elaborados com modelagem 3D e com narração que fazem um resumo do conteúdo apresentado na reportagem. Esses dois produtos não estão conectados com o resto da reportagem, já que rompem toda a estrutura da história. Os vídeos com *autoplay* são compostos com áudio bem evidente. Esse recurso surge automática-



Figura 4. Folhacóptero permite ao leitor interagir com o conteúdo (Folha de S. Paulo, 2013c).

Figure 4. “Folhacóptero” allows the reader to interact with the content.

mente na tela e possui um conteúdo mais passional. Essa plataforma é mais utilizada para apresentar o ambiente, evidenciar problemas e compor personagens. As aplicações de *som* aparecem apenas acopladas aos vídeos.

As *fotos* ampliadas possuem forte apelo emocional. O fato de mostrarem mais detalhes da imagem permite que ela se componha de mais elementos. Esse recurso é bastante utilizado para apresentar ambientes, compor personagens, evidenciar problemas e apresentar questões técnicas (Figura 5).

As *galerias de imagem* possuem aspectos diferentes das imagens ampliadas. Por serem de menor tamanho, suas fotos possuem menos detalhes, mas se agrupam de forma a aumentar a experiência do leitor sobre aquele tema específico. Essa mídia é utilizada para apresentar ambientes, compor personagem ou retomar eventos passados.

Cabe fazer também alguns apontamentos sobre padrões observados no especial multimídia. Os capítulos seguem um padrão estético e de formato. Todas as páginas iniciam com uma foto ampliada ou um vídeo de acionamento automático acompanhado de um texto introdutório. Ao mesmo tempo, todos os subtópicos iniciam e terminam com textos. Todas as fotos ampliadas e vídeos em *autoplay* aparecem com o acompanhamento de uma legenda. Enquanto há sequências verticais de fotos e de vídeos com acionamento automático, a mesma organização não se aplica aos vídeos com acio-

namento manual, que, diferente dos outros dois recursos mencionados, ocupam um espaço pequeno na tela, centralizados. Esses vídeos são distribuídos ao longo da narrativa textual dos diferentes capítulos.

As fotos são os recursos que ganham mais destaque nos capítulos, pois aparecem em maior número e acumulam maior variedade de temáticas em quatro dos cinco capítulos. Os infográficos e os vídeos também assumem papel importante, principalmente os infográficos interativos, que são um dos diferenciais do especial multimídia. A integração entre os diferentes formatos, em todos os capítulos, é essencial para que a produção não se limite à descrição textual e consiga levar o leitor ao contexto do local e à maneira como vivem os personagens retratados.

Considerações

A partir da desconstrução cartográfica, foi possível entender como o conteúdo é distribuído nos diferentes formatos midiáticos: ao mesmo tempo em que os infográficos são utilizados para visualização de dados e para complementar a informação da narrativa escrita, as fotos ampliadas e os vídeos com acionamento automático possuem caráter mais passional e auxiliam na humanização da reportagem, na contextualização do leitor e na construção de personagens. Os vídeos com acionamento manual trazem sonoras de fontes ou se apre-

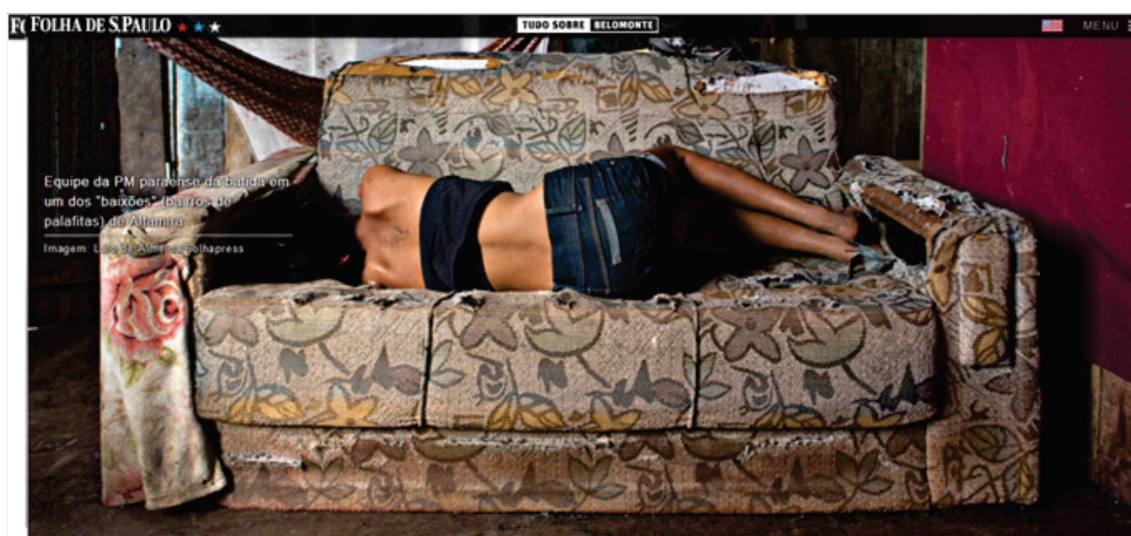


Figura 5. Foto ampliada é utilizada para compor ambientes e evidenciar problemas (Folha de S. Paulo, 2013b).

Figure 5. An enlarged photo is used to compose environments and highlight problems.

sentam como produções mais elaboradas, que não estão necessariamente conectados ao contexto. Já os infográficos interativos atuam para ilustrar o ambiente ao leitor, ou permitem a visualização de conteúdos divulgados sobre o assunto, como é o caso da cronologia, permitindo uma interação maior com o usuário.

Apesar de o especial multimídia ser baseado principalmente no texto, os demais formatos utilizados não são apenas acessórios: são importantes para o entendimento da história e atuam de maneira integrada. As imagens são o recurso com mais visibilidade em quatro dos cinco capítulos do especial. Já os infográficos e os vídeos também são relevantes e acumulam temáticas em todos os capítulos. Essa integração é importante, pois permite que o leitor entenda melhor o contexto e o ambiente do local onde está sendo construída a usina, não se limitando à descrição textual. É possível constatar que o gênero reportagem, no meio digital, carrega junto características da reportagem em profundidade originada do impresso, como liberdade narrativa, detalhamento e humanização. Ao mesmo tempo, também se beneficia das características do meio digital, através da multimedialidade, da interatividade, da hipertextualidade, da legibilidade, da ruptura de periodicidade e das possibilidades técnicas.

Além de agregar distintos formatos, “A Batalha de Belo Monte” reúne também modelos de diferentes gêneros jornalísticos. Isso a transforma em um produto mais completo, podendo ser categorizado no que Longhi (2010a) denomina de “especial multimídia”. As características de convergência se apresentam de maneira integrada e, em alguns momentos, demonstram uma fusão conceitual, em que os componentes do produto geram um resultado diferente. O especial também se desdobra em outras plataformas, como edição impressa e canal do *Youtube* da TV Folha, além de ser constituído por infográficos interativos que podem ser vistos em *smartphones* e *tablets*, mostrando que segue as características do *continuum* multimídia, quinta etapa do jornalismo no meio digital estabelecida por Barbosa (2013).

São muitas as inovações e as potencialidades que se aplicam a cada dia com o surgimento de tecnologias, programas, *softwares*. Essa técnica é complementada com as capacidades de profissionais cada vez mais qualificados e que sabem aproveitar as características do meio. As mídias, como o rádio e o impresso, continuam a manter seu espaço e funcionalidade. Ainda assim, novas reportagens como o

modelo “A Batalha de Belo Monte” mostram uma tendência a ser seguida, já que se debruçam para esmiuçar um determinado tema com profundidade, utilizando os recursos disponibilizados pelas novas mídias.

Referências

- BACCIN, A.N. 2012. *A construção do acontecimento jornalístico Geisy Arruda – Uniban: do vídeo no YouTube à biografia*. São Leopoldo, RS. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 131 p.
- BARBOSA, S. 2013. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: J. CANAVILHAS (org.), *Jornalismo e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã, Livros Labcom, p. 33-54. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130404-201301_joacanavilha_noticiasmobilidade.pdf. Acesso em: 15/06/2014.
- BELTRÃO, L. 1976. *Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica*. Porto Alegre, Sulina, 120 p.
- COIMBRA, O. 1993. *O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura*. São Paulo, Ática, 183 p.
- FOLHA DE S. PAULO. 2013a. Tudo sobre A Batalha de Belo Monte. Capítulo 1: Obra. Disponível em: <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/index.html>. Acesso em: 15/06/2014.
- FOLHA DE S. PAULO. 2013b. Tudo sobre A Batalha de Belo Monte. Capítulo 3: Sociedade. Disponível em: arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/capitulo-3-sociedade.html. Acesso em: 16/05/2014.
- FOLHA DE S. PAULO. 2013c. Tudo sobre A Batalha de Belo Monte. Capítulo 5: História. Disponível em: arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/capitulo-5-historia.html. Acesso em: 16/05/2014.
- FOLHA DE S. PAULO. 2014. “TV FOLHA” traz especial sobre Belo Monte; veja na íntegra. Folha de S. Paulo, 12 jan. 2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/2014/01/1396339-tv-folha-traz-especial-sobre-belo-monte-veja-integra.shtml>. Acesso em: 06/05/2014.
- GARCÍA, G.L. 2003. Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica. In: J.D. NOCI; R. SALA-VERRÍA, *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, p. 449-494.
- JENKINS, H. 2004. The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1):33-40. <http://dx.doi.org/10.1177/1367877904040603>
- KASTRUP, V. 2007. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. *Revista da Associação Brasileira de Psicologia Social - Psicologia e Sociedade*, 19(1):15-22. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-71822007000100003>
- LARRONDO URETA, A. 2004. El reportaje se reinventa en la red: estructura del reportaje hiper-

- textual. *Revista Latina de Comunicación Social*, 57(jan-jun). Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm>. Acesso em: 10/03/2014.
- LONGHI, R. 2009. Infografia online: narrativa intermídia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, VI(1):187-196. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p187/10423>. Acesso em: 01/05/2014.
- LONGHI, R. 2010a. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. *Estudos em Comunicação*, 2(7):149-161.
- LONGHI, R. 2010b. Bearing Witness, jornalismo em Flash e formatos da linguagem jornalística digital. *Contracampo* (UFF), 21:191-205.
- MACHADO, I. 2002. Gêneros no contexto digital. In: L. LEÃO (org.), *Interlab. Labirintos do Pensamento Contemporâneo*. São Paulo, Iluminuras, p. 211-234.
- MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. 2010. *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 331 p.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. 1983. *Curso General de Redacción Periodística: periodismo en prensa, radio, televisión y cine, lenguaje, estilos y géneros periodísticos*. Barcelona, Editorial Mitre, 645 p.
- MEDINA, C. 1973. *A arte de tecer o presente: (jornalismo interpretativo)*. São Paulo, Média, 137 p.
- MIELNICZUK, L. 2003. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web. In: *Compós - Encontro dos cursos de Pós-Graduação em Comunicação*, 12º, Recife, 2003. Disponível em: <http://suelytemporal.wordpress.com/artigos/outros-autores/sistematizando-alguns-conhecimentos-sobre-jornalismo-na-web/>. Acesso em: 01/02/2014.
- NOCI, J.D.; SALAVERRÍA, R. (org.). 2003. *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel Comunicación, 589 p.
- PALACIOS, M. 2004. Jornalismo Online, informação e memória: apontamentos para debate. *Revista PJ: Br Jornalismo Brasileiro*, 4(2). Disponível em: http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm. Acesso em: 08/02/2014.
- PLAZA, J. 1987. A Tradução Intersemiótica como intercurso dos sentidos In: J. PLAZA, *Tradução intersemiótica*. São Paulo, Perspectiva, p. 45-69.
- SALAVERRÍA, R. 2005. *Redacción Periodística en Internet*. Pamplona, EUNSA, 184 p.
- SALAVERRÍA, R. 2010. Estructura de la convergencia. In: X. LÓPEZ; X. PEREIRA (coords.), *Convergencia digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela, Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, p. 27-40.
- SANTAELLA, L. 2007. As linguagens como antídotos ao midiacentrismo. *Matrizes*, 1(1):75-97. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i1p75-97>
- SANTANA, L.M. 2008. El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63:348-367. Disponível em: http://www.revistalatinacs.org/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html. Acesso em: 10/04/2014.
- SODRÉ, M.; FERRARI, M.H. 1986. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. 5ª ed., São Paulo, Summus Editorial, 141 p.

Submetido: 13/10/2014

Aceito: 02/11/2014