



A grande reportagem e os recursos da web: uma análise do especial Noronha - o paraíso às avessas, do Jornal do Commercio¹

Carla Patrícia Pacheco TEIXEIRA²
Universidade Católica de Pernambuco, Recife - PE

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar o especial *Noronha - o paraíso às avessas*, do Jornal do Commercio na versão digital. O apelo é o da convergência midiática, na perspectiva de integração de linguagens. A análise busca considerar características como multimídia, interação, hipertextualidade, observando nesse percurso o design da página na web e as formas como esse conjunto de fatores estão sendo ou não explorados no material em estudo. O artigo traz alguns dos primeiros resultados da pesquisa *Visualidade e design da notícia no cenário de convergência midiática: rumos e estratégias na edição gráfica da informação no sistema Jornal do Commercio*³.

Palavras-chave: Convergência; design de notícia; *webjornalismo*.

Introdução

O cenário de convergência midiática está provocando mudanças no fazer jornalístico, assim como na criação de projetos específicos para a *World Wide Web* (*web*). Conceitos inerentes ao design da página impressa – tipografia, grid, equilíbrio, áreas de respiro, Gestalt – aplicados a projetos de jornais diários permitem tornar sua leitura muito mais atraente. Poderíamos chamar esse conjunto de design da informação em relação à mídia impressa. Neste sentido, a aplicação dos conceitos indica caminhos de leitura, permite uma maior compreensão da notícia, oferece possibilidades de criação de acordo com os conteúdos a serem difundidos. Com os avanços tecnológicos alavancando as versões digitais dos jornais impressos, temos notícias cujos conteúdos

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestra em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco; jornalista, especialista em Desenho - Expressão Gráfica pela UFPE; Professora Assistente dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas da Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: carla.teixeira3@gmail.com

³ A pesquisa faz parte de outra, mais ampla, desenvolvida pelo grupo Mídia e Cultura Contemporânea, do Centro de Ciências Sociais da Universidade Católica de Pernambuco, cujo tema é o *Cenário de convergência midiática na produção de conteúdos em sistemas de comunicação regionais*. A pesquisa é coordenada pelo professor doutor Alexandre Figuerôa.



poderã ter, agregadas a essa estrutura de design, as características da Web, entre elas e, principalmente, a multimídia, interação e hipertextualidade.

A evolução dos programas gráficos a partir da década de 80 nos Estados Unidos ampliou ainda mais as possibilidades e os recursos disponíveis aos profissionais de comunicação no processo de difusão de conteúdos. Softwares para a edição de imagens, criação vetorial e editoração eletrônica começaram a ser incorporados no Brasil na década de 90. É no século 21 que temos uma mudança ainda mais significativa: a revolução digital permitindo a transformação de sons, imagens e textos para formatos legíveis por computador (a seqüência 0-1 de bits), provocando alterações significativas nos meios de comunicação. De acordo com Lúcia Santaella (2003), a passagem de todas as mídias para a transmissão digital é, na contemporaneidade, uma realidade, pois

as mesmas tecnologias básicas são utilizadas para transmitir todas as formas de comunicação. Uma das características principais dessa tecnologia, potencializada pela configuração informacional em rede, é permitir que os meios de comunicação atinjam os usuários e obtenham um feedback imediato. (SANTAELLA, 2003, p. 22)

Nesse cenário começa a ser esboçada uma maior integração de linguagens, pois em um mesmo suporte – o meio digital – é possível agregar o que antes era fruto de meios específicos, como o rádio, o jornal, a televisão. Se a linguagem binária unifica a forma de comunicar, os produtos veiculados na *web* ganham nos avanços crescentes da multimídia, explorando recursos como áudio, som ambiente, vídeos, imagens em movimento, além de ter ampliada a interatividade com o usuário (ao permitir ações e intervenções) e conteúdos não-lineares, com caminhos de leitura sugeridos e, conseqüentemente, passíveis de serem ou não seguidos pelo internauta.

Nos dias atuais, a revolução digital continua avançando em múltiplas vertentes. Não se trata apenas da digitalização da informação, mas de novas formas de produzir e difundir conteúdos, em um processo cultural denominado convergência midiática. Jenkins sinaliza ser a convergência muito mais do que um processo tecnológico unindo várias funções em um mesmo aparelho. É “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (2009, p.30).

Dessa forma, o presente artigo visa, com a análise do especial do *Jornal do Comercio* na versão digital, perceber como a convergência está contribuindo para a criação de produtos jornalísticos multimidiáticos, interativos e hipertextuais, com uma



linguagem própria, destinada principalmente às grandes reportagens. Nesse percurso, a análise terá como foco o design da página na *web*, tentará estabelecer semelhanças entre a reportagem especial e exploração de recursos gráficos com as características imersivas da infografia na *web*, trabalhando aspectos como a multimídia, a interação, a multimodalidade, observando o design da página na *web* e as formas como esses fatores se integram, considerando-os dentro de um fenômeno mais amplo, que é o da convergência midiática.

O jornalismo e os novos meios de comunicação

Nos dias atuais, a revolução digital continua avançando em múltiplas vertentes, bem além do nível operacional ou de meros aplicativos. Não se trata apenas da digitalização da informação, mas de novas formas de produzir e difundir conteúdos. Nesse sentido, os novos meios de comunicação, em um sentido amplo, representam mais do que avanços tecnológicos. São formas culturais dependentes de componentes digitais para serem armazenadas, distribuídas e representadas, capacidades estas geralmente associadas a um computador, explorando as capacidades do processador para oferecer uma experiência interativa, tanto de acesso aos conteúdos quanto na comunicação entre usuários. Assim, esses novos meios de comunicação são

dotados de interactividad y de un espacio de interacción más importante que los medios tradicionales, ofrecen el acceso a una fruición a medida. Se los reconoce por su aspecto dinamizado en tiempo real em función de los intercambios hombre-maquina. (IGARZA, 2008, p. 11)

É preciso observar, ainda, os diferentes tipos de fruição da informação e da conectividade, atualmente mediadas por dispositivos que não apenas o computador. São iphones, ipads, telefones celulares, formas outras de acesso à Internet, permitindo comunicação em tempo real, *on-line*, e uma participação mais ampla do usuário da rede, “marcada principalmente pelos processos de produção colaborativa”. (PRIMO, 2009, p. 7).

A interatividade, a cultura participativa e a comunicação em tempo real estão, cada vez mais rápido, alterando o fazer jornalístico. Na apuração e posterior edição de uma notícia, o repórter de um jornal impresso pode contar com o uso do texto, fotografias, títulos, boxes com informações complementares, infográficos. Com a



multimedialidade da *web* é praticamente extinta a distinção entre veículos impressos e audiovisuais. Vídeos, infográficos animados, fotografias, sons (áudio de entrevistados ou mesmo músicas), são códigos informativos da rede e podem ser incorporados à reportagem.

Ao analisar as primeiras experiências de jornalismo digital mundial (entre 1994 e 1995), o pesquisador Joan Frances Gascón fala sobre duas versões de visualização da notícia, a hipertextual (HTML) e a de página inteira (PDF), destacando haver nas ferramentas atuais uma superabundância de maneiras de organizar e apresentar a informação, facilitando a construção de mensagens abertas e gerando múltiplos significados a cada leitura. Nesse sentido,

a singularidade da multimídia é a integração sincronizada e unificada de conteúdos expressada em códigos diferentes. A tecnologia digital convergente e as telecomunicações geram uma comunicação cada vez mais onipresente, interativa e com capacidade importante de transmissão de informação. [...] É a qualidade de alguns produtos informativos de formar um significado único pela harmonização de diversos elementos informativos comunicados através de códigos diferentes. (GASCÓN, 2011, p. 120).

Temos então a integração multimidiática permitindo uma narrativa enriquecida pela combinação de vários códigos, mas também exigindo novas competências do repórter. Este deve pensar a notícia considerando a utilização dessas linguagens, sua adequação à mensagem a ser transmitida, trabalhando de forma a não ser redundante na edição do material para a *web*. Salaverría (2009) fala ser este um novo desafio para os jornalistas, pois a Internet é o primeiro meio que, graças à sua convergência tecnológica, admite a publicação de textos, imagens e sons em um único suporte. Cabe ressaltar, no entanto, não ser o foco deste trabalho abordar o perfil do jornalista e sim estabelecer como os códigos estão sendo explorados no desenvolvimento de grandes reportagens ou nos chamados especiais.

Convergência: um fenômeno cultural e múltiplo

Tema de estudos diversos e foco de atenção de empresas e conglomerados de comunicação, a convergência midiática pauta hoje os trabalhos de autores como Salaverría e Avilés (2009), Jenkins (2009) e Igarza (2008), que buscam compreender um fenômeno múltiplo e abrangente, tanto na diversificação dos meios de comunicação



quanto na formação de um novo perfil para os jornalistas, que passam a acumular funções e trabalhar com linguagens diversas. A forma como a notícia é apresentada também se altera, considerando a necessidade atual de publicar uma mesma informação em múltiplas plataformas.

Há outro ponto em comum entre os autores no que diz respeito à convergência dos meios de comunicação, na observação de ser esta algo dinâmico e que, se envolve aspectos como a integração das redações de um mesmo sistema de comunicação, implicando na exigência de novas competências dos jornalistas, também afeta outros segmentos, não apenas o editorial.

Nessa perspectiva, Salaverría e Avilés (2009) afirmam que a convergência afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagem anteriormente separados. Destacam especialmente o perfil dos jornalistas, cujos aspectos foram apresentados acima. Partindo desse pressuposto, é traçado uma espécie de mapa onde Salaverría e Avilés propõem estabelecer a relevância de cada uma das dimensões descritas no processo de convergência.

Por estar envolvida diretamente com o foco do estudo, é preciso detalhar a dimensão editorial, de produção de informação, que inicialmente se concretiza com a difusão dos mesmos conteúdos através de meios diversos. Ou seja, ela ocorre quando uma mesma notícia é publicada, sem modificação alguma, em um ou mais meios de um mesmo grupo, o que coincide com a modalidade denominada de multiplataforma. Entretanto, segundo Salaverría e Avilés, existe uma interpretação mais avançada, que trata de uma linguagem que combina textos, sons e imagens fixas e em movimento pois

este nuevo language, explorado sobre todo por médios en Internet, sería algo así como um crisol en que se amalgaman las herencias genéticas del periodismo escrito por un lado y del periodismo audiovisual por outro. Entendida así, la convergencia de contenidos es una buena medida sinônima de la multimedialidad. (SALAVERRÍA; AVILÉS, 2009, p. 50).

Em se tratando de *webjornalismo*, a multimídia aparece como uma característica explorada com mais frequência no caso de grandes reportagens ou especiais. O Jornal do Commercio explora o recurso ao incorporar nos especiais vídeos, o áudio das reportagens e imagens em movimento. Traz, ainda, a possibilidade de participação dos usuários, através principalmente da inserção de comentários.



Essa cultura participativa, que entre outros aspectos, implica na interação entre os meios e os usuários, com a produção de conteúdos próprios e a incorporação desses na difusão de informações, é um dos conceitos abordados por Henry Jenkins (2009). Jenkins é contrário à ideia de observar a convergência como um processo tecnológico que une várias funções em um mesmo aparelho.

Nesse sentido, a convergência “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Para ele, devem ser considerados os fluxos de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação (JENKINS, 2009, p.30).

A cultura participativa também é tratada por Igarza (2008). A produção e compartilhamento de conteúdos e a comunicação ponto a ponto, além da criação de comunidades virtuais, estariam em crescimento, principalmente entre os jovens. A filosofia de compartilhar na rede, criar conexões entre pessoas que não se conhecem, mas possuem interesses comuns, projetos colaborativos com grupos de usuários cooperando em edições abertas de conteúdos (como a Wikipédia). Há, ainda, uma caracterização sobre a exploração das dimensões da convergência pelos novos meios de comunicação. Eles compartilham três características:

- 1) São digitais, pela digitalização de conteúdos e uso de redes;
- 2) Interativos, na medida em que os leitores se convertem em usuários com papel ativo, podendo os novos meios incorporar com facilidade a produção de terceiros ou dos próprios usuários. Essa interatividade pode tanto ser entre meio e usuário como entre usuários, que trocam entre si informações diversas.
- 3) São *on-line*, com conteúdos e serviços disponíveis em qualquer lugar e a todo momento. Todos os conteúdos e serviços são multiplataforma, adequando-se automaticamente aos diversos formatos de recepção (IGARZA, 2008).

Este breve painel sobre a convergência dos meios de comunicação possibilita uma visão do que teríamos como produto no *webjornalismo*, no desenvolvimento de reportagens que explorem as potencialidades da *web* na difusão de conteúdos.

Interatividade, hipertextualidade e multimídia na produção da notícia



Na travessia do meio analógico para o digital, iniciada na década de 90, os jornais impressos tiveram de lidar não apenas com outro suporte quando passaram a ter versões digitais (deixando, mas não de todo, a bidimensionalidade do papel), mas com toda uma perspectiva de mudança nas formas de produção e veiculação da notícia. Se de início eram explorados apenas os códigos HTML e disponibilizadas as versões impressas em PDF, na atualidade o que se vê é a incorporação de múltiplas linguagens em um único meio, a *web*.

A notícia ganha um novo status, podendo explorar características como a interatividade, a hipertextualidade e a multimídia. O design da página, em alguns casos ainda semelhante às versões impressas, também começa a incorporar novos códigos, permitindo uma navegação mais intuitiva e facilitando a participação do usuário. Para subsidiar a análise, é importante detalhar esses quatro aspectos.

Interatividade e participação: pode assumir várias formas, sendo aqui voltada para a participação do usuário e as possibilidades de leitura não-linear, de acordo com os interesses do usuário.

Hipertextualidade: conceito trabalhado por Pierre Lévy (2001), entre outros autores, o hipertexto é composto por nós e por links entre esses nós de modo que, na *web*, se transforma em uma “informação multimodal disposta em uma rede de navegação rápida e ‘intuitiva’ (LEVY, 2001, p. 56). Os nós podem ser textuais, sonoros, visuais, audiovisuais ou gráficos e representam uma unidade de informação que ativa uma conexão com outra informação (PALACIOS, NOCI, 2011, p. 32). Uma *webreportagem* pode explorar a hipertextualidade quando da utilização de vários níveis de informação interconectados, surgindo, por exemplo, na forma de textos vinculados, infográficos ou uma galeria de fotos.

Multimídia: é essa característica um dos principais desafios e atrativos da *webreportagem*. Ao agregar texto, som, imagens fixas e em movimento, infografia, o texto deixa de ser apenas o código escrito, ampliando o alcance e entendimento. Também vai demandar um tempo maior na elaboração da reportagem, tendo em vista que a sua utilização exige a combinação de várias linguagens sem que, para isso, elas se tornem redundantes.

Design: é um conjunto de códigos, usados no projeto gráfico de uma reportagem, contribuindo para a personalização do tema e seu desenvolvimento visual.



Inclui tipo de grid⁴, tipografia, estilo de diagramação, cores e fatores como a geometrização e Gestalt⁵.

Além dos itens acima mencionados, a escolha de especiais para a análise considera duas premissas: uma, a questão do gênero, que no caso da grande reportagem é o interpretativo. De acordo com Díaz Noci y Salaverría (2011), pelo viés interpretativo estão incluídas a reportagem de atualidade, especial temático, dossiê documental e a crônica. Nesse sentido, *Noronha – o paraíso às avessas* enquadra-se à estrutura do especial temático, ao abrir espaço para mostrar aspectos não turísticos do arquipélago de Fernando de Noronha, em Pernambuco.

A outra premissa pauta-se no conceito de pirâmide horizontal no desenvolvimento da reportagem. Nos dias atuais, é esse gênero que parece explorar com mais profundidade as peculiaridades da *web*. O modelo de pirâmide deitada, adotado por Canavilhas (2011), considera que

no webjornalismo, a quantidade (e variedade) de informação disponibilizada é a variável de referência, com a notícia a desenvolver-se de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise”. (CANAVILHAS, 2011, p. 13)

Temos então um tema sendo explorado em várias vertentes, adotando uma estrutura base que se liga a vários pontos, permitindo ao leitor navegar por vários eixos da notícia ou até mesmo seguir apenas um deles.

Jornal do Commercio: o veículo em estudo

O Jornal do Commercio (JC), de Recife (PE) possui versões impressas e digitais. Assim como na versão impressa, a digital está dividida em seções que levam, essencialmente, à caracterização dos cadernos impressos, conforme podemos observar na figura 1.

⁴ O grid tipográfico é um sistema de planejamento geométrico que divide a informação em partes e ajudam o observador a entender o significado entre os elementos informativos, sejam estas imagens ou palavras. (SAMARA, 2007)

⁵ A Gestalt é o contraste entre "figura e fundo" do conjunto gráfico. O equilíbrio entre áreas com e sem informação deve ser bem observado. Esses espaços em branco funcionam como área de respiro para uma página ajudando o ritmo de leitura. Essas áreas de descanso visual devem ser usadas de acordo com a necessidade editorial de um assunto, além de representar os anseios estéticos de um determinado público. (OKIDA, 2009)



Figura 1: Página inicial do Jornal do Commercio, versão digital

No Jornal do Commercio, a seção de especiais faz parte de um submenu, logo abaixo do principal, seguindo a lógica das editorias do veículo. Na maior parte das vezes, os especiais do Jornal do Commercio são versões digitalizadas dos especiais publicados em mídia impressa.

O JC integra o Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, pertencente ao Grupo JCPM, dirigido pelo empresário João Carlos Paes Mendonça. O Sistema JC é composto ainda pela TV Jornal (afiliada ao SBT), Rádio Jornal, Rádio JC FM, cadeia de rádios do interior e o portal JC OnLine. Fundado em 3 de abril de 1919, o JC é um dos mais antigos do Brasil. Foi fundado em 3 de abril de 1919. O especial *Noronha – o paraíso às avessas*, foi publicado na versão impressa em julho de 2011.

Jornal do Commercio: narrativa se aproxima da página impressa

Talvez por ser fruto da versão impressa, o especial *Noronha - o paraíso às avessas*, traz os traços desse tipo de veiculação. Os aspectos visuais indicam uma forte influência da diagramação adotada no impresso, com a verticalidade sendo explorada no desenvolvimento do texto. Dessa forma, para ter acesso completo ao conteúdo da reportagem, é preciso usar a barra de rolagem. O grid possui na página inicial três colunas (figura 1). Nas demais páginas, temos um grid de duas colunas. Há, também, outro resquício da página impressa: pequenos trechos destacados do texto, denominados de olhos, publicados ao lado da coluna de texto principal

A primeira página agrega recursos de fotografias em transição (setas indicam o acesso às imagens), um texto de abertura e vídeo (figura 2). Além do texto de abertura,

títulos indicam o desdobramento da reportagem especial. Há ainda a possibilidade de ter acesso aos documentos usados na reportagem. (figura 3).



Figura 2: Primeira página da reportagem traz imagens em transição



Figura 3: Links para as matérias e download de documentos

Os recursos multimídia usados são o texto, as imagens – fotografias em preto e branco, com maior apelo dramático – fixas ou em movimento, vídeos. O visual ressalta a cor preta, contribuindo para criar um clima denso à reportagem, que trata basicamente das dificuldades vividas pela população do arquipélago de Fernando de Noronha, em Pernambuco, escondidas na imagem de ilha paradisíaca vendida aos turistas (figura 4). Não se percebe, no uso da multimídia, uma maior imersão do usuário na reportagem. Em alguns casos, os códigos são redundantes, ou seja, trazem um complemento do que está descrito no texto, muito mais no sentido de destacar algo mais contundente.

A tipografia usada nos textos – sem serifa – é o padrão adotado na Internet, facilitando a leitura. O título tem caráter decorativo e busca ressaltar um caráter tosco,

mal acabado, reflexo da linha editorial adotada pela equipe de reportagem. Os textos são alinhados à esquerda. (figuras 5 e 6).

É usada a geometrização (OKIDA, 2011, p. 2) na distribuição de textos e fotos. Na geometrização se busca criar uma maior proximidade entre os elementos comuns, como fotos, ganhando maior impacto visual ao serem dispostas em blocos. A forma como a equipe de arte distribuiu o material, permite perceber a visível aproximação com o impresso até mesmo no uso da Gestalt, criando áreas de respiro, sempre na cor preta, dando dramaticidade ao conteúdo (figura 4). Não há imagens sobrepostas que sugiram, por exemplo, o efeito de três dimensões.



Figura 4: Preto e branco dão apelo dramático ao especial



Figura 5: Um dos vídeos disponíveis na reportagem especial

Com relação à interatividade e participação dos usuários, ela se limita à inserção de comentários no final das reportagens (figura 6). Estes são mediados pelo editor. Se

considerarmos a interatividade como a possibilidade de explorar caminhos próprios, não apenas os traçados pela equipe de reportagem, o leitor/internauta pode acessar diversas informações, assistir aos vídeos, mas pouco pode intervir nos conteúdos como autor.



Figura 6: Comentários inseridos pelos internautas no especial Noronha

O hipertexto aparece na forma como são apresentados os links para os textos, sempre com a possibilidade de se voltar à página inicial. O percurso é definido de acordo com a atratividade dos títulos, o interesse do leitor em determinado aspecto do tema abordado, em uma cadeia interligada cujo menu está sempre à disposição. Não há como se “perder” em um labirinto de informações, nem é preciso voltar à página inicial para ter, novamente, acesso a todos os links. O mapa sugerido pela reportagem parece não considerar aspectos mais intuitivos, a criação de caminhos diversos ou uma reflexão de como explorar o tema de maneira não-linear.

Conclusões

Ao analisar o especial *Noronha - o paraíso às avessas*, fica nítido a necessidade de diminuir a distância na direção de um *webjornalismo* que seja desenvolvido como tal, ou seja, explore as potencialidades da rede, trazendo mudanças tanto no design e na arquitetura da informação, quanto no uso mais eficaz dos códigos múltiplos presentes na multimídia.

É preciso considerar, no entanto, que a interatividade, a multimídia, o hipertexto implicam em um esforço maior na apresentação de uma reportagem especial. Incorporar todas essas linguagens, de forma a não se tornarem redundantes, mas ofereçam vários níveis de profundidade ao trabalhar os conteúdos parece implicar em



estabelecer novas formas de pensar e produzir a notícia, com uma equipe mais integrada e que saiba lidar com a edição de materiais tão diversos quanto o texto e o vídeo.

Com relação à convergência midiática e o aspecto da cultura participativa, podemos considerar os especiais publicados na versão digital do Jornal do Commercio como pouco participativos. A participação limita-se, na maioria das vezes, à inserção – mediada por um editor – de comentários por parte dos leitores. Os usuários ainda não podem ser autores, acrescentar informações, agregar conteúdos próprios. Na versão digital de outro jornal latinoamericano, o El País da Colômbia (elpais.com.co), as intervenções dos leitores/internautas surgem na forma de vídeos, desenhos e comentários às visões apresentadas na seção Reportaje 360 grados. As *webreportagens* publicadas nessa seção (cinco até o momento) são produzidas por uma equipe específica, especializada em multimídia.

O design, no especial do JC, ainda traz fortes características da mídia impressa. O uso de fotos, áreas de respiro, geometrização, a escolha da tipografia, parecem associadas ao especial publicado na versão impressa, inclusive na sugestão da bidimensionalidade (no caso, agora, a tela do computador). Ainda é pouca a utilização de imagens em movimento, áudio das reportagens, música ambiente, 3D, que permitissem uma maior imersão do usuário na reportagem.

Os maiores ganhos, entretanto, parecem estar vinculados ao que se chama de pirâmide horizontal, com os vários níveis de aprofundamento de uma notícia. Como o hipertexto permite uma leitura não-linear, com nós interligando-se em uma grande narrativa, cada informação pode estar dentro de um eixo base, mas oferecer múltiplas perspectivas para o tema central. A incorporação de recursos multimídia, poderá permitir que a *webreportagem* ganhe corpo e desenvolva uma linguagem mais próxima da convergência midiática.

Referências

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em 07 jun. 2011.

GASCÓN, Joan Frances Fondevila. **Impacto visual na imprensa digital: uma pesquisa espanhola empírica**. BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 6 - Número 2 – 2010. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/index.php/bjr/article/view/28>>. Acesso em: 07 jun. 2011



IGARZA, Roberto. **Nuevos Medios: estrategias de convergencia**. 1ª ed. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed.34, 1999.

NOCI, Javier Díaz, SALAVERRÍA, Ramón. In PALACIOS, Marcos; NOCI, Javier Díaz. **Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada**. Disponível em: <http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2011.

NORONHA - O PARAÍSO ÀS AVESSAS. Especial do Jornal do Commercio. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/JC/especial/noronha/>>. Acesso em: 09 jul. 2011.

OKIDA, Márcia. **O design gráfico como elemento da linguagem editorial**. Design gráfico: comunidade brasileira de design. Disponível em: <<http://www.benzaiten.com.br/dg2006/comapalavra/linguagemeditorial.htm>>. Acesso em: 04 abr. 2009.

PALACIOS, Marcos; NOCI, Javier Díaz. **Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada**. Disponível em: <http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2011.

PRIMO, Alex. In SOSTER, Demétrio de Azeredo; SILVA, Fernando Firmino da (orgs). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. 1 ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

QUADROS, Claudía; QUADROS, Itanel; MASSIP, Pere. **Webjornalismo: da forma ao sentido: os casos da Gazeta do Povo e La Vanguardia**. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewArticle/3184>>. Acesso em: 10 jul. 2011.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo Integrado: Convergencia de medios y reorganización de reacciones**. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.

SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **A heterologia da interação no ciberespaço**. In LEÃO, Lúcia. **Cibercultura 2.0**. São Paulo: U. N. Nojosa, 2003.

SOSTER, Demétrio de Azeredo; SILVA, Fernando Firmino da (orgs). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. 1 ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

STRAUBHAAR, Joseph; LAROSE, Robert. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.