

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

MOBILE FIRST? JORNALISMO LONG FORM EM DISPOSITIVOS MÓVEIS

Liliane de Lucena Ito, doutoranda em Comunicação pela UNESP
Leire Mara Bevilaqua, doutoranda em Comunicação pela UNESP

Resumo simples: Após o sucesso de *Snow Fall*, do The New York Times, grandes empresas jornalísticas no Brasil e no mundo têm apostado em publicações de reportagens digitais que combinam multimídia, interatividade e texto *long form*. Entretanto, o aumento considerável de acessos à internet via *mobile* no país motivou um questionamento específico sobre narrativas do tipo: como o texto *long form* vem sendo apresentado em plataformas móveis? O presente estudo realizou análise comparativa entre as versões desktop, tablet e smartphone de duas reportagens da série TAB. Investigou-se como uma iniciativa periódica apresenta seu conteúdo em diferentes dispositivos, considerando-se a possibilidade de, longitudinalmente, haver modificações. Dentre os resultados, percebe-se uma simplificação no formato que pode estar atrelada à facilitação do consumo do texto *long form* no *mobile*.

Palavras-chave: reportagem multimídia interativa; webjornalismo; TAB.

Introdução

Desde 2014, o portal Uol publica semanalmente reportagens que reúnem os elementos usuais da reportagem do impresso – aprofundamento, contextualização, maior liberdade de linguagem – a recursos disponíveis graças à convergência de meios existente na web. Denominada como TAB, a série de reportagens traz texto *long form*, verticalizado, aliado à interatividade, hipertextualidade e multimídia. A publicação do produto significou para o Uol a monetização de um formato inovador, que possui credibilidade, e que entrega ao patrocinador espaços também inéditos de publicação (ITO; VENTURA, *no prelo*). Cada edição é patrocinada por apenas uma marca, entretanto, sem interferências no conteúdo jornalístico.

A série já passa de sua 92ª edição. Os textos costumam ser bem mais extensos do que uma webnotícia comum, contando com duas a três mil palavras. A quantidade

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

de texto é um dos elementos referentes à linguagem que interfere na apresentação da reportagem – e está relacionada a uma produção mais “palatável” em dispositivos móveis. No caso do acesso via *mobile*, o clique pode afugentar leitores, desencorajados a esperar repetidamente pelo carregamento das próximas páginas. Com o TAB isso não ocorre, uma vez que o texto é todo mostrado na vertical, em apenas uma página.

Longhi (2014), nomeia narrativas do tipo como grande reportagem multimídia, formato que surge com força depois de 2012, possibilitado pelo atual patamar tecnológico em que fatores como o lançamento da versão 5 da linguagem de programação HTML tornam-se decisivos para uma melhor navegação e sofisticação no design. Já Canavilhas (2014), além de salientar a questão da navegação verticalizada e intuitiva, integrada a conteúdos multimídia, atenta-se a uma característica particular do layout de tais reportagens: o uso da técnica de *parallax scrolling* que, no webdesign, simula o efeito 3D na tela que surge com o movimento de elementos diversos conforme o usuário vai rolando a página para baixo, quando este avança na leitura. Para Canavilhas, tal tipo de reportagem denomina-se como reportagem paralaxe. O expoente das reportagens do tipo é *Snow Fall*, publicada pelo The New York Times em 2012. Segundo Canavilhas (2014), *Snow Fall* “ [...] recebeu cerca de 2,9 milhões de visitas na primeira semana, com períodos em que 22 mil utilizadores acederam simultaneamente à reportagem” (CANAVILHAS, 2014, p. 3).

Metodologia

Inicialmente, foi feita uma revisão bibliográfica. Num segundo momento, para análise empírica sobre como o texto *long form* tem sido apresentado nas reportagens do TAB em dispositivos móveis, foram selecionadas duas edições – uma bastante próxima do lançamento do produto e outra bem mais recente, a fim de se observar possíveis mudanças no formato no decorrer dos meses. Foram escolhidas as edições 4, cujo título é “Todo Mundo Mente”(publicada em 2014) e a edição 89, nomeada como “A Equação da Felicidade” (de 2016). A primeira leitura e navegação foi feita

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

via desktop, uma vez que é a versão que potencialmente pode apresentar mais recursos além-texto. A segunda observação foi feita no tablet e a terceira, no celular.

Discussão

No geral, foi possível notar que a versão feita para ser visualizada em computador é sempre mais rica – em recursos textuais e imagéticos – quando comparada com as versões móveis. Nas duas edições analisadas, foi possível constatar que o movimento – característica importante do formato jornalístico em questão – aparece apenas na versão desktop. Uma possível justificativa seria a preocupação dos produtores em oferecer um conteúdo que, dentro de um contexto de consumo móvel, não confunda o leitor com movimentações na tela ou não seja um elemento que corrompa de alguma maneira a visualização da reportagem.

Sobre a quantidade de texto, nas duas edições a narrativa textual é praticamente a mesma para as três versões de publicação. Pode-se considerar, entretanto, que quando há a edição de recursos interativos e multimidiáticos, naturalmente há uma edição do texto que os acompanha. Isso ocorre, entretanto, apenas nas versões móveis.

A edição de número 4 traz experiências de leitura bem diferentes nos três dispositivos testados. A versão desktop é muito mais completa, com recursos interativos e multimidiáticos, além de movimento considerável no layout. No tablet, a versão é a mais “pobre” em recursos multimídia: faltam três grandes módulos de vídeos. Tratam-se de vídeos interativos, alguns com mais de 5 minutos de duração.

Em relação à segunda edição analisada, a mais recente, pode-se notar uma simplificação brutal no formato. Há pouco movimento, apenas no gif do módulo inicial da reportagem e em um ponto específico de uma ilustração onde se vê o *parallax*. A diagramação das três versões é igual – aqui não há quaisquer prejuízos no que se refere à quantidade ou qualidade de informação mostrada. Nesta edição, que é a mais recente em data de publicação (foi ao ar no meio de setembro de 2016), há uma notável diminuição de recursos interativos e multimídia. Há apenas um vídeo na reportagem inteira, de 3 minutos e 14 segundos. O vídeo aparece em todas as versões.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

A interatividade, entretanto, é ainda menor: resume-se aos botões de compartilhamento da reportagem no Facebook ou no Twitter.

Conclusões

Foi possível compreender, no caso das duas reportagens do TAB, que o texto *long form* não sofre cortes nas edições móveis, apresentando-se integralmente. Por ser uma narrativa textual verticalizada, não há adaptações nesse sentido. Entretanto, por conta dos aspectos técnicos – seja a qualidade do acesso à internet ou o dispositivo no qual o usuário faz o acesso – e até mesmo motivações comportamentais, uma vez que a situação de acesso via *smartphone* tende a ser muito diferente se comparada ao momento em que se está na frente da tela do computador, há, na edição mais recente, uma nítida simplificação do formato da reportagem. Se comparada à primeira edição analisada, praticamente não há interatividade e multimídia.

Por fim, a diferença visível entre as duas edições analisadas sinaliza a possibilidade de uma simplificação no formato que pode estar atrelada ao incentivo de consumo do TAB via dispositivos móveis, uma vez que já se sabe que esse tipo de acesso ultrapassa o feito via computadores desde 2014, segundo dados da PNAD. Entretanto, tal afirmação só será possível à custa de investigações futuras, mais aprofundadas, e que certamente envolvam entrevistas junto aos editores.

Referências

CANAVILHAS, J. A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web. In: Paula Requeijo Rey y Carmen Gaona Pisonero, **Contenidos innovadores en la Universidad Actual**, pp. 119-129. Madrid: McGraw-Hill Education, 2014.

ITO, L.; VENTURA, M. (*no prelo*). A Reportagem Multimídia Interativa: Inovação, Produção e Monetização. **Brazilian Journalism Research**. 2016.

LONGHI, R. O turning point da grande reportagem multimídia. Revista **Famecos**: Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 897-917, set.-dez. 2014.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS (PNAD) 2014. Disponível em: < http://downloads.ibge.gov.br/downloads_estatisticas.htm >. Acesso em: 27 maio 2016.