

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LETICIA ORDALIO TOLEDO

**O CHAMADO DA MONTANHA – livro-reportagem em formato e-book sobre o
montanhismo paranaense**

CURITIBA

2014

LETICIA ORDALIO TOLEDO

**O CHAMADO DA MONTANHA – livro-reportagem em formato e-book sobre o
montanhismo paranaense**

Trabalho apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito parcial à conclusão do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo. Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof^a Dr^a. Myrian Del Vecchio de Lima

CURITIBA

2014

LETICIA ORDALIO TOLEDO

**O CHAMADO DA MONTANHA – livro-reportagem em formato e-book sobre o
montanhismo paranaense**

Monografia aprovada como requisito parcial à conclusão do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo. Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Paraná, pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Orientador: Prof^a Dr^a. Myrian Del Vecchio de Lima

Prof. Membro da Banca

Prof. Membro da Banca

Curitiba, de de 2014.

RESUMO

Por trás das montanhas do estado do Paraná há muitas histórias para contar. Longe dos holofotes da mídia tradicional, os montanhistas são atletas que construíram empresas, fizeram amigos e formaram famílias, graças às montanhas. Este Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo buscou contar as aventuras de seis personagens paranaenses que não resistiram ao chamado das montanhas da Serra do Mar e contribuíram, cada um de uma forma, com o desenvolvimento do montanhismo no estado. Ao adotar o formato de livro-reportagem na versão e-book, o trabalho se propôs a produzir um conteúdo jornalístico, em especial, a partir de relatos, mais leve do que o convencional. Com textos curtos, o material é complementado por vídeos e fotos, que permitem aos entrevistados usarem as próprias palavras para contar histórias ou registrar suas opiniões. Mais do que despertar o interesse do público que já conhece o assunto, o produto quer atrair aqueles que ainda não tem contato com a prática esportiva e transmitir a eles um pouco de informações sobre a prática do montanhismo. Tudo isso foi feito por meio de pesquisa bibliográfica sobre jornalismo e montanhismo, pesquisa jornalística, coleta de depoimentos e entrevistas, produção de fotos e vídeos, edição de texto e de produto digital online.

Palavras-chave: Jornalismo digital. Livro-reportagem. E-book. Montanhismo.

ABSTRACT

Behind the mountains of the state of Parana there is a lot of stories to tell. Far from the spotlight of the mainstream media, these athletes have built companies, made friends and formed families thanks to the mountains. This project wants to tell the adventures of six paranaenses characters who have not resisted the call of the mountains of the Serra do Mar and contributed, each in a way, to the development of the mountaineering in the state. By adopting the format of e-book the study proposes to produce a lighter content than the conventional journalistic content, especially from the reports. With short texts, the material is complemented by videos and photos that allow the characters to use their own words to tell stories and record their opinions. More than arouse the interest of the public who already knows the subject, the product wants to attract those who do not have contact with the sport and transmit to them a little about the practice of mountaineering. All this was done by means of bibliographic research on journalism and mountaineering, journalistic research, the collection of interviews, production of photos and videos, text editing and digital product online.

Keywords: Digital journalism. Non-fiction book. E-book. Mountaineering.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	–	NOMENCLATURAS DE VIAS E BOULDERS.....	26
FIGURA 2	–	MAPA HIPSOMÉTRICO DO BRASIL.....	30
FIGURA 3	–	MAPA DE RELEVO DO ESTADO DO PARANÁ.....	33
FIGURA 4	–	DESENHO DA SERRA IBIRATIQUE.....	35
FIGURA 5	–	DESENHO DO CONJUNTO MARUMBI.....	36
FIGURA 6	–	PÁGINA INICIAL BLOG DE ESCALADA.....	45
FIGURA 7	–	PÁGINA INICIAL ALTA MONTANHA.....	46
FIGURA 8	–	CIRCULAÇÃO DE JORNAIS NO BRASIL.....	54
FIGURA 9	–	REPORTAGEM “SNOW FALL”.....	67
FIGURA 10	–	REPORTAGEM “SNOW FALL”.....	68
FIGURA 11	–	EDIÇÕES DO GLOBO A MAIS.....	69
FIGURA 12	–	EDIÇÕES DO GLOBO A MAIS.....	69
FIGURA 13	–	E-BOOK DO GLOBO	70
FIGURA 14	–	E-BOOK DO GLOBO	70
FIGURA 15	–	E-BOOK DO GLOBO	71
FIGURA 16	–	E-BOOK DO THE WASHINGTON POST	71
FIGURA 17	–	E-BOOK THE GUARDIAN.....	72
FIGURA 17	–	PESQUISA VENDA DE TABLETS NO MUNDO.....	76
FIGURA 17	–	PESQUISA POSSE DE TABLETS.....	76

LISTA DE SIGLAS

CEB	– Centro Excursionista Brasileiro
ONU	– Organização das Nações Unidas
UNESCO Cultura	– Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a
CPM	– Clube Paranaense de Montanhismo
AMC	– Associação Montanhistas de Cristo
Fepam	– Federação Paranaense de Montanhismo
AEEP	– Associação de Escalada Esportiva do Paraná
CBME	– Confederação Brasileira de Montanhismo e Escalada
IBGE	– Instituto Brasileiro de Pesquisa
IME	– Instituto Militar de Engenharia
AEIT	– Área Especial de Interesse Turístico do Marumbi

SUMÁRIO

RESUMO.....	4
ABSTRACT.....	5
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	6
LISTA DE SIGLAS.....	7
SUMÁRIO	8
APRESENTAÇÃO	9
INTRODUÇÃO.....	11
1 PROBLEMA	13
2.1 Geral	13
2.2 Outras Problematizações.....	13
3 OBJETIVOS	13
3.1 Geral	13
3.2 Específicos.....	14
4 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	14
1 O INÍCIO DO MONTANHISMO E SUA ORGANIZAÇÃO ATUAL NO MUNDO, BRASIL E PARANÁ.....	16
1.1 AS DIVISÕES TÉCNICAS DO MONTANHISMO.....	23
1.2 MONTANHAS A NÍVEL MUNDIAL, NACIONAL E LOCAL	28
1.3 OS MONTANHISTAS DO PARANÁ	40
1.4 A COBERTURA DO MONTANHISMO.....	43
2 LIVRO-REPORTAGEM E JORNALISMO LITERÁRIO	47
2.1 JORNALISMO LITERÁRIO.....	55
3 JORNALISMO DIGITAL	58
3.1 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO DIGITAL	59
3.2 INOVAÇÕES NO JORNALISMO DIGITAL	65
3.3 PASSADO, PRESENTE E FUTURO DOS E-BOOKS.....	73
4 METODOLOGIA.....	77
CONCLUSÃO.....	80
REFERÊNCIAS.....	82

APRESENTAÇÃO

Nasci e cresci em Pinhais, na Região Metropolitana de Curitiba, mas meus pais trabalhavam, e eu e meu irmão estudávamos, na capital. No fim da tarde, voltávamos todos juntos para casa. Em dias de céu limpo, saindo de Curitiba em direção a Pinhais, principalmente no horário de verão, era possível ver, em um horizonte distante, enormes sombras de montanhas de uma região chamada Serra do Mar paranaense.

Não foram raras as vezes que, com toda a minha curiosidade, perturbei meus pais no caminho para casa lhes perguntando o que havia lá, naquelas enormes figuras que eu via. Sem conhecer direito a paisagem exuberante que as sombras que trilhavam um “sobe e desce” pelo horizonte escondiam, meus pais me diziam que não havia nada por lá. Mas eu não conseguia acreditar, tudo aquilo parecia grande demais para um “nada”. “Sério pai, o que tem lá?”, perguntava esperando ouvir uma longa e surpreendente explicação, “Lá é perto da praia”, me diziam, e creio que era o máximo que meus pais sabiam sobre as montanhas da Serra do Mar naquela época.

Lembro-me de implorar para ir até lá e imaginar o carro do meu pai seguindo viagem sempre reto, não virando a direita na rua habitual para chegar até nossa casa, mas seguindo e seguindo, “toda vida”, até chegarmos aos “pés” daquelas montanhas. Lá, estonteados pelo tamanho das elevações rochosas, ficaríamos admirando por horas a fio toda aquela vista. Então, aquele passaria a ser o nosso lugar, longe da cidade, longe da escola, longe dos colegas que me detestavam, longe da falta de dinheiro dos meus pais, longe de carros buzinando e pessoas gritando, lá não haveria lugar para os problemas, porque as montanhas ocupariam todo o espaço.

Com a adolescência e tudo o que ela traz, a vontade de alcançar uma montanha tinha ficado no passado. Até que um dia recebi um convite para me aventurar na companhia de uns amigos por uma trilha, o Caminho do Itupava, que me disseram tratar-se de seis horas de caminhada. “Você é fraca demais pra isso”, “Não vai aguentar chegar ao fim”, foram as frases que ouvi da minha família quando, com empolgação, lhes disse que estava pensando em aceitar o convite.

Eu era magra demais, desengonçada demais para praticar qualquer esporte, já havia tentado vôlei, basquete, handebol, futebol e até badminton, mas não conseguia me destacar em nenhum, e sempre me faltava força física para seguir até o fim de uma partida. “Se eu não tentar, nunca vou saber se consigo”, disse bravamente a minha família antes de seguir viagem até Quatro Barras.

Apesar de toda a chuva que peguei e de ter demorado mais de 8 horas para completar toda a trilha, o Caminho do Itupava despertou algo em mim. Ao entrar em contato com toda aquela natureza eu me senti parte dela, mais do que isso, eu me senti viva e senti que, como cheguei ao final daquela trilha, poderia completar qualquer desafio na minha vida.

O convite para subir a primeira montanha da Serra do Mar não demorou muito para aparecer. Na trilha do Anhangava, mais curta, porém mais puxada que a do Itupava, eu me sentia igualmente viva. Ao alcançar o topo me deparei com uma visão de tirar o fôlego, tudo ao meu redor era verde, tudo era magnífico.

De lá pra cá não parei mais e toda vez que chego ao topo de uma montanha repito o ritual que fiz na primeira vez que subi ao Anhangava. Eu escolho uma pedra, deito sobre ela, meus olhos fitam o céu quase sempre todo azul, o único som que ouço é o vento, e o mais importante, lá em cima é longe, mas muito longe da cidade, longe da rotina cansativa, longe de pessoas que complicam a vida, longe da falta de dinheiro, longe de carros buzinando e pessoas gritando, lá não há lugar para problemas, porque as montanhas ocupam todo o espaço.

Já na universidade, cursando jornalismo, um dos primeiros conselhos que recebi de um professor quando buscava um tema para o TCC foi: “Escolha algo que você goste”. Tão logo as palavras saíram de sua boca, me peguei pensando no montanhismo. Ao analisar mais a fundo a proposta, me deparei com um campo inexplorado em toda a sua complexidade pela mídia paranaense. Como será apresentado adiante, trata-se de um assunto coberto de forma ligeira e, algumas vezes, até erroneamente. Assim, surgiu e se mantém a busca por produzir um trabalho sólido que explore o montanhismo paranaense, como assunto geral, tratando das elevações rochosas que se estendem por este território, e também, como assunto particular e íntimo, dos personagens deste livro que dedicaram ou dedicam grande parte de suas vidas a esta prática esportiva.

INTRODUÇÃO

O montanhismo se configura como uma prática esportiva e de lazer que se caracteriza pela ascensão a cumes de montanhas e elevações rochosas através de caminhadas ou escaladas. O montanhista é aquele que pratica o montanhismo.

O esporte teve início na cordilheira dos Alpes, na Europa, no ano de 1492, quando Antoine de Ville escalou o monte Aiguille, na França. Mas o marco moderno do montanhismo data do dia 8 de agosto de 1786 quando o médico Michel Paccard e o garimpeiro Jacques Balmat, ambos franceses, venceram os 4.807 metros da Mont Blanc, a mais alta montanha dos Alpes e da União Europeia, e o montanhismo se afirmou como esporte, com o nome de Alpinismo.

A partir de então, a conquista de montanhas se espalhou pelo mundo, chegando à África e à América. O cume mais alto da terra, o Monte Everest, com seus 8.850 metros de altitude, só foi conquistado em 1953 pelo neozelandês Edmund Hillary e seu ajudante Tenzing Norgay.

No Brasil, os primeiros registros de ascensões a montanhas são do início do século XIX, no Rio de Janeiro. Mas a primeira subida a uma montanha com um caráter esportivo se deu somente em 1879, na Serra do Mar paranaense, quando Joaquim Olímpio de Miranda organizou uma equipe e juntos atingiram o pico do conjunto Marumbi (com 1.539 metros de altura).

No Paraná, a prática do montanhismo foi e é favorecida, sobretudo, pelo grande número de montanhas presentes no estado, sendo as de maior destaque aquelas que fazem parte da Serra do Mar paranaense, entre as quais pode-se destacar o Pico Paraná, Pico Caratua e Pico Itapiroca, que levam os títulos, respectivamente, de montanha mais alta do sul do Brasil, segunda montanha mais alta do sul do Brasil e quinta montanha mais alta do sul do Brasil.

Além da Serra do Mar, o montanhismo no Paraná também é bastante praticado, por vezes na forma de escalada e por vezes na forma de caminhada, nas cidades de São Luis do Purunã, Piraí do Sul, Londrina, Foz do Iguaçu, Toledo e Lapa, além do Canyon do Guartelá e a Ilha do Mel.

O estado também é uma das unidades da federação do Brasil onde o montanhismo se encontra mais desenvolvido. Além do Paraná possuir o registro de ascensão a uma montanha, para fins esportivos, mais antigo do Brasil (1879),

alguns dos mais completos e experientes montanhistas brasileiros são paranaenses. Carin Marchiorato, por exemplo, em 2012, aumentou o nível máximo de escalada em boulder (uma modalidade de escalada) que uma mulher brasileira já fez, e Waldemar Niclevicz foi o primeiro brasileiro a escalar o Monte Everest, em 1995.

Apesar desses títulos, o montanhismo não tem muito espaço na imprensa tradicional. O esporte, como será demonstrado no próximo capítulo, só aparece na mídia na cobertura de desastres e acidentes de atletas ou em caso de grandes feitos.

Como não encontram espaço nos veículos tradicionais, atletas e amantes dessa prática esportiva criam sites, blogs e páginas em redes sociais para tratar sobre o montanhismo.

Sendo assim, essa prática esportiva, especialmente no âmbito do estado do Paraná, se configura como tema principal deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que propõe ter como suporte o livro-reportagem. Serão colhidos relatos de paranaenses amantes do montanhismo para composição do material. A proposta pretende inovar no formato de livro-reportagem realizado, entre estudantes de jornalismo da UFPR, apresentando o produto final como um e-book para web.

O formato e-book foi escolhido porque o montanhismo é um tema com grande apelo audiovisual. Assim, esse modelo possibilitará a inserção de uma quantidade maior de fotografias, além de vídeos, que permitirão uma abordagem mais ampla do assunto.

O livro-reportagem produzido neste Trabalho de Conclusão de Curso seria uma forma de mídia alternativa, visando contribuir para o crescimento e valorização do esporte no estado.

Este modelo de livro apresenta ainda como vantagem, em relação ao tradicional e impresso, o seu alcance, uma vez que, não são necessárias livrarias ou grandes contatos para ser distribuído em diversas regiões do estado, basta apenas ter acesso à internet.

1 PROBLEMA

1.1 Geral

O montanhismo é um assunto com grande apelo audiovisual e tratar dele em um livro tradicional pode reduzir seu potencial, devido à falta de imagens e vídeos, ou então acarretar altos custos de impressão, caso se opte por preencher o livro com muitas fotografias para tornar o material mais atraente.

Em busca de uma alternativa, este Trabalho de Conclusão de Curso propõe um suporte diferente para este livro-reportagem. Ao explorar as possibilidades do jornalismo digital, o objetivo é produzir um e-book para web que contenha não apenas textos, como também imagens e vídeos.

1.2 Outras Problematizações

Apesar do montanhismo aparecer pontualmente nos grandes jornais, revistas e telejornais do estado, os praticantes desse esporte passam quase sempre despercebidos. Os montanhistas locais só são procurados pela mídia, para entrevistas nas quais precisam explicar o que é o montanhismo, como é realizada a prática do esporte, entre outras questões, sem que haja um interesse pela vida e carreira desses indivíduos.

Esse Trabalho de Conclusão de Curso se detém nos pontos da vida de montanhistas paranaenses, mostrando como eles vivem, como começaram no montanhismo e de que forma eles contribuem para o desenvolvimento do esporte no estado.

2 OBJETIVOS

2.1 Geral

Produzir um livro-reportagem em formato e-book com um material multimídia no qual uma mídia complete a outra e, juntas, formem um conteúdo relevante sobre o montanhismo paranaense.

2.2 Específicos

- Produzir um material que contenha histórias de montanhistas paranaenses, mostrando de que maneira essa prática mudou suas vidas.
- Elaborar conteúdo relevante para montanhistas e simpatizantes do esporte, bem como para a divulgação dessa prática esportiva no estado para aqueles que não a conhecem.
- Elaborar um contexto geral, histórico e técnico, sobre o montanhismo.
- Produzir, ao longo do trabalho, um conteúdo multimídia para publicar o tema jornalisticamente, em formato de e-book.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para o embasamento teórico, bem como maior aprofundamento no tema e no modelo escolhido para a produção deste TCC, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros, revistas, sites e documentos.

Para a construção do livro foi necessário a realização de entrevistas em profundidade. Conduzidas de modo semiaberto, partindo de um roteiro que visou abordar as ligações do personagem com o montanhismo, por vezes aprofundando em determinadas histórias de vida, mas sempre deixando que o entrevistado as contasse com seus próprios termos.

A entrevista com cada personagem foi filmada para a extração de pequenas falas que serviram para compor os vídeos do e-book. Além disso, para a apresentação do produto neste formato foram feitas imagens de cada personagem e também das montanhas do Paraná.

A escrita dos textos para compor o livro-reportagem seguiu os padrões do jornalismo literário (tema que será tratado no segundo capítulo deste projeto),

baseada nas entrevistas em profundidade. Por fim foi feita a edição de fotos e vídeos, diagramação e construção da arquitetura técnica do e-book.

Os capítulos a seguir tratam de assuntos fundamentais para a compreensão e desenvolvimento do produto deste TCC. O primeiro capítulo apresenta um pouco da história do montanhismo, com um breve relato sobre o seu desenvolvimento no mundo, Brasil e no Paraná, um apontamento das principais montanhas do país e também do estado, a definição de alguns termos do montanhismo, uma breve contextualização sobre a situação dos montanhistas paranaenses e ainda uma análise sobre a cobertura dessa prática esportiva pela mídia tradicional e a identificação de blogs e sites que tratam desse tema.

Já o segundo capítulo traz uma breve reconstrução da história do jornalismo para poder identificar a evolução do livro-reportagem. Este capítulo ressalta também importância do *new journalism*, que surgiu para reaproximar o jornalismo da literatura.

Percorrida a história do livro-reportagem, o terceiro capítulo trata sobre o jornalismo digital e também sobre e-book, abordando o desenvolvimento desses dois tópicos, suas características, definições e produções relevantes em cada área.

Diante de tudo isso a metodologia procura desenvolver um material que é, ao mesmo tempo, simples - para o leitor - e complexo, em sua produção – já que envolve vídeos, fotos e texto e traz o desafio de como pensar tudo isso de maneira que cada mídia se complemente para formar um sólido conteúdo jornalístico.

1 O INÍCIO DO MONTANHISMO E SUA ORGANIZAÇÃO ATUAL NO MUNDO, BRASIL E PARANÁ

“Os dias que os homens passam nas montanhas são os dias em que realmente vivem. Quando a mente se limpa das teias de aranha e o sangue corre com força pelas veias. Quando os cinco sentidos recobram a vitalidade e o homem completo se torna mais sensível, e então já pode ouvir as vozes da natureza e ver as belezas que só estão ao alcance dos mais ousados.” (MESSER, 1980, s.p.)

Motivados pela conquista de novos territórios, homens aventureiros sempre cultivaram o desejo de alcançar os cumes das montanhas que observavam, ao longe, na maioria dos casos para utilizá-los como pontos estratégicos, em termos de defesa, por exemplo. Poetas e monges também procuravam o cume das montanhas por serem locais remotos e um excelente ambiente para fazer fluir as inspirações.

De acordo com o geógrafo e montanhista Pedro Hauck, a primeira escalada documentada, em forma de uma narrativa, até o cume de uma montanha foi realizada no dia 24 de abril de 1336, pelos irmãos italianos Francesco e Geraldo Petrarca, moradores da província de Avignon, na França. Os dois escalaram o monte Ventoux, um pico pré-alpino com 1.912 metros de altura. O registro que deixaram foi o seguinte:

“Hoje escalei a montanha mais alta da redondeza, conhecida como Mont Ventoux. Senti por dentro o privilégio de ser o primeiro a estar em um pedaço de terra nas alturas: há muitos anos que vinha sonhando com esse momento. Primeiro fiquei parado, sentindo o sopro do vento em minha face e, no minuto seguinte, dei uma volta completa sobre meus calcanhares, contemplando a paisagem que se estendia e fiquei pasmo com a beleza que vi. Olhei para trás e para baixo, nuvens se juntavam a meus pés e céu infinito alcançava meus olhos ao longe (...)” (PETRARCA, 1336, s.p.)

A partir de diversas fontes consultadas por meio da internet pode-se afirmar que o montanhismo, como esporte, teve início na cordilheira dos Alpes, na Europa. No ano de 1492, Antoine de Ville escalou o monte Aiguille, na França, acabando com o mito de que as altas montanhas eram habitadas por dragões e seres alienígenas. Em 1744, ocorreu a conquista do monte Titlis, na Suíça; em 1770, a do monte Buet, na França; e em 1779, o monte Velan, que se encontra em territórios italianos e suíços, foi conquistado.

O marco do alpinismo moderno, porém, data do dia 8 de agosto de 1786 quando o médico Michel Paccard e o garimpeiro Jacques Balmat, ambos franceses,

venceram os 4.807 metros da Mont Blanc, a mais alta montanha dos Alpes e da União Europeia.

Já a popularização do montanhismo como esporte ocorreu no final do século XIX e início do século XX, quando diversas expedições buscavam atingir o cume de montanhas nunca antes visitadas. Assim, em 1868, os ingleses conquistaram os principais picos do Cáucaso. O Chimborazo, nos Andes, foi vencido em 1880 e o Aconcágua (mais alto pico das Américas, com 6.962 metros de altitude) em 1897.

Na África o pico mais alto do continente, Kilimanjaro (5.896 metros de altitude), foi conquistado em 1889. E em 1913, foi a vez do ponto culminante da América do Norte, o monte McKinley (com 6.194 metros de altitude), ter seu cume alcançado.

Uma das datas mais importantes na história do montanhismo foi a de 3 de junho de 1950, quando os alpinistas franceses Maurice Herzog e Louis Lachenal chegaram ao cume principal da cordilheira Annapurnas, um pico com 8.091 metros de altitude, no lado nepalês do Himalaia, sendo a primeira vez que um ser humano colocou seus pés no topo de uma montanha com mais de oito mil metros de altitude.

Já o Monte Everest, com sua altitude de 8.850 metros, o ponto mais alto da terra, foi conquistado em 1953, pelo neozelandês Edmund Hillary e o *sherpa* (guia e ajudante de expedições) Tenzing Norgay, encerrando um período clássico das explorações em busca dos pontos mais remotos do planeta.

Muitos autores, entre eles, Waldecy Mathias Lucena¹ (2003) e Chris Bueno² (2011), concordam que no Brasil, os primeiros registros de ascensões a montanhas são do início do século XIX, com aventuras pela Pedra da Gávea e cumes da Serra Carioca e Maciço da Tijuca, no Rio de Janeiro, realizados principalmente por produtores de café.

Mas, de acordo com o relato do montanhista Nelson Luiz Penteado Alves, (2008), a primeira ascensão a uma montanha com um caráter esportivo se deu somente em 1879, na Serra do Mar paranaense. Joaquim Olímpio de Miranda organizou uma equipe, formada por Bento Manuel Leão, Antonio Silva e Joaquim Messias, com o objetivo claro e determinado de atingir o que era, até então, considerado o ponto mais alto da região, o pico do conjunto Marumbi (com 1.539 metros de altura). Esse grupo formou a primeira equipe de montanhistas do Brasil,

¹ História do Montanhismo. Disponível em: < <http://bit.ly/1gcByBg> > Acesso em 08/05/2014

² Breve História do Montanhismo. Disponível em: < <http://bit.ly/1it1oFv> > Acesso em 08/05/2014

com uma escalada bem planejada e em moldes esportivos. Um ano depois da primeira conquista, outra ascensão foi realizada nessa mesma montanha, tendo Olímpio novamente conduzido à escalada. O cume do conjunto de montanhas Marumbi foi chamado de Olimpo, em homenagem ao conquistador.

No início no século XX o desafio brasileiro era o Pico do Dedo de Deus (com 1.675 metros de altura), situado na Serra dos Órgãos, próximo a Teresópolis, Rio de Janeiro. Em 1912 um grupo de alemães contratou um profundo conhecedor da região, Raul de Sá Carneiro, como guia para tentar chegar até o pico. Mesmo sendo experientes alpinistas europeus, eles não conseguiram atingir o cume e declararam a escalada até o topo como sendo impossível. Indignado, Sá Carneiro convidou outros teresopolitanos, que não tinham grande experiência em escalada, e juntos eles atingiram o cume do Dedo de Deus.

Em 1919, no dia 1.º de novembro, foi fundado na cidade do Rio de Janeiro o primeiro clube de montanhismo do Brasil, o Centro Excursionista Brasileiro (CEB) que realizou inúmeras excursões já nos primeiros anos de existência. Em vários municípios do estado do Rio de Janeiro associados da CEB realizaram conquistas importantes e em 1926 o clube iniciou a primeira publicação destinada à divulgação das excursões – o *Excursionista*.

Devido ao sucesso do CEB, outros clubes se formaram, a partir dos anos 1930, contribuindo para o aumento do número de montanhas e vias conquistadas, além de um constante aprimoramento das técnicas empregadas.

Além dos clubes, o ambiente propício e a evolução nos materiais para prática do esporte, entre outros fatores, contribuíram para ampliar o número de participantes do montanhismo. Diante desse cenário, a partir da década de 1980, um bom número de montanhistas – profissionais e amadores – empreenderam importantes ascensões no Brasil e no exterior.

No dia 14 de maio de 1995, o Brasil chegou, pela primeira vez, ao cume do Monte Everest (8.848 metros) com o teresopolitano Mozart Catão e o paranaense Waldemar Niclevicz, que utilizaram oxigênio engarrafado e subiram pela face norte. Em 1998, Catão, juntamente com Othon Leonard e Alexandre de Oliveira, foi vítima de uma avalanche na face sul do Aconcágua (6.959 metros), no que é ainda hoje a maior tragédia envolvendo brasileiros numa alta montanha. Em 2006, a paulista Ana Elisa Boscarioli tornou-se a primeira brasileira a chegar ao ponto mais alto da terra

(monte Everest), escalando pela crista sudeste e também usando oxigênio suplementar.

Atualmente, de acordo com Pedro Hauck (2010), pode-se dizer que o maior desafio dos brasileiros em relação ao montanhismo é alcançar cumes acima dos 8.000 metros sem oxigênio engarrafado. Em 2006, Vitor Negretti e Rodrigo Rainieri, primeiros brasileiros a escalar com sucesso a perigosa face sul do Aconcágua, tentaram o Everest sem oxigênio. Negretti chegou ao cume, mas faleceu durante a descida, provavelmente vítima de um edema. O casal Paulo e Helena Coelho tenta o Everest sem oxigênio já há alguns anos, tendo já chegado à altitude de 8.400 metros.

Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Paraná são os estados mais desenvolvidos nessa prática esportiva. Apesar do Paraná ser o local de início do montanhismo no Brasil, o seu desenvolvimento foi mais lento do que no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Com o cume do conjunto Marumbi conquistado, em 1879, os montanhistas paranaenses se instigaram com uma elevação mais destacada, a partir da visão da estação ferroviária do Marumbi, o Abrolhos (1.200 m). Da estação de trem, essa montanha parecia ser o cume principal do conjunto.

Na década de 1930 surgiram as primeiras tentativas de alcançar esse pico, todas fracassadas. Foi em 1937 que o artista José Peon liderou uma equipe que, depois de 15 investidas, alcançou o cobiçado cume. A partir de 1940, o Abrolhos se tornou a figura central das principais escaladas no Paraná.

Em 1947, surge um nome famoso, conhecido até hoje entre os montanhistas paranaenses, o austríaco Erwin Gröger, ou, simplesmente, o “Professor”. Nascido na Áustria em 1912, Gröger chegou ao Brasil em 1939. Conheceu a Serra do Mar dez anos depois e se apaixonou pelo local. Ele se tornou um marco no montanhismo paranaense ao introduzir novos conceitos e técnicas, trazidas de sua experiência nos Alpes. Antes de Gröger, a escalada paranaense não tinha muita informação sobre técnicas e equipamentos. Ele faleceu em 2008, aos 96 anos. Em Curitiba foi inaugurado em 2010 o Bosque Professor Erwin Gröger, no bairro Abranches, em homenagem ao austríaco.

Foi na geração do Professor que o montanhismo ganhou força no Paraná, chamando a atenção de aventureiros do mundo inteiro, que vinham explorar as montanhas daqui. Poloneses, alemães, italianos, japoneses e austríacos foram

responsáveis pela reprodução das técnicas de montanhismo que eram usadas na Europa no conjunto Marumbi, e foram criando o “marumbinismo”, o termo usado para designar o ato de escalar o Marumbi, que veio a substituir o termo “montanhismo” por muito tempo.

Por aqui também passou um dos maiores geógrafos do século XX, o alemão Reinhard Maack, que usou a Serra do Mar como seu laboratório de estudos e, devido a sua importância para o montanhismo paranaense, merece ter um breve relato de sua história neste Trabalho de Conclusão de Curso.

De acordo com a introdução do livro “Geografia Física do Estado do Paraná” (1968), Reinhard Maack nasceu na Alemanha no ano de 1892; foi geólogo, geógrafo e paleontólogo. Ele é considerado por muitos o primeiro ambientalista do Brasil.

Antes de suas aventuras pelo país, Maack especializou-se em geodésia (área vinculada à engenharia cartográfica), serviu ao exército alemão durante a I Guerra Mundial, realizou uma expedição pela montanha mais alta do Sudoeste da África (Brandberg), descobriu uma gruta com pinturas rupestres chamada de “Dama Branca”, mapeou o deserto da Namíbia e, até 1920, viveu com nome falso, porque era fugitivo de guerra. Decorridos alguns anos após o fim da I Guerra Mundial, acabou sendo reabilitado e voltou à Alemanha.

Entre 1920 a 1929 trabalhou para uma empresa de mineração como engenheiro e foi quando o enviaram ao Brasil, em 1923, para trabalhar por quatro anos no Rio de Janeiro e em Minas Gerais.

O seu envolvimento em minas de exploração despertou nele a vontade de trabalhar em assuntos geológicos e ele resolveu voltar à Alemanha para estudar Geografia e Geologia. Em 1930, retornou ao Brasil, dessa vez trabalhando para a Universidade de Berlin para fazer levantamentos geológicos e geográficos no Paraná. Neste mesmo ano resolveu ficar definitivamente no país, comprou terras no interior do Paraná e deu prosseguimento aos trabalhos. Maack começou por realizar pesquisas geológicas, depois topográficas e, por fim, estudou a fitogeografia do Estado.

O conhecimento adquirido na Namíbia e as experiências no Paraná levaram Maack a tecer considerações sobre as origens dos continentes americano e africano, numa época em que falar em deriva continental era considerado uma heresia. Em seus estudos, ele comparou rochas de ambos os continentes, diamantes e os fósseis encontrados e foi um dos precursores da teoria Gondwânica,

segundo a qual os continentes americano e africano foram unidos em um passado remoto. Esse trabalho rendeu a Maack um prêmio concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Com sede por conhecimento, Maack se juntou a alguns dos melhores montanhistas de Curitiba de sua época e organizou expedições para medir e estudar as montanhas da Serra do Mar. Junto com Alfred Missing e Rudolf Stamm, ele descobriu a verdadeira altitude do Pico Paraná (1.877 metros), que ele batizou. Assim Maack desmitificou que o Monte Olimpo, no Marumbi, fosse a montanha mais alta do Sul do Brasil. Nesta época, final da década de 1940, não existia a BR 116 e o acesso à porção norte da Serra do Mar era muito difícil. Maack precisou de 17 dias e toda uma logística de expedição para determinar um caminho e alcançar o cume da montanha.

Com a entrada do Brasil na II Guerra Mundial, Maack enfrentou problemas com as autoridades. Ele e outras pessoas importantes de origem alemã foram presos. Maack ficou seis meses numa penitenciária em Curitiba e depois foi transferido para o antigo presídio que existe na Ilha Grande (RJ). Foi libertado em 1944, por iniciativa de algumas pessoas influentes, e colocado à disposição para trabalhar para o governo brasileiro.

Lecionou na Universidade Federal do Paraná, onde fundou o curso de Geologia, e ministrou cursos de Paleontologia e Geografia Física, formando alguns dos geógrafos e geólogos mais importantes do Brasil. Foi naturalizado brasileiro em 1949 por possuir terras e uma filha brasileira.

Depois dessa fase e de ter desenvolvido vários trabalhos importantes, Maack tirou o título acadêmico de doutor e realizou outros trabalhos e expedições exploratórias para estudar a origem da Serra do Mar. Participou de muitas outras expedições e congressos científicos em vários países de todos os continentes, tendo chegado, inclusive, próximo à base do Everest em 1964, quando tinha 72 anos, o que teria sido para ele uma de suas maiores emoções.

Em 1969, com a idade de 77 anos, faleceu como cidadão brasileiro.

Deixou várias obras fundamentais para a compreensão do estado, como: “Geografia Física do Estado do Paraná”, publicada em 1968 e até hoje uma obra de referência na área, “Mapa Fitogeográfico do Estado do Paraná” (1950), “Mapa Geológico do Estado do Paraná” (1953) e “A Serra do Mar no Estado do Paraná”

(1969, em alemão e publicado no *Boletim Geográfico do Rio de Janeiro* em 1972, após sua morte).

A partir da década de 1970 começa um movimento forte de desenvolvimento da escalada em rocha no estado, sobretudo para conquista dos paredões do Marumbi. Logo a escalada se desenvolveu e encontrou no morro do Anhangava, um excelente local para treinamento, pois ali as paredes eram menores e de acesso mais fácil.

A presença de clubes também foi muito importante para o desenvolvimento da cultura do montanhismo no Paraná. Nelson Penteado (2008) destaca, entre os principais que ainda estão em atividade:

- O Clube Paranaense de Montanhismo (CPM), criado no dia 8 de junho de 1978. Tem sede no bairro Boa Vista, em Curitiba, atua realizando palestras, workshops e excursões. É o clube mais antigo que permanece ativo no Paraná.

- A Associação Montanhistas de Cristo (AMC) surgiu em 1992 e possui forte ligação com a igreja evangélica. Realiza palestras, cursos, estudos bíblicos, trilhas, expedições e, em conjunto com outros grupos locais de montanha, atua em projetos de recuperação e preservação ambiental. A sede está localizada em Curitiba e a associação tem uma filial em Foz do Iguaçu.

- A Associação Nas Nuvens Montanhismo, fundada no final de 2005, que desenvolve trabalhos de cunho ambiental e social em regiões de montanha no trecho paranaense da Serra do Mar, tendo sua sede em Curitiba.

- O Clube de Montanha Norte Paranaense, fundado em 2005, com sede em Londrina. É responsável, principalmente, pela realização do Encontro de Escalada de Londrina, atualmente em sua 15.^a edição.

- A Associação de Montanhismo RevitalizARA, criada em 2007, com o objetivo de cuidar do Morro Araçatuba, em Tijucas do Sul, no Paraná. Atuam no trabalho da manutenção das trilhas e conscientização dos moradores locais sobre a importância de cuidar da montanha. Juntamente com a CPM e a AMC construiu uma casa de apoio na base do morro, que serve para guardar equipamentos de combate a incêndios florestais.

Nos dias atuais, com o desenvolvimento de lojas especializadas em equipamentos que auxiliam no montanhismo e o fácil acesso às trilhas, não são

poucos os paranaenses, principalmente os que habitam Curitiba e a região metropolitana, que já se aventuraram por uma ou mais montanhas da Serra do Mar. Vale destacar a presença de três grandes ginásios de escalada esportiva presentes na capital e alguns ginásios de escalada no interior do estado, que motivam novos e velhos praticantes da escalada a continuarem ativos e conectados com o montanhismo no Paraná.

É importante ressaltar ainda a existência da Federação Paranaense de Montanhismo (Fepam), criada em 2002, pelo Clube Paranaense de Montanhismo (COM), a Associação de Escalada Esportiva do Paraná (AEEP), Associação Montanhistas de Cristo (AMC) e a extinta Associação de Guias Marumbi (Aguias Marumbi). A instituição foi criada como forma de dar ao esportista paranaense uma maior representatividade, congregando os interesses em comuns como o montanhismo, escalada e meio-ambiente em geral.

Em âmbito nacional, a Confederação Brasileira de Montanhismo e Escalada (CBME), fundada em 2004, é uma entidade de administração desportiva sem fins lucrativos que, em um esforço contínuo, busca estruturar o montanhismo em todo o território nacional. A confederação realiza vários eventos, como o campeonato brasileiro de boulder (modalidade de escalada), além de, em 2012, ter realizado a 1.^a Semana Brasileira de Montanhismo.

1.1 AS DIVISÕES TÉCNICAS DO MONTANHISMO

Como foi possível observar por meio do breve relato sobre a história do montanhismo apresentado acima, o esporte surgiu como uma prática realizada no gelo, nos Alpes da Europa. Por isso, o termo inicial utilizado para nomear essa prática esportiva foi o “alpinismo”.

No Brasil, o termo “alpinismo” é, em muitos casos, erroneamente utilizado como sinônimo de “montanhismo”, assim como “alpinista” é um termo frequentemente usado como sinônimo de “montanhista”. Mas, entre os praticantes mais assíduos e profissionais do esporte, a distinção empregada entre os termos é a de que o “alpinismo” trata da ascensão a montanhas geladas, sendo que o “alpinista” é o profissional que pratica escaladas e caminhadas nos Alpes; assim como existem outros termos como “andinistas”, que são aqueles que escalam as

montanhas que fazem parte da Cordilheira dos Andes; “himalaístas”, que são aqueles que escalam o Himalaia, entre outros.

O termo “montanhismo”, neste caso, é designado para a prática do esporte em montanhas não geladas. E “montanhista” trata-se de um termo geral dado a aqueles que realizam práticas esportivas em montanhas, sendo elas geladas ou não. Neste caso, todo alpinista é também um montanhista, mas, nem todo montanhista é um alpinista. O termo “montanhista” engloba também aqueles profissionais que fazem parte de uma das principais vertentes do montanhismo: a escalada, neste caso, todo escalador é também um montanhista.

A escalada surgiu com a profissionalização e o crescente desenvolvimento do montanhismo. Sendo assim, o esporte foi dividido em trekking, quando se sobe uma montanha caminhando, geralmente seguindo uma trilha; e a escalada, que é a ascensão a uma montanha através de uma parede rochosa.

De acordo com o engenheiro e montanhista Tomás Gridi Papp, a escalada se divide em uma série de modalidades, dentre elas, as principais são:

- Escalada livre tradicional: subida em uma parede de rocha utilizando apenas os apoios naturais da pedra (saliências, fendas, platôs, etc). Os equipamentos utilizados durante a escalada livre são somente aqueles que protegem o escalador em caso de queda. Esta é forma mais comum de escalada no Brasil e a principal referência de local é o Pão de Açúcar, no Rio de Janeiro.

- Progressão artificial em rocha: utilizada em paredes difíceis demais para ser realizada uma escalada livre. Neste caso, utiliza-se equipamentos para conseguir chegar até o fim, como grampos e mosquetões. É uma das práticas mais comuns no Paraná, encontrada em locais como o Morro do Anhangava, Morro do Canal, Pico Paraná, Serra do Capivari, algumas regiões em Foz do Iguaçu, Londrina e Ponta Grossa, entre outros locais.

- Escalada esportiva em estruturas artificiais: prática em ginásios de escalada onde escaladores experientes procuram melhorar suas capacidades técnicas e físicas e novos adeptos do esporte iniciam seus treinos antes de realizar escalada em rocha. Também é uma prática comum no Paraná sendo os principais destaques os ginásios da capital (Campo Base – com maior estrutura de escalada do Sul do Brasil, Via Ventura e Caverninha – local especializado na modalidade boulder). Há ginásios também em Cascavel (Equilíbrio Vertical), Ponta Grossa (Solo Esportes) e Foz do Iguaçu (Canyon Iguaçu), entre outros.

- Boulder: escalada em blocos baixos e inclinados de rocha sem a utilização de cordas de proteção. Realiza-se movimentos fortes e sequências curtas que desenvolvem a resistência muscular e necessitam de grande esforço físico. Atualmente, campeonatos de *boulder* são a sensação ao redor do mundo no montanhismo. No Brasil, a Confederação Brasileira de Montanhismo e Escalada organiza campeonatos nacionais.

A escalada possui uma série de níveis, que são denominados graduações. As nomenclaturas desses níveis variam de país para país e utilizam-se tabelas para converter os valores. Quando se trata da escalada livre tradicional, escalada esportiva com estruturas artificiais, big wall e algumas outras modalidades, denomina-se a “rota” que será escalada como uma “via”. O *boulder* é uma modalidade que possui uma nomenclatura a parte, até porque ela não tem como ser comparada com uma “via”, por não se tratar de uma ascensão que visa atingir grande altura. O Brasil possui uma nomenclatura própria quando se trata de vias; já para *boulder*, a tabela utilizada no país é a americana. Confira o quadro que exhibe as principais nomenclaturas para grau e as duas nomenclaturas de *boulder* mais usuais :

Vias					Boulder	
Australia	U.I.A.A.	E.U.A.	França	Brasil	Hueco (USA)	Inglaterra
18		5.9	5c	5		B4
19	VI+	5.10a	5c+	5 Sup		
19/20	VI+/VII-	5.10b	6a	6a	V3	B4/B5
20	VII	5.10c	6a+	6b		
21	VII+	5.10d	6b	6c	V3/V4	
21/22	VII+/VIII-	5.11a	6b+	7a	V4	B5
22	VII-	5.11b/c	6c+	7b	V5	B6
23	VIII	5.11d	7a	7c	V6	B7
24	VIII/VIII+	5.12a	7a+	8a	V7	B8
25	VIII+	5.12b	7b	8b	V8	B8/9
26	IX-	5.12c	7b+	8c	V8/9	B9
27	IX	5.12d	7c	9a	V9/10	B10
28	IX/IX+	5.13a	7c+	9b	V10	B11
29	IX	5.13b	8a	9c	V11	B11/12
30	X-	5.13c	8a+	10a	V12	B12
31	X	5.13d	8b	10b	V13	B13
32	X+	5.14a	8b+	10c	V14	B14
34	XI	5.14c	8c+	11a		
35	XI+	5.14d	9a	11c		
36	XII-	5.15a	9A+	11b		

FIGURA 1 – NOMENCLATURAS DE VIAS E BOULDERS
 FONTE: site Escalada Brasil

A tabela apresenta os níveis de dificuldade de maneira progressiva, iniciando a nomenclatura com as vias ou *boulders* mais fáceis e terminando com os mais difíceis. No Brasil, então, é possível verificar que a via mais fácil apresentada é a de número 5 e a mais difícil a 11b. No que diz respeito à *boulder*, o mais fácil seria o nível v3 e o mais difícil o nível 14.

Essa graduação leva em conta fatores objetivos e subjetivos para traduzir a dificuldade de uma determinada escalada. Trata-se então, de acordo com a Federação de Montanhismo do Estado do Rio de Janeiro³, de uma média das dificuldades técnicas encontradas ao longo da via. Entre os principais fatores utilizados na classificação estão: distância entre as “agarras” (partes da rocha nas quais é possível fixar os pés ou as mãos), periculosidade das quedas, exigência

³ Sistema Brasileiro de Graduação de Escalada. Disponível em <<http://bit.ly/1jmd91h>> Acesso em 08/05/2014

física, qualidade das proteções e da rocha, existência ou não de paradas naturais para descanso no meio da escalada e possibilidade de abandono no meio da via.

Neste âmbito é interessante destacar o feito da atleta paranaense Carin Marchiorato, que, em novembro de 2012, se tornou a primeira brasileira a realizar um boulder de nível V10 no Brasil, depois de cinco dias de tentativas, no Morro do Anhangava, na Serra do Mar no Paraná. Para compreender melhor essa conquista é necessário ver o vídeo da atleta divulgado no *Youtube*⁴.

A prática do boulder é comum no Paraná, sendo realizada em regiões da Serra do Mar, como Anhangava e Pico Paraná, além dos ginásios esportivos.

- Big Wall: quando a parede rochosa a ser escalada é muito grande. Neste caso, a equipe que realiza o percurso é obrigada a acampar, pelo menos uma noite, no meio da parede, já que a escalada demora dias. Uma modalidade que exige muita experiência dos praticantes, sendo obrigados a içar dezenas de quilos de equipamentos, que incluem água, comida, fogareiro, sacos de dormir e barracas especiais. O local mais famoso desta modalidade é o Vale do Yosemite, na Califórnia, com paredes de até mil metros. No Brasil, o maior exemplo é a parede sudoeste da Pedra do Sino, na Serra dos Órgãos, Rio de Janeiro.

- Escalada alpina: paredes de difícil acesso com terreno complexo e clima severo. Nesse tipo de escalada a velocidade pode ser diretamente proporcional à segurança, já que, quanto mais rápido, menores são as chances de problemas como o mau tempo e avalanches. As paredes alpinas mais desejadas estão na Patagônia.

- Alta montanha: quando a escalada é dificultada pelos efeitos da diminuição da pressão atmosférica. Geralmente acima dos quatro mil metros de altitude, o organismo começa a sofrer alguns efeitos da baixa pressão, que incluem, além da falta de fôlego, dores de cabeça, enjoos, insônia, falta de apetite e, em situações mais complicadas, edemas que podem levar a morte. Mas com a preparação certa e um treinamento específico, o montanhista consegue monitorar seu organismo e, se julgar necessário, recuar. É necessário o uso de roupas e equipamentos especializados, devido ao vento forte, temperaturas extremas, gelo e, é claro, a altitude. O Brasil não possui montanhas com mais de 3.000 metros (a maior é o Pico da Neblina, em São Gabriel do Cachoeira, no Amazonas, com 2.993 metros). O local mais próximo ao país que oferece condições para a escalada de alta montanha é a

⁴ Primeiro V10 feminino do Brasil. Disponível em < <http://bit.ly/1j1TQLw> > Acesso em 08/05/2014

Cordilheira dos Andes, com gigantes acima dos seis mil metros. A região mais popular dessa prática são os Alpes europeus.

Como na maioria dos esportes, na escalada também são realizadas competições. Os primeiros eventos desse gênero aconteceram na Ucrânia, na década de 1960. Eram competições de velocidade, realizadas em paredes rochosas naturais. Outros países também iniciaram campeonatos em rocha, mas com a criação de paredes artificiais, as competições passaram a acontecer em ginásios ou praças públicas.

Hoje existem atletas que treinam exclusivamente para competir. Há um Ranking Brasileiro de Escalada Esportiva, organizado pela Confederação Brasileira de Montanhismo e Escalada (CBME) e acontece anualmente uma Copa do Mundo. Além disso, existe um movimento internacional para inserir a escalada esportiva nos Jogos Olímpicos.

1.2 MONTANHAS EM ÂMBITO MUNDIAL, NACIONAL E LOCAL

A Organização das Nações Unidas (ONU) definiu 2002 como o Ano Internacional das Montanhas. O objetivo principal da denominação foi criar a consciência sobre a importância dos sistemas montanhosos e gerar debates e ações ambientalmente sustentáveis nesse ecossistema.

As montanhas são uma das áreas mais frágeis do planeta do ponto de vista ambiental. Seus recursos como água e biodiversidade são fundamentais para a qualidade de vida das pessoas, sendo que 10% da população mundial vive neste ecossistema e 40% depende dele diretamente. Um quarto do planeta é habitado por montanhas e em todos os continentes é possível encontrá-las, com diferentes elevações, variedades de formas e climas.

Atualmente, com o aumento do turismo e da urbanização, as comunidades e os recursos das montanhas estão em perigo. Apesar de esforços de governos e diversos setores da sociedade, o ecossistema das montanhas passa por um momento de degradação.

O maior exemplo disso está justamente no pico do mundo, o Monte Everest. Em março deste ano, o Ministério do Turismo do Nepal estabeleceu uma nova regra:

a partir do mês de abril de 2014 cada pessoa que subir o monte deve voltar com pelo menos oito quilos de lixo em sua bagagem – além do próprio lixo produzido na aventura. A lei é uma tentativa de acabar com o antigo problema do lixo na região.

Teoricamente, antes dessa regra, todo alpinista era obrigado a trazer seu lixo de volta quando descesse o monte. Mas uma série de fatores, que incluem o desafio da execução e a necessidade de descarregar peso em situações de emergência, fizeram com que a regra não fosse exigida.

Agora, o lixo trazido por cada pessoa, juntamente com os oito quilos adicionais, deve ser fiscalizado por um novo escritório do governo que está sendo instalado próximo ao Everest, onde tudo será pesado e certificado.

O problema de lixo no Everest começou a ficar alarmante há cerca de meio século. Um grupo de limpeza coletou 11 toneladas de lixo nos últimos quatro anos, mas há muito mais lá em cima. Isso porque estima-se que turistas deixem cerca de 50 toneladas de lixo anualmente nessa montanha.

O Monte Everest, por ser o mais alto da Terra, com 8.850 metros, acaba sendo o mais popular e pouca gente conhece a lista que vem abaixo dele. A segunda montanha mais alta do planeta é o K2, pertencente à cordilheira do Karakoram entre a China e o Paquistão, e tem uma altura de 8.611 metros. O cume foi conquistado mais de um ano depois do Monte Everest, em 31 de julho de 1954. As outras oito montanhas pertencentes ao grupo das 10 montanhas mais altas do mundo são vizinhas ao Everest, sendo que também fazem parte da Cordilheira do Himalaia, presente na China e no Paquistão, são elas: Kangchenjunga (8.586 metros), Lhotse (8.516 metros), Makalu (8.485 metros), Dhaulagiri (8.167 metros), Manaslu (8.163 metros), Nanga Parbat (8.126 metros), Annapurna I (8.091 metros).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Pesquisa (IBGE, 2010), o Brasil tem uma área de 8.515.767,049 Km². As montanhas representam significativa porção do território nacional com grande diversidade de ambientes. É na montanha que se encontra grande parte dos 7% remanescentes de Mata Atlântica no Brasil.

clima úmido. Mas com a subida (a partir de 1.000 metros) as nuvens não conseguem atingir a altitude e a vegetação torna-se de médio a pequeno porte.

- Pico 31 de Março: apenas 21 metros menor que o Pico da Neblina, com 2.972,66 metros. Está localizada também na Serra do Imeri. É coberto por uma densa vegetação rasteira com um relevo menos acidentado que o do Pico da Neblina. A trilha também é longa.

- Pico da Bandeira: terceira maior do Brasil e a mais alta de Minas Gerais, a montanha é considerada a mais acessível em todo o território nacional. Com 2.891,98 metros, após cerca de três horas de trilha íngreme no Parque Nacional do Caparaó, o cume já é atingido. O pico fica entre os municípios de Alto Caparaó e Ibitirama, entre Minas e Espírito Santo. A montanha leva este nome porque, por volta de 1859, D. Pedro II determinou que fosse colocada uma bandeira do Império no que, na época, era considerado o ponto mais alto do Brasil. Possui rica vegetação de Mata Atlântica, com rios e cachoeiras para banho. É o ponto mais frio da região Sudeste com geadas constantes.

- Pedra da Mina: quinta maior do Brasil e o ponto mais alto do estado de São Paulo. É situada na Serra da Mantiqueira, com 2.798,39 metros de altitude. Seu cume está na divisa dos municípios de Queluz, São Paulo, e Passa Quatro, Minas Gerais.

- Pico das Agulhas Negras: com 2.792,66 metros, a montanha está situada no Parque Nacional do Itatiaia, na divisa entre os estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais.

- Pico do Cristal: sétima maior montanha do Brasil e o terceiro maior pico da Serra do Caparaó. Com 2.769,76 metros de altitude é vizinha do Pico da Bandeira e do Pico do Calçado.

- Monte Roraima: é um dos mais exóticos picos brasileiros. Pertence a um grupo conhecido como “tepui”, que são montanhas de desenhos raros e que começaram a se formar há cerca de dois bilhões de anos, todas na América do Sul. Com 2.734,06 metros, apenas 10% deste pico está localizado em território brasileiro, na Serra de Pacaraima, em Roraima. Entre suas características mais marcantes está o fato de seu topo ser plano, com cerca de 90 kms de extensão. Além disso, inúmeras cachoeiras escorrem do monte e é por isso que na Venezuela os índios chamam essa montanha de “mãe das águas”.

O cume dessa montanha pode ser alcançado através de expedições. Normalmente elas se iniciam na aldeia indígena de Parai Tepuy, no município de Santa Helena de Uairén, na Venezuela. De lá até o topo são aproximadamente 22 kms de caminhada. A expedição completa, contando subida e descida, com visita a vários pontos do topo, leva sete dias.

- Morro do Couto: possui 2.680 metros de altitude e está localizada no Parque Nacional Itatiaia, no estado do Rio de Janeiro, na mesma região do Pico das Agulhas Negras. Seu cume possui uma vista que permite uma visão de 360 graus de todo o Itatiaia, com a vegetação exuberante, muitos vales, grutas e quedas d'água.

- Pedra do Sino: com 2.670 metros é o ponto culminante do Parque Nacional da Serra dos Órgãos e da cidade de Teresópolis. Possui vales, penhascos imensos, muitas cachoeiras e grutas. Do topo é possível ver a Baía de Guanabara, a cidade do Rio de Janeiro, Niterói, Teresópolis, Friburgo, Parque dos Três Picos e boa parte do Parque Nacional da Serra dos Órgãos.

Com área total de 199.315 Km², o estado do Paraná possui um grande número de parques nacionais e estaduais e abrange a maior área remanescente de Mata Atlântica preservada.

A maior parte do relevo do estado é formado por um vasto planalto com inclinações na direção noroeste, oeste e sudoeste do Paraná. As altitudes do relevo dessa região apresentam-se distribuídas dentro das seguintes cotas, em relação ao nível do mar:

- Até 100 metros de altitude: 2.255 km².
- De 101 a 200 metros: 2.933 km².
- De 201 a 300 metros: 15.373 km².
- De 301 a 600 metros: 74.871 km².
- De 601 a 900 metros: 81.268 km².
- De 901 a 1500 metros: 24.158 km².
- Mais de 1.500 metros: 430 km².

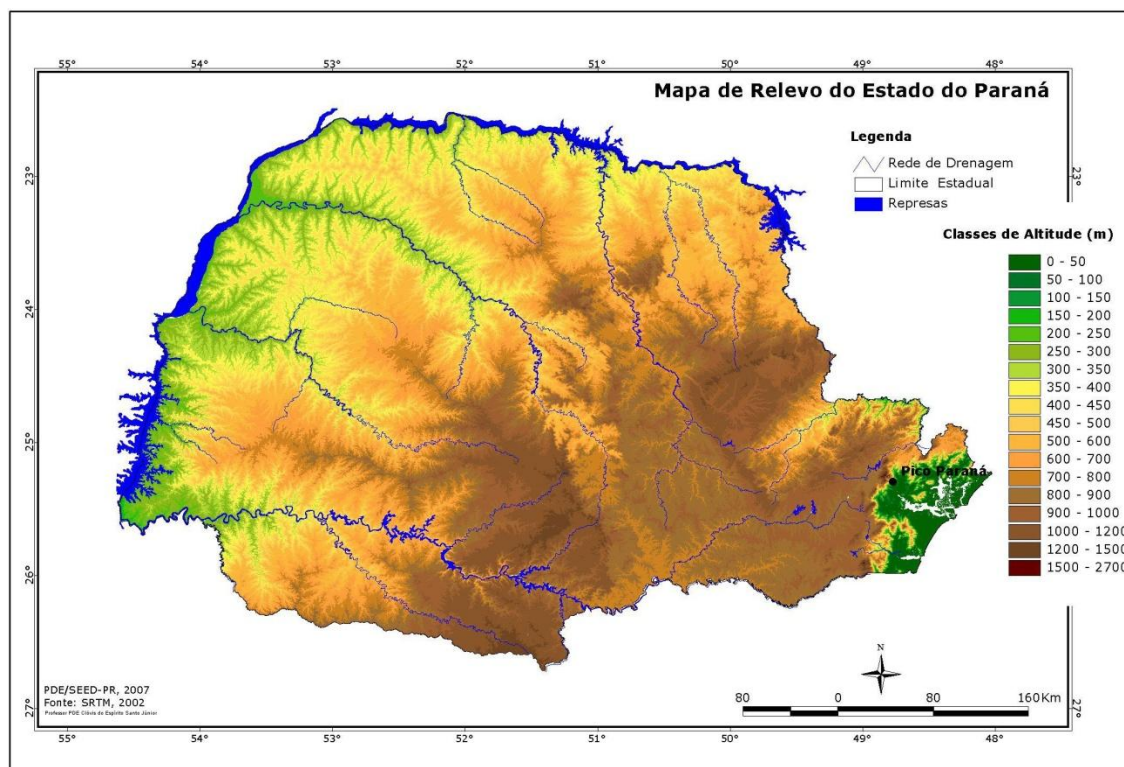


FIGURA 3 – MAPA DE RELEVO DO ESTADO DO PARANÁ

FONTE: ESPÍRITO SANTO, Clóvis. *Atlas geográfico do Paraná, o uso de novas tecnologias*. Paraná, 2008, p. 20.⁵

O estado foi dividido por Reinhard Maack em cinco regiões geomorfológicas: Litoral, Serra do Mar, Primeiro Planalto ou de Curitiba, Segundo Planalto ou de Ponta Grossa, Terceiro Planalto ou de Guarapuava. Cada uma delas é bem distinta das outras, o que faz com que a variedade de formações rochosas e tipos diferentes de rochas seja enorme e proporcione diferentes tipos de escalada.

Em “Geografia Física do Estado do Paraná” (1968), Maack detalha que a região do litoral é rebaixada devido a um falhamento marginal de um antigo nível do planalto paranaense. Este fenômeno geológico ocorreu provavelmente na era Cenozóica ou no final da era Mesozóica. Essa região se subdivide entre a montanhosa e a baixada costeira.

A baixada costeira compreende a planície do litoral, com predominância de areias e argilas e é onde estão situadas as baías de Paranaguá e Guaratuba. Já a região montanhosa abrange morros isolados, algumas cadeias de morros e as encostas da Serra do Mar. Nela, predominam as rochas graníticas e gnaisses. As

⁵ Disponível em: <<http://bit.ly/1dhsVcz>> Acesso em 16/10/2014

escaladas praticadas nessa região, de acordo com *Blog de Escalada*⁶ são, predominantemente, boulders e poucas vias. Pode-se destacar a Ilha do Mel, com boulders e algumas vias esportivas, e também Caiobá, que possui destaque nacional pela qualidade de boulders existentes.

A Serra do Mar é uma cadeia montanhosa do relevo brasileiro que se estende por aproximadamente 1.500 km ao longo do litoral sudeste e sul do país, indo desde o estado do Rio de Janeiro até o norte do estado de Santa Catarina.

Ela é constituída basicamente por granitos e gnaisses, em alguns trechos se apresenta como escarpa (elevação súbita do solo, superior à 45 °) e em outros é formada por serras marginais que se elevam de 500 a 1.000 metros sobre o planalto.

O último segmento de montanhas da Serra, que está localizado no estado do Rio de Janeiro, recebe o nome de Serra dos Órgãos e abriga os mais altos picos de toda a Serra do Mar como a Pedra do Sino, já apresentada neste capítulo como a décima montanha mais alta do Brasil. No estado de São Paulo, essa Serra é denominada Serra do Paranapiacaba.

No Paraná, a Serra do Mar é dividida em diversos maciços por blocos altos e baixos, que possuem denominações regionais especiais. O primeiro bloco, que se destaca mais ao norte, denomina-se Serra Capivari Grande, com altitudes que ultrapassam os 1.600 metros. Ela é limitada pela região montanhosa do Vale do Ribeira ao Norte, pelo planalto da bacia do rio Capivari a Oeste, pela planície do rio Cachoeira a Leste e ao Sul pela Serra do Ibitiraquire. São cinco as montanhas dessa região: Capivari Grande (1.621 m), Capivari Médio (1.619 m), Capivari Mirim (1.552 m), Capivari IV (1.482 m) e Morro da Pedra (1.321 m). A vegetação da metade inferior dessa Serra foi consumida por incêndios consecutivos, resultando em uma drástica alteração da flora. O que antes era uma floresta grandiosa se tornou em um matagal dominado por espécies oportunistas e exóticas invasoras. O acesso a todas as montanhas se dá pelo lado ocidental, por influência da BR-116. A trilha mais utilizada é a que leva ao Capivari Grande, ela é a única montanha com traçado definido graças ao fluxo periódico de montanhistas. Para alcançar as outras montanhas é imprescindível escolher bem o local de partida. A subida do Morro da

⁶ Disponível em: < <http://bit.ly/11fQRrE> > Acesso em 18/11/2014

Pedra permite uma ligação com o Capivari IV e o Capivari Médio pode ser alcançado a partir do Capivari Mirim.

Um pouco mais ao sul da Serra Capivari Grande, ainda fazendo parte da Serra do Mar paranaense, está a Serra do Ibitiraquire, que abriga as maiores elevações do estado. Dela, fazem parte o Pico Paraná, montanha mais alta do Sul do Brasil (1.877 metros), Pico Caratua, segunda montanha mais alta do Sul do Brasil (1.850 metros) e Pico Itapiroca, quinta montanha mais alta do sul do Brasil (1.805 metros), além de outras montanhas de destaque no estado. Há trilhas disponíveis para a maioria dos cumes dessa Serra. As demais montanhas pertencentes ao Ibitratique podem ser observadas na imagem abaixo.

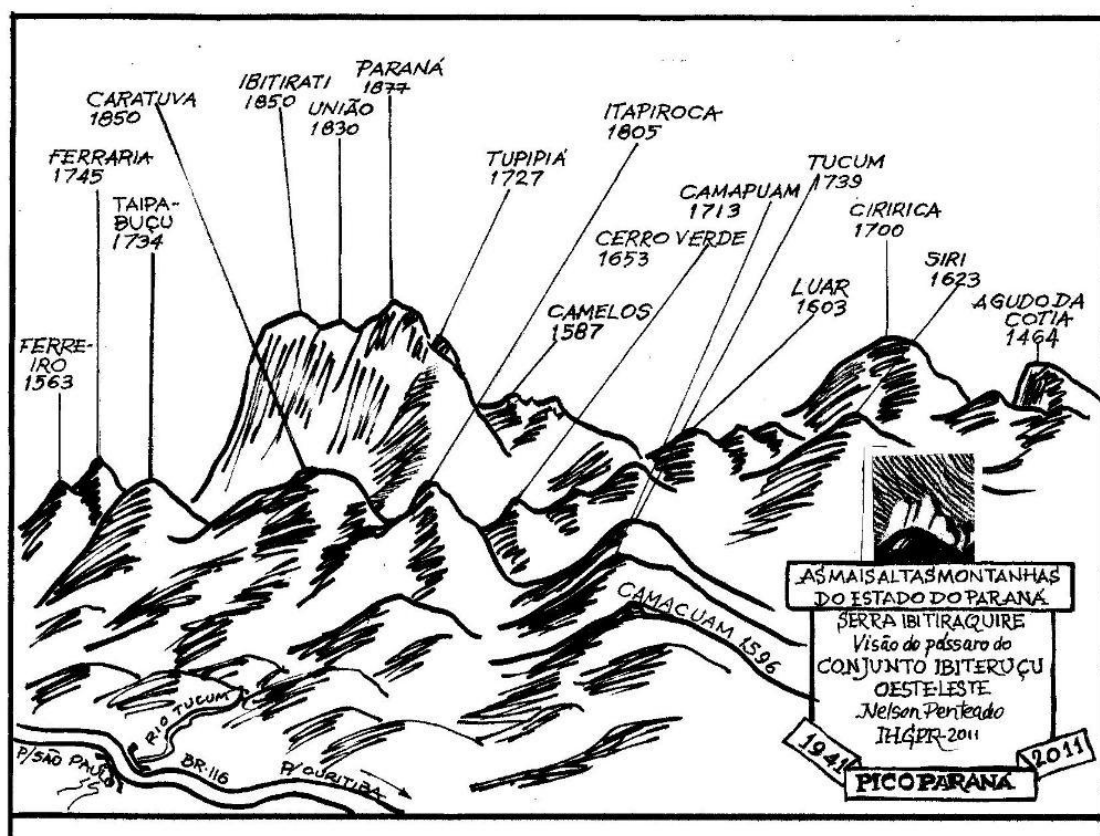


FIGURA 4 – DESENHO DA SERRA IBIRATIQUE
FONTE: Nelson Luiz Penteadinho Alves.

A Serra da Graciosa é bem conhecida pela população de Curitiba, Região Metropolitana e Litoral, já que possui uma via que liga o planalto curitibano à planície litorânea. Está localizada entre o Anhangava, Marumbi e Pico Paraná. As principais elevações dessa serra são: Mãe Catira (1.457 metros), Morro Sete (1.339 metros), Pequeno Polegar (1.382 metros), OOB (1.438 metros), Farinha-seca (1.372 metros)

e Balança (1.116 metros). A região possui uma mata nebular, com difícil acesso, cheia de troncos retorcidos. Além disso não há cumes ressaltados, o que acaba justificando o desinteresse de esportistas por essas montanhas.

A Serra do Marumbi, ainda dentro da Serra do Mar, apresenta outro conjunto de montanhas importantes para o estado. É nela que está localizado o Pico Olimpo (1.539 metros), local no qual, conforme já foi relatado no início deste capítulo, há o registro de ascensão a uma montanha, com caráter esportivo, mais antigo do Brasil, com uma expedição organizada por Joaquim Olímpio de Miranda. Até 1940, esta era considerada a montanha mais alta do estado do Paraná. Mas a partir deste cume, Reinhard Maack observou os picos vizinhos com seu teodolito (instrumento que mensura ângulos verticais e horizontais) e constatou a existência de acidentes geográficos ainda mais elevados.

Além do Olimpo, fazem parte desta serra, os cumes Boa Vista (1.491 m), Gigante (1.487 m), Ponta do Tigre (1.400 m), o Morro do Canal (1.396 m), Esfinge (1.378 m), Torre dos Sinos (1.280 m), Abrolhos (1.200 m), Facãozinho (1.100 m) e Rochedinho (625 m). Todas essas montanhas pertencem ao Parque Estadual Pico do Marumbi (Decreto Estadual nº 7.300 de 24/09/1990), uma Unidade de Conservação do Estado do Paraná com 2.342 hectares. O parque é administrado pelo Governo do Estado do Paraná através do Instituto Ambiental do Paraná (IAP), vinculado à Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMA).

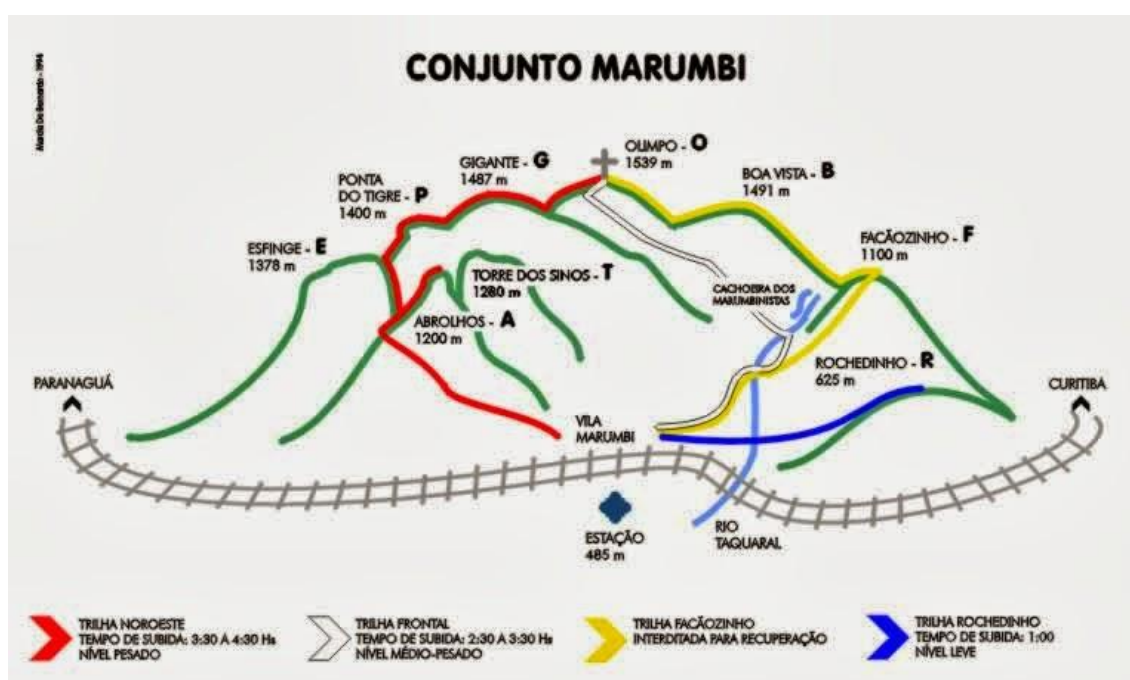


FIGURA 5 – DESENHO DO CONJUNTO MARUMBI

FONTE: Instituto Ambiental do Paraná (IAP)

De acordo com o blog *Ivituri Montanhismo*⁷, a Serra da Baitaca é formada por um conjunto de montanhas que segue o sentido norte-sul a partir do município de Quatro Barras até a borda dos mananciais da Serra já no município de Piraquara. Ela marca a faixa de transição entre a Floresta Atlântica e a Floresta com Araucárias. Em suas encostas nascem às águas de importantes bacias hidrográficas, como a do Capivari, Ipiranga e Iguaçu, que são essenciais para o abastecimento da capital e região metropolitana.

No parque está presente o Caminho Colonial de Itupava, aberto por volta de 1625. A trilha era uma das mais importantes vias de acesso do Brasil Colônia. Ligava a planície litorânea ao planalto, iniciando em Porto de Cima e atravessando a Serra do Mar até as barrancas do rio Belém. Era o caminho mais curto e mais bonito, por isso, permaneceu ativo por mais de dois séculos, ganhando especial impulso a partir do calçamento com pedras, realizado no início do século XIX, num trecho de aproximadamente 22Km. O declínio veio a partir da abertura da Estrada da Graciosa, em 1873, e da ferrovia Curitiba-Paranaguá, em 1885. O local ainda conserva o calçamento original e o caminho se inicia em Quatro Barras, passa ao lado das ruínas da Casa Ipiranga e cruza a ferrovia, depois, segue bem preservado até alcançar novamente a ferrovia no Santuário do Cadeado. Também há uma trilha no meio do percurso, que, se seguida, leva à cachoeira Véu da Noiva. O Caminho de Itupava termina na estrada da Graciosa (PR411), no Porto de Cima.

Ainda na Serra da Baitaca, se destacam as montanhas Corvo, Pão de Loth e, a de maior altitude, com 1.430 metros, o Anhangava. É uma das principais montanhas do Paraná onde é possível enxergar os problemas trazidos pela expansão desordenada da região, em Quatro Barras. Em suas encostas, mineradoras realizam a extração de granito. Por ter uma trilha de fácil acesso, há muito lixo acumulado no local, além do perigo de assaltos a mão armada, o trajeto também já foi utilizado por bandidos para despejar corpos após assassinatos. Em seus grandes paredões ao longo da trilha, também é comum encontrar pichações. Apesar disso, há uma constante busca para acabar com todas essas situações na região, principalmente porque o Anhangava é a montanha da Serra do Mar na qual

⁷ Disponível em: < <http://bit.ly/1H4uQNq> > Acesso em 25/08/2014

mais se pratica escalada. Há 120 vias catalogadas, com diferentes tamanhos e dificuldades, que vão do 4.º grau ao 9b, o local serve como escola para os novatos e ainda desafia atletas experientes. O policiamento tem sido realizado constantemente no local e escaladores organizam mutirões para limpar as pichações das paredes rochosas.

Próximo a Morretes, outra parte da Serra do Mar se revela, é a Serra da Prata. O ponto culminante dessa região é a Torre da Prata (1.497 metros), que pode ser alcançada após árdua caminhada através de três biomas distintos: planície litorânea, mata intermediária e campos de altitude. O local é pouco frequentado numa montanha conquistada tardiamente, apenas em 1944.

A Serra de Araçatuba, também conhecida como Serra do Papanduva, está localizada no município de Tijucas do Sul e o seu ponto culminante é o Morro do Araçatuba (1.673 metros). O morro é uma das montanhas mais frias do Paraná, já registrou neve diversas vezes, pois recebe ventos sul diretamente, sem nenhuma barreira. Com uma trilha de três horas com poucas dificuldades, a vista é o maior atrativo, lá de cima dá pra ver todo o litoral paranaense e boa parte do litoral catarinense, até São Francisco do Sul.

As serras apresentadas acima constituem a principal divisão da Serra do Mar paranaense, há ainda autores que trazem divisões diferentes, incluindo nomes como Serra da Boa Vista e Serra Taquari, pouco empregados por praticantes do montanhismo.

No dia 5 de junho de 1986 foi decretado o Tombamento da Serra do Mar paranaense, segundo consta nos site do governo do estado do Paraná, “com o objetivo de garantir a preservação das paisagens naturais de grande valor histórico e cultural, assegurando ao mesmo tempo a manutenção das matas nativas, que representam a maior reserva de floresta original do Estado do Paraná, onde 95% da cobertura vegetal autóctone já foi destruída pela devastação do homem. Os 386.500 ha de áreas tombadas pela Coordenadoria do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural do Paraná, abrange os 66.732,99 ha da Área Especial de Interesse Turístico do Marumbi (AEIT), a que se refere a Lei Estadual n.º 7.919, de 22 de outubro de 1984, porque somente com a proteção daquelas encostas, se evitaria o risco de deslizamento de terras e erosão que constituem ameaças permanentes à ferrovia e

às rodovias que cortam a Serra do Mar e ao porto de Paranaguá, obras de importância vital para a economia do Estado do Paraná.”⁸

Em 1952, a serra já havia ganhado proteção pública por ser considerada vital para Curitiba e Região Metropolitana devido à sua água. Além disso, sua conservação foi considerada de absoluta necessidade para as baías de Paranaguá e Guaratuba, que de outra forma sofreriam rápido processo de assoreamento.

Em âmbito internacional, no ano de 1991, a Serra do Mar brasileira entrou para a “Lista do Patrimônio Mundial” da UNESCO devido à reserva de Mata Atlântica presente nessa região. De acordo com o site da organização, “as 25 áreas protegidas que compõem a região (cerca de 470.000 ha no total) exibem a riqueza biológica e a história evolutiva das últimas reservas de Mata Atlântica. De montanhas cobertas por densas florestas, até pântanos, ilhas costeiras com montanhas isoladas e dunas, a área conta com um rico ambiente natural de grande beleza cênica.”⁹

Após toda a extensão da Serra do Mar, que também está presente no Primeiro Planalto paranaense, a face mais esportiva do montanhismo ganha seu espaço no Segundo Planalto. Constituído por rochas sedimentares, principalmente as formações areníticas, é onde se encontram as maiores quantidades de setores de escalada esportiva. Ótimo local para profissionais que querem crescer e se desenvolver no esporte.

Em São Luís do Purunã, no município de Balsa Nova, é possível encontrar cinco setores. Sendo os mais frequentados o Setor 1 e o de Curucaca. No Setor 1, a rocha é um arenito compacto, com agarras (partes da pedra em que o escalador consegue apoiar mãos ou pés) de boa textura e paredes levemente negativas (quando a parede da rocha é inclinada em direção ao solo). O setor conta com aproximadamente 35 vias que variam do 5º ao 10a, sendo algumas mistas com proteção móvel.

O setor Curucaca possui vias de alta dificuldade. Ele também é formado por um arenito, com vias negativas e acima do 9º grau caracterizam o setor. Nos outros setores predominam escaladas com equipamento móvel, destacando o setor 3 pela quantidade e qualidade de suas escaladas.

⁸ Serra do Mar. Disponível em: < bit.ly/1suOx8S > Acesso em 09/05/2014

⁹ Atlantic Forest South-East Reserves. Disponível em: < <http://bit.ly/1japiFt> > Acesso em 09/05/2014

Um dos canyons mais famosos do estado, o do Guartelá, também possui vias em paredes formadas de arenito. A maioria dos paredões se encontra em Tibagi, há também alguns em Castro. Com a qualidade e altura das paredes, o acesso fácil e a infraestrutura existente, o local tem muito potencial ainda pouco explorado para a escalada esportiva.

Na cidade de Ponta Grossa há diversos afloramentos rochosos de formação arenítica, proporcionando escaladas de todos os tipos e gostos. O setor Macarrão é o mais frequentado, próximo ao “Buraco do Padre” (uma fuma que apresenta em seu interior uma imponente cascata de 30 metros) que é um dos maiores atrativos naturais da região, possui aproximadamente 40 vias esportivas.

Próxima a Ponta Grossa, a cidade de Piraí do Sul possui uma falésia de arenito com muitas fendas e muitas escaladas com equipamento móvel. As vias variam do 6º ao 10º grau.

A última e mais extensa unidade geomorfológica do Paraná é o Terceiro Planalto, constituído por rochas ígneas eruptivas, principalmente o basalto. Possui um grande potencial para o montanhismo, porém a região ainda possui grande parte a ser explorada.

Nesta área, na parte norte do estado, a região de Londrina possui grandes espaços para a escalada. Trata-se de um setor bem tradicional, onde é realizado um encontro bastante conhecido de escalada, organizado pelo Clube Norte de Montanha Paranaense, que em agosto deste ano chega a sua 15ª edição. O esporte é praticado na Serra do Cadeado e na região entre Ortigueira e Mauá da Serra, com graus dos mais variados níveis.

No *Canyon* Iguaçu, localizado no interior do Parque Nacional do Iguaçu, há uma parede de basalto com nove setores de escalada, que contabilizam mais de 50 vias de dificuldade fácil e média. Mas o acesso às vias é restrito, podendo ser feito somente pela Associação Montanhistas de Cristo (AMC) de Foz do Iguaçu, que foi o clube responsável por abrir todas as vias e faz a manutenção das trilhas de acesso.

1.3 OS MONTANHISTAS DO PARANÁ

Como é possível observar por intermédio do que foi apresentado neste capítulo, o montanhismo é uma prática esportiva que possui ambiente e histórico

favoráveis no estado do Paraná. De acordo com uma pesquisa realizada pelo montanhista Davi Marski, em 2009, 10% dos praticantes de escalada do País se encontram neste estado. O Paraná fica atrás apenas de São Paulo (31%), Rio de Janeiro (21%) e Minas Gerais (13%).

O atleta de maior destaque por aqui é Waldemar Niclevicz, que, como já citado anteriormente, em 1995, foi o primeiro brasileiro a alcançar o Monte Everest juntamente com Mozart Catão. Além desse título, o currículo de Niclevicz conta ainda que ele foi o primeiro brasileiro a conquistar o K2 (montanha cujo acesso é considerado mais difícil até do que o Everest) e as montanhas do “Sete Cumes” (nome dado ao grupo que traz o ponto mais alto de cada continente e é composto por: Aconcágua (6.959 m) na Argentina – a maior montanha da América do Sul; Mc Kinley (6.194 m) nos Estados Unidos – a maior montanha da América do Norte; Vinson (4.897 m) – a maior montanha da Antártida; Kilimanjaro (5.895 m) na Tanzânia – a maior montanha da África; Elbrus (5.642 m) na Rússia – a maior montanha da Europa; Everest (8.848 m) no Nepal e na China – a maior montanha da Ásia; Carstensz (4.884 m) na Indonésia – a maior montanha da Oceania). Além disso, ele já escalou sete das 14 montanhas com mais de 8 mil metros existentes no mundo, esteve no Everest uma segunda vez, e já participou de expedições em mais de 100 das principais montanhas do mundo.

Este alpinista, nascido em Foz do Iguaçu, conseguiu realizar um sonho que poucos paranaenses conseguem: ter o montanhismo como profissão.

No estado, essa prática esportiva é, na maioria das vezes, associada ao lazer. Muitos acabam fazendo do esporte um *hobby* devido à dificuldade em conseguir patrocínio o suficiente para “viver” apenas de montanhismo, e isso reflete uma situação nacional.

Estima-se que apenas 10 mil pessoas sejam praticantes assíduas do esporte no Brasil inteiro¹⁰. Um número pequeno, já que a população estimada no Brasil em junho de 2012 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) era de mais de 201 milhões de habitantes. De acordo com o montanhista brasileiro Pedro Hauck, este número não representa o total de praticantes e conhecedores do esporte, já que a grande maioria das pessoas que se interessa pelo montanhismo, o pratica de forma amadora, principalmente nos finais de semana. Por esse motivo

¹⁰ Disponível em: < <http://bit.ly/1jDNlik> > Acesso em 21/05/2014

Hauck acredita que a maioria destes (cerca de 95%) não irão realizar grandes feitos no montanhismo por não possuir tempo e dedicação suficiente para o esporte e para evoluir nele.

Carin Machiorato, por exemplo, também já apresentada neste capítulo como a conquistadora de um *boulder* de nível V10, em entrevista ao portal “Mulheres na Montanha”, em fevereiro do ano passado, relatou que, em 2012 acabou “participando muito pouco de competições, por falta de tempo. Trabalhava em período integral e estudava a noite, então ficava difícil. Para as competições o foco tem que ser diferente, assim como os treinos também devem ser de acordo com os objetivos. Por isso precisamos de mais tempo para se preparar e treinar.”¹¹

Alguns paranaenses transformam a paixão pelo esporte em empresa. Um exemplo vem do ginásio de escalada Campo Base, localizado na Travessa da Lapa, no Centro de Curitiba. Nos anos 90, quando a escala indoor não era comum na capital, um casal conhecido pelos apelidos de Juca e Adi montou um pequeno muro que seria o “embrião” do Campo Base. Este muro foi ampliado ao longo do tempo, proporcionando um espaço maior para treinos. Tempos depois a história do ginásio deu um salto com a proposta de outros três escaladores, Kava, Mink e Schen, que tiveram a ideia de construir um novo muro de escalada no centro de Curitiba. Finalmente em 2005 o espaço foi inaugurado. O ginásio, que hoje tem a maior estrutura do sul do Brasil, se tornou referência na escalada indoor em Curitiba e é local de campeonatos de boulder e escalada.

Outro exemplo vem do Marumby Montanhismo, uma empresa fundada em 2001 pelo montanhista paranaense Ronaldo Franzen Junior, conhecido como Nativo, que, “após 30 anos de práticas intensas e trabalhos informais desde 1996, resolveu transformar sua filosofia de vida em diretriz para o seu trabalho.”¹². Hoje a empresa é referência em cursos relacionados ao esporte e oferece capacitações de iniciação em montanhismo e escalada, em rocha e gelo, do básico ao avançado.

Além do Marumby Montanhismo, quem deseja se desenvolver no esporte pode procurar outros locais, como o ginásio Caverna, o site Gente de Montanha, o Clube Paranaense de Montanhismo e o ginásio Via Ventura, que oferecem cursos de escalada e montanhismo.

¹¹ Carin Machiorato. Disponível em: < <http://bit.ly/QnAVhu> > Acesso em 09/05/2014

¹² História. Disponível em: < <http://bit.ly/1jq72Jd> > Acesso em 09/05/2014

Seja no amadorismo ou buscando fontes para se manter profissionalmente, o número de montanhistas paranaenses vem crescendo. No último dia 9 de maio foi realizado o 42.º Jantar na Montanha, um evento que acontece anualmente, sempre na segunda sexta-feira do mês de maio para realizar um encontro entre todos os apaixonados pelo montanhismo. Henrique Schimidlin, conhecido como Vitamina, conta que o primeiro jantar foi realizado em 1972, e que, ao pedir por apoio, na época, ouviu a frase: “Vita, o montanhismo já acabou!”, o que realmente parecia uma realidade. Mas, nesta 42.ª edição, mais de 400 pessoas estavam presentes no encontro, que reuniu diversas gerações entre os praticantes. “Isto aqui está muito bonito, tem tanta gente nova no esporte, tanta gente que eu não conheço”, disse José Alcides de Lima Júnior, mais conhecido como Zezo, marumbinista da década de 1960.

1.4 A COBERTURA DO MONTANHISMO

Para analisar a cobertura feita pelos principais veículos de comunicação sobre o montanhismo, foram analisadas as publicações em torno do assunto, durante dois meses, nos sites dos principais jornais dos Estados Unidos (*The New York Times*), na Inglaterra (*The Guardian*) e na França (*Le Monde*) e no Brasil (*Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Estadão*), além do maior jornal paranaense (*Gazeta do Povo*). O período analisado foi o de 17 de março a 17 de maio de 2014.

Nos periódicos em inglês, os termos utilizados para a busca foram: *mountain*, *climbing* e *mountaineering*. No *The New York Times* foram encontradas 13 notícias sobre o assunto, dentre as quais oito matérias estavam na editoria *World* e outras três matérias na editoria *Travel* e todas elas estavam relacionadas ao acidente no Everest que matou 16 *sherpas*¹³. Uma das matérias estava na editoria

¹³ Acidente que aconteceu no dia 18 de abril deste ano, uma avalanche em uma das áreas mais perigosas da montanha, um pouco acima de um dos dois campos base do Everest, que ficam a 5,8 mil metros de altura. Os guias - também conhecidos como *sherpas* - teriam escalado a encosta de manhã para fixar cordas e preparar a rota dos alpinistas, quando foram soterrados pela neve. O acidente aconteceu justamente na temporada mais movimentada de subidas do Everest. Entre os meses de abril e maio, centenas de alpinistas convergem para os campos base e aguardam o momento de fazer a escalada. Além de alcançar repercussão internacional, o acidente provocou grandes tensões entre *sherpas* e o governo do Nepal. Tensões que transbordaram quando funcionários do Estado ofereceram um pacote de compensação de apenas 400 dólares a famílias dos

Business e tratava sobre o editor do *Wikipedia*, Adrienne Wadewitz, que morreu enquanto escalava. A única matéria na editoria de *Sports* era sobre a conquista do montanhista Ueli Steck, que se tornou a primeira pessoa a subir, pela face sul, a montanha Annapurna, no Nepal, em março deste ano, considerada por alguns como a subida tecnicamente mais desafiadora do mundo.

No *The Guardian*, o conteúdo apresentado não foi muito diferente do jornal *The New York Times*. Das onze matérias encontradas, dez estavam na editoria *World* e todas elas traziam notícias sobre a avalanche ocorrida no monte Everest; e apenas uma em *Travel* na qual a escalada era apresentada como uma das alternativas de atividades para o feriado. O único conteúdo apresentado pelo *The Guardian* relacionado ao montanhismo na editoria de *Sports* era um vídeo sobre o escalador Daniel Woods, mostrando um pouco sobre sua vida e seus feitos na modalidade de escalada *boulder*.¹⁴

Para a pesquisa no site do jornal *Le Monde* foram usados os termos *alpinisme*, *montagne* e *escalade* e, durante o período pesquisado, foram encontradas seis notícias na editoria de *Sport*, três delas também relacionadas ao acidente ocorrido recentemente no Everest, uma delas sobre escalada no Alasca, outra sobre a conquista do montanhista Ueli Steck, primeira pessoa a subir a montanha Annapurna pela face sul, e ainda uma entrevista com o montanhista Erri de Luca. Três estavam na parte de *Planete*, duas delas também sobre o acidente no Everest e uma sobre expedições na região do Alasca.

Quanto aos jornais nacionais, ao pesquisar os termos “montanhismo, alpinismo e escalada”, a *Folha de S. Paulo* apresentou três notícias na editoria *Mundo*, todas sobre o acidente no Everest, e uma em *Turismo*, sobre o Parque Estadual Picacho Peak, nos EUA, que permite escalada. No *Estadão*, duas notícias compunham a cobertura do acidente do Everest na editoria *Internacional*, uma notícia estava em *Geral*, também sobre o acidente, e uma em *Brasil*, mostrando o preparo físico necessário para quem quer escalar o Everest. O jornal *O Globo* foi o único no qual todas as cinco notícias apresentadas sobre os termos pesquisados tratavam do montanhismo no Brasil (com destaque para o Rio de Janeiro), mostrando cursos de montanhismo, as dificuldades na escalada e as trilhas de

homens mortos. O acampamento base tornou-se uma confusão, muitos alpinistas estrangeiros voltaram para casa, já que dependem dos *sherpas* para os guiarem.

¹⁴ Disponível em: < <http://bit.ly/1mPFwqz> > Acessado em 19/05/2014

algumas montanhas - as matérias se encontravam nas editorias de *Esportes* e *Rio*. Já o paranaense *Gazeta do Povo* não apresentou nenhuma matéria ligada ao tema nos dois meses pesquisados. A última notícia relacionada ao assunto no site data de junho de 2013.

Ao analisar essas publicações é possível ver que, apesar do montanhismo ser uma prática esportiva, ele não é comumente tratado como tal. A maioria das notícias verificadas no período examinado estavam relacionadas à avalanche que ocorreu no Everest. Isso mostra que o esporte é noticiado, muitas vezes, apenas em seus casos extremos, quando ocorre um acidente de proporções maiores ou quando alguém conhecido mundialmente sofre um acidente. Outro tipo de caso bastante abordado pela mídia são as grandes “vitórias” do esporte, quando um indivíduo bate algum recorde ou alcança uma montanha nunca escalada. Em raros casos o montanhismo apareceu na editoria de esportes.

Assim, quem realmente se interessa pelo assunto, precisa buscar mais informações em blogs ou sites nos quais os conteúdos são produzidos pelos próprios montanhistas.

Dentre os blogs e sites voltados para o esporte, no Brasil, pode-se destacar o *Blog de Escalada*, um site que está no ar há oito anos, trazendo desde notícias sobre competições até resenhas de livros e filmes sobre o esporte. O *Alta Montanha*, nasceu como uma loja de venda de equipamentos de montanhismo online, e agora possui uma parte de notícias sobre o esporte, com atualização diária, além de artigos e colunas sobre o assunto.



FIGURA 6 – PÁGINA INICIAL BLOG DE ESCALADA

FONTE: site Blog de Escalada



FIGURA 7 – PÁGINA INICIAL ALTA MONTANHA
FONTE: site Alta Montanha

No ano passado, após oito anos sem uma revista impressa especializada em montanhismo e escalada circulando no Brasil, surgiu a revista *Montanhas*, uma publicação editada em Toledo, no Paraná, que até agora, teve apenas duas publicações (uma de outubro/novembro 2013 e outra de janeiro/fevereiro/março 2014).

Além dessas mídias, a revista esportiva *Go Outside* e o blog *Webventure*, apesar de não serem voltados especificamente para o montanhismo, contribuem para divulgação desse esporte com matérias e artigos sobre o assunto.

Elaborado este capítulo contextual sobre o tema deste TCC, o montanhismo e sua cobertura na mídia tradicional e nas mídias alternativas, este estudo prossegue com o próximo capítulo situando teoricamente o suporte livro-reportagem, que é considerado um gênero jornalístico, como será apresentado.

2 LIVRO-REPORTAGEM E JORNALISMO LITERÁRIO

“Jornalista seria, acima de tudo, o intérprete qualificado da realidade que deve ser contextualizada, reproduzida e compreendida nas suas relações de causalidade e condicionamentos históricos.” (SODRÉ, Muniz, 2009, p.24)

O livro-reportagem, de acordo com Eduardo Belo (2006), não tem uma data de nascimento precisa. Antes de seu conceito surgir, várias narrativas de não ficção (termo criado por Truman Capote, nos anos 1960) já haviam sido publicadas. Para contar as origens do livro-reportagem é necessário analisar diversas etapas da história do jornalismo. Como ponto inicial, é possível se apegar na Europa do século XIX¹⁵, época em que “a reportagem em livro começou a ganhar força como um subgênero da literatura.” (BELO; Eduardo, 2006, p. 19).

Naquele século, o jornalismo ainda não havia se tornado uma profissão como conhecemos hoje. Segundo Nelson Traquina (2004), no período o jornalismo era visto como uma profissão de baixo prestígio. Na França, por exemplo, essa área de atuação não era uma profissão e sim “um meio para atingir outros fins” (TRAQUINA, 2004, p.76), doutrinários, políticos e ideológicos. Em um tempo no qual as taxas de desemprego eram altíssimas, trabalhar em um jornal era melhor do que nada.

Em consequência disso, poucas eram as “regras” que regiam este campo. A distinção entre jornalismo e literatura, que hoje é clara, ainda não havia sido estabelecida. Pelo contrário, alguns jornais nem publicavam reportagens, limitando-se apenas a estampar em suas páginas artigos, ensaios, editoriais e textos da própria literatura. Ao longo do tempo, grandes autores da literatura, como Émile Zola, Honoré de Balzac, Alexandre Dumas, Victor Hugo, Albert Camus, Antoine de Saint-Exupéry e George Simenon, entre outras, estiveram envolvidas no jornalismo.

Por outro lado, as publicações jornalísticas norte-americanas sempre foram muito diferentes das europeias. Apesar de em ambas a prática do jornalismo ter se iniciado como uma atividade de baixo prestígio, enquanto o jornalismo europeu

¹⁵ Antes do século XIX, a produção jornalística em livros limitava-se a registros “de viagens ou narrativas dos conquistadores das colônias europeias mundo afora” (BELO, Eduardo, 2006, p.21), em relatos que não tinham grande compromisso com a objetividade.

empregava a literatura na produção jornalística, nos EUA, os jornais adquiriram um caráter informativo já na primeira metade século XIX, com o surgimento dos *Penny Press* (o primeiro data de 1833). Essas publicações não apenas eram vendidas a um preço muito mais acessível, como também traziam temas que os outros jornais, mais caros e partidários, ignoravam e que refletiam os problemas das classes populares nesta época de desigualdade social, como por exemplo o da violência urbana (Mindich, 1998). Schudson (1981) relata que, antes de 1830, os jornais eram tratados exclusivamente como um negócio, com editores que eram “servos” de políticos e de suas vontades. O surgimento dos *Penny Press*, segundo o autor, provocou, nos EUA, uma revolução no jornalismo, fazendo triunfar as notícias sobre os editoriais e os fatos sobre as opiniões.¹⁶

Enquanto, por todo o século XIX e início do século XX, o jornalismo informativo se fortalecia nos EUA, a Europa continuava a investir muito mais em um jornalismo próximo à literatura. Essa prática foi favorecida também devido a uma vertente jornalística, que surgiu na Europa, decorrente do desenvolvimento da indústria cultural, conhecida como jornalismo popular (BELO, 2006). Devido à elevação do nível educacional da classe operária europeia, jornais surgiram para este público. Neles, os jornalistas eram obrigados a usar muitos “temperos”, geralmente empregados no romance popular, para dar mais “sabor” as narrativas. Dessa forma, os jornais e revistas europeus aprenderam a contar histórias (e a reportagem e a grande reportagem ganharam algum prestígio).

No início do século XX, as publicações norte-americanas já haviam se tornado um grande negócio e eram o principal meio de informação para a população (BELO, 2006). Como mesmo antes da Segunda Guerra Mundial, os EUA já começavam a surgir como uma potência econômica, esse desenvolvimento acelerado acentuou as desigualdades sociais de outros pontos do planeta, revelando a exposição de um mundo desigual que começava a ganhar contornos mais nítidos, contrastando com a hegemonia econômica norte-americana.

¹⁶ Nesta época é interessante ressaltar que, no Brasil, o primeiro periódico nacional com caráter essencialmente informativo estava sendo produzido “a todo vapor”. O “Diário do Rio de Janeiro” começou a circular no dia 1º de junho de 1821. Foi fundado e redigido pelo português Zeferino Vito de Meireles, que ascendera na Imprensa Régia de operário a vice-administrador, e mais tarde obteve licença para abrir tipografia própria, a Tipografia do Diário. Antonio Maria Jaurdan, que o sucedeu após sua morte num atentado em 1822, foi o segundo editor do jornal. De acordo com conteúdos publicados na internet sobre o assunto, o jornal circulou até 1821.

Diante desse cenário de desigualdades, o jornalista americano John Reed produziu uma das mais consistentes reportagens em livro, caracterizado por Felipe Pena (2006) como romance-reportagem. A obra “México Rebelde!” (1914) foi fruto da primeira grande experiência de Reed como repórter de guerra, convidado pelo jornal *Metropolitan* (EUA) para acompanhar de perto a rebelião liderada por Pancho Villa. Walter Lippmann classificou essa reportagem como “a melhor de todos os tempos”, admirando a “variedade de impressões, recursos e cores de linguagem do autor.” (PENA, 2006, p.108).

Outra célebre obra deste autor é o livro “Dez dias que abalaram o mundo” (1919), o mais famoso relato sobre a Revolução Russa, um diário de bordo em que o autor deixa transparecer, ao longo dos capítulos, o seu envolvimento com a causa que está cobrindo. Reed é apontado por estudiosos da comunicação como uma espécie de precursor do livro-reportagem sob o viés literário.

Uma época decisiva para o campo jornalístico e principalmente para sua vertente literária foi o da Segunda Guerra Mundial, quando muitos jornais enviaram correspondentes ao campo de batalha. Dois brasileiros fizeram parte dessa história: Rubem Braga, enviado pelo *Diário Carioca*, que acabou produzindo o livro “Com a FEB na Itália”, e Joel Silveira, enviado dos *Diários Associados*, de Assis Chateaubriand, que escreveu “O inverno da guerra”.

A Segunda Guerra também foi responsável por alterar a maneira de se fazer jornalismo. Eduardo Belo (2006) descreve que muitos estudiosos e historiadores acreditam que foi nessa época que a técnica de abrir uma matéria com o chamado lide passou a ser empregado, como uma maneira de facilitar o trabalho dos correspondentes. As transmissões por telégrafo eram caras e instáveis, assim, convencionou-se que o primeiro parágrafo de cada texto deveria trazer os dados essenciais da matéria, uma espécie de resumo, tornando possível identificar com rapidez do que a notícia tratava, avaliar sua importância e editar. Além disso, caso fosse necessário cortar alguma parte, o trabalho era rápido, já que as informações menos essenciais estavam no fim do texto.

Um ano após o fim da Segunda Guerra, 1946, o jornalista americano John Hersey foi até Hiroshima, no Japão, incumbido de descrever como a população desta cidade atingida por uma bomba atômica vivia, um ano após a explosão. O relato de Hersey focou-se na experiência de seis pessoas que estavam na cidade durante a catástrofe: dois médicos, um pastor, uma viúva, uma jovem que trabalhava

em uma fábrica e um padre. Ele levou cerca de seis semanas para escrever toda a reportagem.

O texto foi reescrito, pelo menos, duas vezes e o dono da revista *The New Yorker* fez mais de 200 observações sobre a matéria antes de publicá-la. Por fim, uma reportagem que era para ser distribuída em série, acabou tendo suas 30 mil palavras impressas em uma única edição da *The New Yorker*. Segundo Eduardo Belo, nunca nenhuma outra reportagem na história do jornalismo teve tamanha repercussão. E, quarenta anos depois da primeira visita, Hersey voltou a Hiroshima para reencontrar seus entrevistados e completar o trabalho, que acabou virando um livro.

A reportagem de Hersey em 1946 “foi decisiva para uma virada na produção jornalística” (BELO, 2006, p.24). Isso porque o jornalismo era visto como um negócio e a imprensa norte-americana adotava cada vez mais padrões de objetividade e de linguagem. Hersey aproximou novamente jornalismo e literatura.

Com essa reaproximação surge, na década de 1960, o movimento denominado *new journalism*. Uma proposta na qual a objetividade era deixada de lado, empregando técnicas de captação e redação provenientes da literatura. Um jornalismo que, segundo Edvaldo Pereira Lima,

“busca expressar a realidade contando histórias, na maioria das vezes com um foco centrado fortemente nas pessoas de carne e osso que dão vida aos acontecimentos. Espera-se, do narrador, uma voz própria, um estilo individualizado de condução do texto.” (2003, p.10)

De acordo com Lima, a proposta apresentada pelo *new journalism* “tanto criou caminhos próprios quanto se inspirou numa outra tradição do jornalismo, existente desde muito antes de Truman Capote”. (2003, p.10)

Felipe Pena (2006) retrata como até o termo *new journalism* não é algo novo. Isso porque ele apareceu pela primeira vez em 1887, na *Pall Mall Gazette*, de Londres. O nome foi usado para desqualificar o estilo de reportagem do jornalista britânico WT Stead, editor do jornal.

Lima (2004) reconhece John Reed, A. J. Liebling, Joseph Mitchell, Lillian Ross e Ernest Hemingway como precursores desses moldes e vê o *new journalism* como uma versão renovadora do jornalismo literário. No novo estilo adotado a partir da década de 1960, os principais autores são Truman Capote, Tom Wolfe, Norman Mailer e Gay Talese.

Capote obteve sucesso logo em seu primeiro romance “*Other voices, other rooms*”, publicado pela primeira vez em 1948. Mas o escritor alcançou seu auge ao criar um novo gênero de jornalismo, com um “romance não ficcional”, que deu início a uma experiência pioneira que influenciou uma quantidade enorme de escritores. Em uma viagem como enviado especial pela revista *The New Yorker* para produzir um artigo sobre o assassinato brutal de uma família de fazendeiros do Kansas por dois ladrões, ele acabou estendendo a viagem por cinco anos, resultando disso o livro *A sangue frio*, publicado em 1966

O autor pesquisou, entrevistou e ficou íntimo tanto de policiais como dos dois assassinos, que acompanhou até serem executados. A matéria foi publicada pela revista em formato folhetim, com capítulos semanais, e depois foi editada como livro reportagem. O caso perturbou os Estados Unidos pela violência banal. Com a obra Capote acabou com a barreira que separava reportagem criminal de literatura. A obra foi cercada de controvérsias, mas mesmo assim tornou-se um sucesso absoluto.

Outro representante do *new journalism*, Tom Wolfe, foi repórter de jornais e revistas e ficou conhecido com seus romances de ficção “A fogueira das vaidades” e “Os eleitos”. Em 1973 publicou o livro “*The new journalism*”, com seus ideais para uma boa reportagem literária.

Aqui vale um parêntese para falar sobre um movimento atual de recriação estilística nos EUA chamado de *New new journalism*. Essa nova vertente, segundo Pena (2006) possui líderes antigos, como Gay Talese e John McPhee, e caracteriza-se por explorar situações do cotidiano, o mundo ordinário, as subculturas, sem cair numa abordagem que exalta o exótico ou o extraordinário, encarando os problemas como sintomas da vida americana.

Esse *New new journalism* continua com os princípios básicos do manifesto de Wolfe, mas a sua principal diferença com o *New journalism* é que, o movimento atual, quer desempenhar um papel mais político do que literário.

No Brasil, o jornalismo com viés mais literário se inicia com a revista “O Cruzeiro”. Uma publicação que começou sem muito brilho em 1928 e deu um grande salto de prestígio e circulação na década de 1940, quando passou a investir na reportagem. A revista contratou profissionais de primeira linha, com destaque para a dupla formada pelo fotógrafo francês Jean Manzon e o repórter David Nasser. Os dois ficaram famosos por uma série de “furos” de reportagem, sem que se atentasse

para os seus muitos deslizes éticos, como a invenção de entrevistas e a adulteração do conteúdo apurado (BELO, 2006). “O Cruzeiro” fez sucesso até os anos 1950, quando houve mudanças nos padrões éticos¹⁷ e o crescimento do jornalismo no rádio.

Por volta da década de 1940 vale ressaltar as ideias inovadoras e os textos instigantes trazidos pela revista “Diretrizes”, produzida no Rio de Janeiro e distribuída no Brasil inteiro, que também reunia a nata de profissionais da época.

Em 1966, pela Editora Abril, surgiu mais uma publicação inovadora, a revista “Realidade”, que, segundo Eduardo Belo, reunia “leveza e profundidade no tratamento dos assuntos.” (2006, p.29). Para Gianni Carta (2003), a revista foi a primeira a apresentar características realmente literárias do *new journalism*.

“permitia ao repórter se esmerar no texto, confundir sua experiência pessoal com o tema retratado, aventurar-se em uma experimentação estética e sensorial. Tinha uma expressão literária própria, se bem que ajustada ao relato do real. A imagem fotográfica não era um mero acessório do texto, (...) mas sua expressão visual. E o padrão do texto e o nível de profundidade atingido por suas matérias nem podia ser comparado aos das concorrentes.” (Carta, 2009, p.47)

Com o Ato Institucional nº 5 em dezembro de 1968, que instituiu a censura prévia na imprensa, a revista perdeu suas características essenciais. Assim, ela foi “murchando” gradativamente e a publicação parou em 1976.

A primeira e única experiência bem sucedida de um jornal com conteúdo mais literário no Brasil surgiu em 1966, com a criação do “Jornal da Tarde”. O diário possuía uma diagramação livre e leve, com grandes ilustrações. O recurso de reportagens em série era bastante empregado. Na reportagem havia a valorização da visão pessoal do repórter. Na luta contra a censura, receitas culinárias ocupavam o lugar das matérias cortadas pelos censores. O jornal deixou de circular em 2012, por decisão do Grupo Estadão, ao qual pertencia.

Com a junção de todos esses veículos houve a consolidação do texto mais descritivo na reportagem brasileira, fator que levou ao crescimento e consolidação da produção de livros-reportagem no país. O período de *boom* desses livros iniciou-se na década de 1980¹⁸, com publicações como “Morte no paraíso” (1981), de

¹⁷ Segundo Belo (2006), nesta época, o jornalismo brasileiro começou a apresentar uma preocupação maior com a veracidade do que era apresentado nos veículos de comunicação.

¹⁸ O jornalista e engenheiro militar Euclides da Cunha, que, em 1902, publicou “Os sertões”, é considerado precursor do gênero no país, Essa obra nasceu de uma reportagem sobre a Guerra de

Alberto Dines; “Cara, coroa, coragem” (1982), de Sinval Medina; e “Olga” (1985), de Fernando Morais (que já havia publicado o sucesso “A Ilha”, na década de 1970, sobre Cuba).

Neste período, segundo Belo (2006), os periódicos brasileiros estavam recheados de relatos sobre política e a economia nacional. Mas, assim mesmo, havia a necessidade de aprofundamento na área e, assim, eventos como a ditadura militar, a abertura política e as tentativas de estabilização monetária proporcionaram espaço para a elaboração de inúmeras reportagens em livro.

Na segunda metade da década de 1990, com a entrada da internet no país, muitos jornalistas e empresas acabaram migrando para o ambiente virtual, o chamado ciberespaço¹⁹.

O cenário atual dos jornais brasileiros é volátil e Belo afirma que “a mídia impressa ainda não se encontrou depois da internet e da sucessão de baixa da economia brasileira” (2006, p. 35). Segundo a Associação Nacional de Jornais (ANJ), de 1995 a 2004, a circulação média de impressos no Brasil estagnou em 6,5 milhões; de 2005 a 2012 o número teve um aumento considerável e chegou a 8,8 milhões, mas em 2013 o número caiu para 8,7 milhões. A tabela abaixo exibe um pouco deste “sobe e desce” da circulação, o que revela certa instabilidade, mas um crescimento com relação a décadas anteriores.

Canudos, feita para o jornal *O Estado de S. Paulo* em 1897. O texto, diferentemente da cobertura do episódio feita por outros jornais da época, relaciona a existência do arraial de Antonio Conselheiro e a natureza do sertão da Bahia, o comportamento sertanejo e a conjuntura internacional que poderia ser associada ao conflito.

¹⁹ Pierre Lévy (1999) define ciberespaço como “o novo meio de comunicação que surge da interconexão de computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (Lévy, 1999, p. 17).

Circulação de jornais no Brasil

Circulação nacional em milhões de exemplares por dia.



Infografia: Bruno Fonseca

Fonte: Associação Nacional de Jornais; Instituto Verificador de Circulação

FIGURA 8 – CIRCULAÇÃO DE JORNAIS NO BRASIL
 FONTE: Site A Pública (Disponível em: bit.ly/1ole0tR).

Não cabe aqui analisar e ampliar as discussões em torno do presente e futuro dos veículos impressos, já que a história deste meio de comunicação está sendo utilizada apenas para contextualizar as várias etapas das reportagens em livro. Mas, apenas salientar que o livro-reportagem, como produto impresso de circulação ainda mais restrita que o jornal, inclusive pelo fato de que o Brasil não é um país de leitores por excelência, longe disso, cabe neste universo de análise, pois, como Belo (2006), Lima (1999) e outros autores acreditam, o livro vai ganhando importância como um complemento da cobertura jornalística tradicional, ao ocupar basicamente o espaço deixado pela cobertura menos contextualizada e densa de jornais e revistas. Para o jornalista e escritor Zuenir Ventura, o público brasileiro está cansado de receber tanta informação sendo que por vezes nem sequer entende o que ela representa. Para ele, o jornalismo tem informação demais, o que falta é explicação. Neste sentido, o livro aparece para fazer a tradução e interligar pedaços de fatos expostos de maneira fragmentada. (BELO, 2006).

A rigor, pode-se considerar o livro-reportagem como uma grande reportagem²⁰ — sendo assim emprega exatamente o mesmo padrão de conduta e técnica de uma matéria aprofundada publicada em qualquer outro veículo. Devido as

²⁰ Reportagem é uma extensão da notícia e, por excelência, a forma-narrativa do veículo impresso (SODRÉ, 1986, p. 11)

suas características, Belo (2006) afirma que ele é um veículo que não veio para substituir nenhum meio de comunicação, mas é um complemento de todos eles.

Edvaldo Pereira Lima (1998) define o objetivo da reportagem em livro como sendo “avançar as fronteiras do jornalismo para além dos limites convencionais que ele próprio se impõe” (p.41). Este tipo de veículo pode se aprofundar em fatos, personagens e situações e abre espaço para abordagens diferentes, originais, criativas, menos urgentes e mais profundas.

Para Belo, tudo pode ser assunto de um livro-reportagem. Basta, para isso, garantir uma abordagem extensiva do tema, sendo que, como em outros meios jornalístico, é preciso ter exatidão, nada pode ser ficcional.

Diante desta exposição, fica claro que o livro-reportagem caracteriza-se como um gênero que amplia, de forma vertical, em termos de profundidade, e horizontal, em termos de espaço para publicação do texto, a chamada grande reportagem e, portanto, exige um suporte diferenciado do jornal ou revista, no caso o livro. Entretanto, não se deve entender esta ampliação da grande reportagem como sinônimo de jornalismo literário, sendo esta uma vertente que está presente em grande parte dos livros reportagem, mas não em todos. Ou seja, é um estilo específico adotado ou não pelo autor de um livro reportagem ou de outra reportagem em revista ou jornal.

2.1 JORNALISMO LITERÁRIO

Como o produto jornalístico resultante deste TCC – um e-book sobre montanhismo e suas histórias – irá adotar, na medida do possível, o estilo do jornalismo literário como vertente, é importante situar algumas características deste subgênero, que por si só dá margem a uma série de diferentes interpretações sobre o seu significado.

De acordo com Felipe Pena (2006), em seu livro “Jornalismo Literário”, o Brasil traz diversas significações para esse termo. Alguns autores consideram Jornalismo Literário como o período da história do jornalismo em que os escritores eram editores, articulistas, cronistas e autores de folhetins (século XIX). Outros acreditam que o termo se refere à crítica de obras literárias que é veiculada em jornais. Há aqueles que utilizam o termo como sinônimo de *new journalism* e, por

fim, aqueles que acreditam que fazem parte do Jornalismo Literário as biografias, os romances-reportagem e a ficção-jornalística.

Pena considera o Jornalismo Literário como uma “linguagem musical de transformação expressiva e informacional” (p.21) que ultrapassa os acontecimentos cotidianos proporcionando visões amplas da realidade, na qual se rompe com o lide, evita-se definidores primários e, principalmente, garante-se uma perenidade e profundidade aos relatos. Essa área, segundo Pena, seria utilizada por jornalistas que buscam investir em um estilo mais denso e que têm seu espaço reduzido na mídia tradicional, encontrando no Jornalismo Literário uma alternativa.

Um dos subgêneros desse modelo que merece uma grande atenção é a biografia. Entre todos, esse, que mistura jornalismo, literatura e história, é o mais vendido do mundo. Há até uma nata de jornalistas que se dedicam especialmente à biografia. Entre os brasileiros pode-se citar Fernando Morais, com obras que são *best-sellers*, destacando-se pela riqueza de detalhes, como “O Mago” (sobre Paulo Coelho), “Olga” (adaptado para o cinema em filme homônimo, sobre Olga Benário Prestes, mulher de Luiz Carlos Prestes), “Chatô, o rei do Brasil” (sobre a vida de Assis Chateaubriand). Outro grande nome é Ruy Castro, que recuperou a memória da bossa nova com o livro “Chega de saudade”, escreveu a biografia de Nelson Rodrigues (“O anjo pornográfico”), a de Garrincha (“Estrela Solitária”) e a de Carmen Miranda (“Carmen”).

Pena classifica as obras de autores como Caco Barcellos (com “O abusado”), Antonio Callado (com “Cabeça de papel”), além dos já citados anteriormente Euclides da Cunha e John Reed, como romance-reportagem, subgênero do jornalismo literário no qual nada é inventado e utiliza-se adereços literários para aprofundar a abordagem sobre os fatos reais.

Segundo Edvaldo Pereira Lima, no Brasil, apesar de o jornalismo literário estar quase totalmente esquecido nas redações, mantém-se vivo no espaço acadêmico em disciplinas na graduação e dissertações e teses na pós-graduação.

Ele acredita que:

“essas iniciativas são uma amostra de que, embora pequeno, o espaço para o jornalismo literário no Brasil pode crescer. A crise de linguagem nos periódicos, quase todos presos a textos sem muito brilho, não sabendo o que fazer diante da competição vigorosa da televisão, remete à necessidade do jornalismo impresso produzir matérias que aliem profundidade de abordagem e excelência narrativa. Da mesma forma, a internet representa, de um lado, mais um fator competitivo que torna os

jornais diários algo obsoleto para uma certa parcela da população, enquanto de outro abre oportunidades para jornalistas empreendedores, capazes de explorar criativamente novos caminhos.” (2003, p.93)

Neste sentido, este TCC se propôs a produzir uma obra com o formato de uma reportagem, utilizando os recursos do jornalismo literário, que possui uma linguagem que não se prende aos padrões objetivos empregados nas redações. Ao buscar um caminho diferente do tradicional, este livro-reportagem aproveitou os recursos disponíveis hoje por meio da internet para produzir um trabalho que une o audiovisual ao texto, em uma linguagem não apenas mais literária como também mais ágil e lúdica. Opta-se assim por um produto no formato de e-book. Para tanto, é preciso entender os caminhos do chamado jornalismo digital.

3 JORNALISMO DIGITAL

“Mudar o mundo não basta [...] Nossa tarefa é também interpretá-lo. E isso precisamente para mudar a mudança. A fim de que o mundo não continue a mudar sem nós. E, afinal, não mude para um mundo sem nós.” GÜNTHER ANDERS (1980, p.1)

A tecnologia gerada pela sociedade sempre tem reflexos, em maior ou menor intensidade, sobre as relações sociais, econômicas e culturais, influenciando nas transformações das instituições humanas e nos seus modos de vida e de trabalho. Como em diversos outros campos profissionais, a tecnologia sempre caminhou junto com a comunicação e com o jornalismo, alterando as formas de produção, suportes, rotinas, distribuição, acesso e consumo de seus conteúdos. Anabela Gradim (2007) relata que a revolução decisiva, no caso da imprensa, foi a prensa móvel de Gutenberg; depois veio o telégrafo, inventado por Morse; a possibilidade de usar fotografia na imprensa, em 1880; o telefone, o rádio, a TV, o telex e o fax, que foram, ao longo do século XX, alterando o campo jornalístico profissional. As técnicas de impressão também mudaram, com a invenção das rotativas e do linotipo.

Nos anos 1990, o uso da internet gera diversas rupturas no campo comunicação em termos globais, produzindo inúmeras alterações no campo das práticas jornalísticas. A web afeta o trabalho jornalístico de quatro modos: na fonte de informação, tema de informação, meio de publicação e difusão e como fórum de notícias.²¹

O *webjornalismo* ou jornalismo digital, segundo Gradim, possui duas definições. A primeira, mais ampla, seria aquela que utiliza a internet como meio de obter informações e se identifica como *CAR – Computer Assisted Reporting*. Neste caso o âmbito é tão geral que perde a especificidade, já que a maioria das produções jornalísticas, hoje em dia, acaba, de um modo ou de outro, recorrendo ao computador, em busca de informações, contatos telefônicos, e-mails ou sites de pesquisa, entre outras possibilidades. A segunda definição do termo se apresenta como aquele jornalismo que é publicado na internet, seja ou produzido

²¹ REAVY, Matthew, *Introduction to Computer-Assisted Reporting – A Journalist's Guide*, 2001, Mayfield Publishing Company, California, p.29

especificamente para ela ou transferido de algum outro meio de comunicação. Esta definição, mais restrita, é a mais aplicada e também a que melhor serve para o desenvolvimento deste trabalho. Este segundo tipo de jornalismo também possui outras denominações como jornalismo online²², ciberjornalismo²³ e jornalismo contextualizado²⁴.

O jornalismo digital se encontra hoje em um estágio considerado como terceira geração, de acordo com as definições de Luciana Mielniczuk (2003). Ela divide a evolução de sites jornalísticos no suporte digital em três gerações. A primeira é a fase da transposição ou reprodução, na qual o conteúdo do jornal impresso era transmitido sem quase nenhuma mudança para o site; a segunda é denominada como metáfora, na qual os sites começaram a empregar alguns recursos de interatividade, como, por exemplo, o hipertexto. A geração atual é denominada como webjornalismo ou jornalismo digital de terceira geração²⁵, que, segundo Mielniczuk, engloba os produtos jornalísticos na web e também os recursos e tecnologias disponíveis para a disseminação dos conteúdos para dispositivos móveis, como celulares, iPads, Tablets, iPods etc.

Nesta terceira geração, os sites jornalísticos já extrapolam a ideia de uma versão para web do jornal que é impresso e passam a apresentar recursos multimídias, como sons, animações, infográficos interativos, entre outros, visando à construção de peças informativas com o enriquecimento da narrativa jornalística.

3.1 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO DIGITAL

São muitos os nomes utilizados na hora de tratar sobre o conteúdo do webjornalismo. Primeiro, é preciso diferenciar alguns termos frequentemente citados que se referem a maneiras distintas de produzir jornalismo digital: intermídia, transmídia e multimídia.

O termo intermídia apareceu, pela primeira vez, em 1964, em um movimento artístico liderado por Dick Higgins. O manifesto sobre intermídia descreve que o

²² Hall, (2001); De Wolk, (2001).

²³ Díaz Noci & Salaverría, (2003); Salaverría, (2005).

²⁴ Pavlik, (2001; 2005).

²⁵ Termo utilizado por Suzana Barbosa em "Jornalismo Digital de Terceira Geração" (2007) apropriando-se dos conceitos de Mielniczuk e apenas substituindo o termo empregado.

objetivo era movimentar-se entre mídias com captura de aspectos de uma para incorporação em outras.

Longhi (2011) afirma que Higgins cunhou a característica de “fusão conceitual de meios distintos entre si que, conjugados no nível do seu significado, formam um terceiro meio, este, diferente dos anteriores, e por isso mesmo, apto a uma nova classificação e denominação” (2011). Pode-se dizer que:

a perspectiva intermediática [...] deve se referir a formas de produção e circulação de informações que se estabelecem no cruzamento e complementaridade de ambientes midiáticos variados, não havendo, neste caso, deslocamento ou alteração no referencial midiático. Ou seja, o conteúdo informacional é apresentado de forma complementar, por exemplo, no âmbito da televisão, do rádio e do jornal impresso, em um processo integrado no qual cada meio contribui com suas especificidades para a produção conjugada da informação. (ALZAMORA e TARCIA, 2012, p. 31)

Já o conceito de narrativa transmídia foi utilizado, pela primeira vez, por Henry Jenkins em artigo da revista *Technology Review*, no ano de 2003 e posteriormente aprimorado no livro “Cultura da Convergência”.

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2008, p. 135).

No âmbito jornalístico, Renó define o termo transmídia como:

Uma linguagem que proporciona uma construção de notícias fragmentadas em ambientes multiplataformas, por meios distintos, independentes e relacionados entre si, e que por uma capacidade de expansão por estruturas hipermídia oferecem uma navegabilidade acompanhada de experiência lúdica. Ao mesmo tempo, apresenta uma conexão por redes sociais e ocupa um espaço em dispositivos móveis (2013, p.36)

Scolari (2011) destaca a participação do público (espectadores ou leitores) que contribui na construção dessa narrativa, convertendo suas falas como parte da produção.

Já o termo multimídia no âmbito jornalístico tem, pelo menos, duas definições diferentes. A primeira, assemelha-se muito a do jornalismo transmídia —

nela, para Torres e Américo (2003), o termo seria uma integração da imprensa escrita, rádio e TV. Na segunda, Deuze (2004) acredita que o jornalismo multimídia é produzido num contexto digital, que inclui áudio, vídeo e texto, e sua destinação é quase exclusiva para apresentação e distribuição na web. “Uma integração sincrônica e unitária de conteúdos expressados em diversos códigos, principalmente mediante textos, sons e imagens” (Díaz Noci e Salaverría, 2003, p. 120). “É a construção de narrativas a partir de conteúdos multiplataforma originalmente em formatos analógicos e transformados em digital”, define Renó (2013). Vieira afirma que “uma peça multimídia tem como mais valia a capacidade de dar a escolher ao leitor as suas formas de interpretar a história, seja ela composta por texto, áudio, vídeo, etc”, (2009, p. 57).

Este Trabalho de Conclusão de Curso se apropria do jornalismo multimídia, nesta segunda definição, para a produção do livro-reportagem. Neste caso, ao utilizar sons, imagens e textos, busca-se enriquecer a narrativa jornalística. Toda a produção é pensada no que melhor se adapta para a internet, utilizando-a como plataforma para abrigar o conteúdo produzido em um formato e-book.

O jornalista e professor Carlos Castilho, em um texto publicado no site *Observatório de Imprensa*²⁶ relata as dificuldades que o jornalismo multimídia, encontra em seu desenvolvimento. Segundo ele, na produção de uma narrativa multimídia, o principal obstáculo enfrentado não são as tecnologias e sim os “valores entranhados há séculos na cultura ocidental que nos transformaram em escravos do texto” (2011). Isso porque, não bastassem os problemas financeiros e corporativos envolvidos nessa prática, os profissionais enfrentam a dificuldade de romper com uma cultura onde os sons e imagens foram sufocados pela tradição da escrita como forma preferencial da comunicação.

Castilho afirma que “nós perdemos a capacidade de contar histórias pela via oral” (2011). Para exemplificar isso, segundo o autor, basta ir à redação de um telejornal ou uma emissora de rádio, “onde as notícias são escritas para serem lidas, quando o normal seria que os apresentadores simplesmente contassem a história do que está acontecendo.” (2011).

²⁶ Disponível em: <<http://bit.ly/1xKQCBA>> Acesso em 16/10/2014

A narrativa multimídia, neste caso, obriga os profissionais a aprenderem uma maneira inteiramente nova de transmitir notícias de informações, já que a cultura informativa induz o jornalista a uma narrativa sequencial, lógica e racional. Enquanto que na multimídia, como processo narrativo, é preciso pensar nos componentes visuais, auditivos, textuais e interativos de uma notícia antes de detalhá-la.

Esse tipo de narrativa abriga uma série de conteúdos diferentes, entre eles estão aqueles em ação (que devem ser contados em vídeo), o contexto (cuja apresentação fica melhor em texto), emoção (que é trazida com o som ambiente, música ou locução) e a coleta de experiências do público (que pode ser feita através das redes sociais). Todas essas possibilidades exigem uma “reorganização mental” que acaba sendo o principal desafio na hora da produção.

Castilho aponta o jornalismo multimídia online ainda como um sonho, mas possível. Já que, estudos teóricos feitos nos Estados Unidos e na Europa indicam que ele vai gerar uma narrativa capaz de envolver o leitor, em matéria de contar histórias, até hoje não visto. A narrativa jornalística possibilitará a “imersão virtual” do público na notícia, com a incorporação do impacto visual, o condicionamento sonoro, a interpretação pelo texto e o compartilhamento de experiências por meio das redes sociais.

Muitos autores consideram o jornalismo multimídia como um recurso na construção de um texto webjornalístico e expõem outros recursos possíveis na hora de formar o produto. Além dos recursos multimídia, a hipertextualidade e a interatividade são os dois mais citados por pesquisadores. Mas outros autores vão além. Bardoel e Deuze (2000), por exemplo, acrescentam uma quarta peculiaridade: a customização de conteúdo. Para Palácios (2003), são seis as principais características: multimidialidade/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória e atualização contínua. Schwingel (2012) ainda acrescenta mais duas: a flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção e o uso de ferramentas automatizadas no processo de produção.

A hipertextualidade é definida por Palácios como uma característica que “possibilita a interconexão de textos, por meio dos links (interligações)” (2003, p.19). Para Schwingel ela é, simplesmente, “a própria estrutura do protocolo da *word wide web*, a natureza do ciberjornalismo” (2012, p.57). Esta característica é importante

por permitir que os termos e assuntos trabalhados em um texto sejam aprofundados e desdobrados em outras estruturas informativas para aprofundar assuntos, enfoques e pontos de vista. Salaverría destaca que o jornalismo na internet é definido por sua hipertextualidade, por relacionar entre si “*bloques individuales de información mediante enlaces hipertextuales*” (2009, p.42). Ele acredita que, com a hipertextualidade, se antes os textos tinham começo, meio e fim bem definidos, hoje é o usuário que escolhe a ordem em que ele lerá a informação.

A interatividade é apontada por muitos autores como uma das principais características do ciberjornalismo e potencializa a comunicação entre o emissor e o receptor da informação. Na concepção de Barzoel e Deuze (2000), ela caracteriza a participação do usuário no processo jornalístico, seja por meio de e-mails, na seção de opinião dos leitores ou nos fóruns de discussão. Segundo Martins (2010) “a interatividade permite a possibilidade do produtor jornalístico obter feedback imediato de sua produção”. Para Suzana Barbosa (2001), uma definição simples de interatividade é coloca-la como sinônimo de participação ativa do consumidor da notícia. Seja através de e-mail à redação, sugerindo assuntos a serem abordados, mensagem enviada diretamente ao redator da matéria, ou ainda através da opção “envie seus comentários sobre esta matéria”, o leitor terá participação ativa, interferindo no conteúdo e opinando diretamente na produção da informação. (BARBOSA, 2001).

Carla Schwingel (2012) elencou seis formas pelas quais é possível haver uma interatividade no jornalismo digital:

- 1) Usuário com as ferramentas interativas: o usuário abre um programa para envio de e-mail ou de mensagens instantâneas, ou quando entra em uma página web com as ferramentas embutidas no código para proceder a interação preenchendo as informações necessárias, por exemplo.
- 2) Usuário com os conteúdos – navegação: o usuário escolhe os caminhos a serem percorridos, do que será lido, há a interação em termos de escolha. É o nível mais baixo de interatividade que, para Arlindo Machado (1997), seria reatividade.
- 3) Usuário com os conteúdos - inclusão: neste caso o usuário altera o conteúdo, pode ser através de comentários, do envio de matérias, com textos, fotografias ou vídeos.

- 4) Usuário com a equipe de produção (ou jornalistas): o usuário entra em contato com o jornalista através de uma ferramenta ou sistema, há a intenção de fazer chegar sua informação ao editor ou repórter. Aqui, houve primeiramente a interatividade com a ferramenta. E a interação se completa quando há a resposta da equipe.
- 5) Usuário com outro(s) usuário(s): quando há ferramentas de conversação ou blogs abertos associados que não necessitem a intervenção da equipe de produção.
- 6) Conteúdo com o conteúdo: no caso dos sistemas, dos recursos da web 2.0, com a utilização de metadados que permitem a vinculação automatizada de conteúdos a conteúdos, sem a ação consciente do usuário.

Com isso, Shwingel conclui afirmando que as formas de interatividade elencadas vão definir o nível de envolvimento do usuário com os processos de apuração, produção e circulação das informações.

Outra característica, a customização de conteúdo ou personalização, segundo Machado e Palácios, “consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais” (2003, p.19). Para Suzana Barbosa (2001), a customização de conteúdo se dá por meio do próprio percurso escolhido pelo leitor para ter acesso às informações. Segundo ela é uma característica do jornalismo digital que está ligada a relação com os leitores, pois lhes assegura também a possibilidade de personalizar os conteúdos através do recebimento de informações sobre determinados assuntos do seu interesse. Alguns sites até permitem que o usuário crie a sua *webpage* através da qual ele pode observar suas escolhas pessoais de notícias. Silva Júnior descreve essa característica como sendo uma ferramenta que permite que “o mesmo conteúdo base possa ser moldado para diferentes usuários da informação jornalística segundo as preferências e/ou histórico pertinentes a cada um deles” (2000, p. 64).

Já a memória, de acordo com Palácios (2003), configura-se em uma característica singular de acumulação de informações, uma vez que é muito mais barato guardar dados na internet do que em outras mídias. Para ele, além de “quebrar” os limites físicos na web, essa característica possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para a disponibilização de material noticioso, sob os mais variados formatos (multi)midiáticos, abre-se a possibilidade de disponibilização

online de toda informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação.

Outro recurso do jornalismo digital apresentada por Palácios é a instantaneidade ou atualização contínua. Para ele, na internet

“a rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da web” (2003, p.20).

Schwingel (2012) lembra que o diferencial desta potencialidade foi um dos primeiros mecanismos que caracterizou o jornalismo digital de “últimas notícias”, através do qual o leitor pode acompanhar os desdobramentos de um acontecimento. A pesquisadora enfatiza ainda que esta peculiaridade “gerou o fim do horário de fechamento das redações, alterando as rotinas de produção” (2012, p. 58 e 59).

As características que Schwingel (2012) acrescenta ao jornalismo digital são duas, conforme já citado anteriormente. A primeira é a flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção, que de acordo com a pesquisadora se caracteriza pela possibilidade que o jornalista tem de utilizar a quantidade de tempo e espaço que deseja ao compor uma matéria, ao elaborar determinada narrativa. A segunda característica apontada pela pesquisadora está relacionada às ferramentas automatizadas no processo de produção, parâmetro que, de acordo com ela, trata-se da utilização de sistemas de gestão de conteúdos para organizar as informações do produto, associados a bancos de dados próprios ou da organização jornalística.

3.2 INOVAÇÕES NO JORNALISMO DIGITAL

Buscar uma narrativa jornalística para web que seja bem sucedida tem motivado alguns estudos, sobretudo entre o público mais jovem. Em 2009 a fundação *Newspaper Association of America* juntamente com a *Media Management Center da Northwestern University* divulgou uma pesquisa²⁷ sobre a leitura de notícias pelo público jovem dos Estados Unidos. Ela revelou que internautas na faixa

²⁷ Disponível em: < <http://bit.ly/1wRQFwr> > Acesso em 01/11/2014

de 13 a 18 anos não tinham interesse pelas notícias por não saberem do que tratavam as manchetes. A pesquisa apresentou aos jovens alguns projetos de *Home Pages*²⁸ para testar qual deles seria mais atrativa ao público e descobriu que as *homes* que traziam itens com fotos e explicações claras sobre a importância de um fato foram eleitas como as melhores. A pesquisa trouxe ainda dez dicas para a elaboração de conteúdos mais atrativos para os jovens - entre os conselhos está “não sobrecarregar os adolescentes”. De acordo com o estudo, a maneira mais eficiente de apresentar o conteúdo mais relevante de cada texto é ilustrando-o através de imagens, gráficos ou tabelas.

Ainda com o objetivo de encontrar uma linguagem eficaz para as narrativas jornalísticas, João Canavilhas (2007) realizou uma pesquisa com 300 alunos da Universidade da Beira Interior²⁹, em Portugal, que revelou que os usuários são receptivos à leitura não linear e que os vídeos têm impacto sobre a satisfação dos internautas. Canavilhas defende que as informações jornalísticas em textos para internet devem se afastar da famosa pirâmide invertida³⁰.

Os dados recolhidos por ele durante a pesquisa apontam que, mesmo quando a notícia é construída numa lógica de camadas de informação, os leitores optam por seguir determinados assuntos até ao limite da informação disponível, seguindo, inclusive, os links embutidos e saltando de nível de informação.

Por isso Canavilhas defende uma mudança de paradigma em relação ao que se verifica na imprensa escrita.

“Se no papel, a organização dos dados evolui de forma decrescente em relação à importância que o jornalista atribui aos dados, na *web* é o leitor quem define o seu próprio percurso de leitura. A técnica da pirâmide invertida, preciosa na curta informação de última hora, perde a sua eficácia em webnotícias mais desenvolvidas, por condicionar o leitor a rotinas de leitura semelhantes às da imprensa escrita”. (2007 , p.41)

Além das pesquisas voltadas para o jornalismo digital, os grandes jornais têm se reestruturado para produzir conteúdos multimidiáticos e interativos. Um dos maiores exemplos de narrativa multimídia bem sucedida é a reportagem “Snow Fall”, publicada pelo *The New York Times*. O projeto contou de uma forma até então

²⁸ Página inicial de um site. No site de notícias a página inicial geralmente apresenta um apanhado das informações mais relevantes de diferentes editorias

²⁹ Disponível em < <http://bit.ly/1nZV3X2> > Acesso em 01/11/2014 (p. 38)

³⁰ Técnica jornalística que normatiza como as informações devem ser organizadas e apresentadas dentro de uma notícia

inovadora o desenrolar de uma avalanche de neve que afetou o estado de Washington, no extremo norte dos Estados Unidos, em fevereiro de 2012, matando três dos 16 atletas profissionais que praticavam *snowboard* nas encostas nevadas do vale Tunnel Creek, nas montanhas Cascade.

O jornal decidiu reconstituir a tragédia por meio de uma narrativa multimídia usando os recursos de áudio, vídeo, animações e texto para colocar o internauta dentro da avalanche. A versão final, divulgada em dezembro de 2012, que recebeu aclamação mundial, em 2013 ganhou o prêmio Pulitzer e passou a ser considerada um modelo para a produção de reportagens multimídia.

Durante 14º Simpósio Internacional de Jornalismo Online, a até então diretora executiva do *The New York Times*, Jill Abramson, disse que atualmente as ferramentas digitais permitem a criação de histórias mais emocionantes que integram elementos multimídia. “Snow Fall tornou-se um verbo”, disse Abramson. “‘To snowfall’ significa contar uma história com gráficos e vídeos fantásticos e todo tipo de elemento multimídia, e isso é absolutamente essencial para a própria narrativa.”³¹

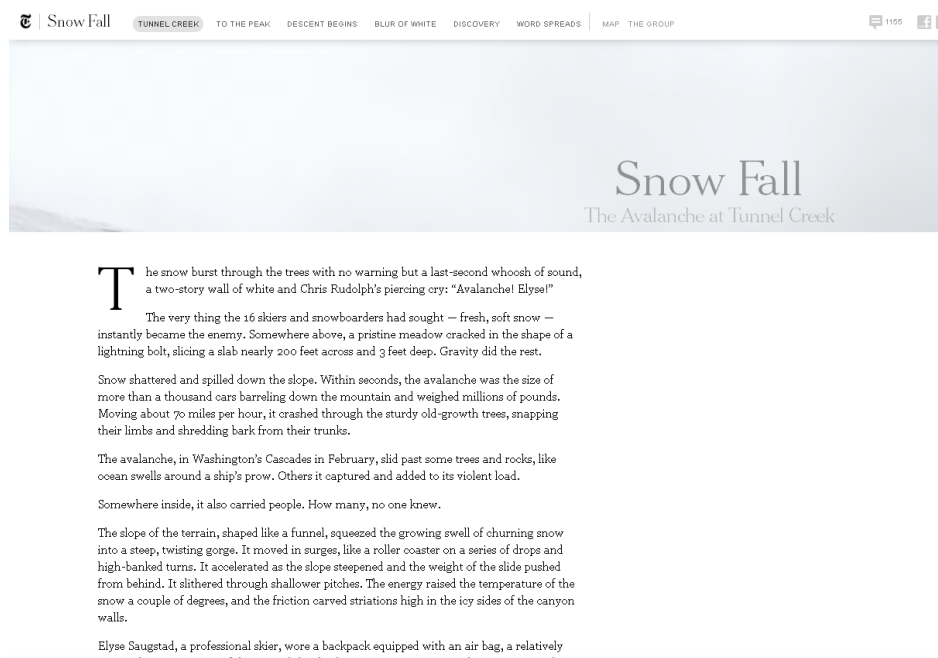


FIGURA 9 – REPORTAGEM “SNOW FALL”

FONTE: Site do jornal *The New York Times* (<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/>)

³¹ Disponível em: < <http://bit.ly/1hY1otr> > Acessado em 19/05/2014

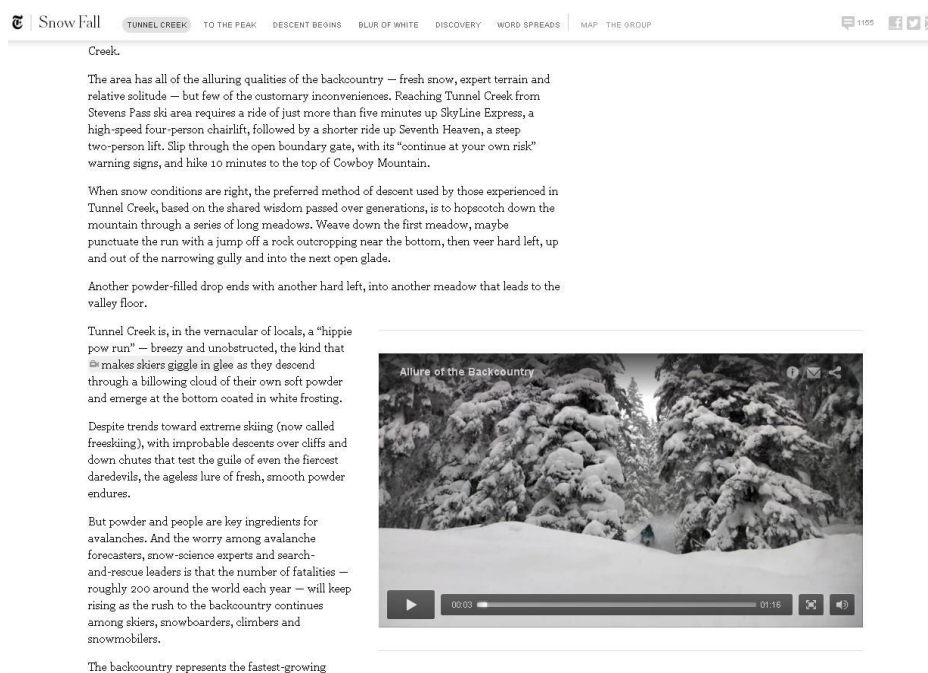


FIGURA 10 – REPORTAGEM “SNOW FALL”
FONTE: Site do jornal *The New York Times*

O modelo já foi seguido no Brasil, com a reportagens como “A Última Foto”³², do jornal *Zero Hora*, sobre o incêndio na boate Kiss e a reportagem “O Golpe e a Ditadura Militar”³³, produzida pelo jornal *Folha de S. Paulo*.

Um grande exemplo de produção jornalística multimidiática no Brasil é a *O Globo a mais*, uma revista vespertina, criada pelo jornal carioca, voltada para smartphones e tablets, que circula de segunda a sexta-feira, a partir das 18h, com um conteúdo multimídia e colunas e matérias exclusivas. De acordo com o editor-executivo de plataformas digitais do jornal *O Globo*, Pedro Doria, em entrevista ao *Valor Econômico*³⁴, a navegação diária de leitores nesse aplicativo dura, em média, uma hora e meia, um índice bem superior ao do conteúdo impresso e site do jornal. Ele acredita que a oferta de conteúdos multimídia enriquece a experiência do usuário no consumo de informações. “O caminho para convencer o leitor não se resume à informação, mas também a essa experiência”, disse. Para Doria, o jornalismo multimídia é o caminho para levar o leitor a pagar pelo conteúdo digital, ajudando assim a resolver o problema que é a incapacidade do conteúdo digital de

³² Disponível em: < <http://bit.ly/1fgM8t8> > Acesso em 27/05/2014

³³ Disponível em: < <http://bit.ly/1nQd21n> > Acesso em 27/05/2014

³⁴ Disponível em: < <http://bit.ly/1s2mKen> > Acesso em 01/11/2014

gerar receitas suficientes para se manter. “Tem gente disposta a pagar por isso”, afirma.



FIGURAS 11 e 12 – UMA DAS EDIÇÕES DO O GLOBO A MAIS
 FONTE: aplicativo *O Globo a mais*

Além da revista, o jornal *O Globo* lançou, em junho de 2013, outro projeto pioneiro entre os grandes jornais brasileiros: a publicação de e-books. Disponível no formato epub (para tablets, smartphones e e-readers) ou PDF (para computador), os e-books produzidos pelo jornal carioca tratam de temas diversos que vão desde o futebol até a política, em um misto com matérias já publicadas pelo jornal e, ao mesmo tempo, materiais novos. Embora a publicação não possua conteúdos multimídia (como vídeos, sons ou gráficos), e então não possa ser considerada um e-book enriquecido (definição que será tratada no próximo capítulo), a publicação cumpre os requisitos básicos de um livro-reportagem, trazendo um conteúdo mais aprofundado sobre assuntos pouco tratados ou tratados de maneira breve nas páginas impressas e online no jornal. “O consumo de informação nas plataformas digitais cresce muito em dispositivos móveis e está cada vez mais diversificado. O mercado de e-books acompanha essa tendência. Para *O Globo* é uma nova maneira

de entregar conteúdo de qualidade aos leitores”, explicou a diretora-executiva do Globo, Sandra Sanches, em entrevista veiculada no site da publicação.³⁵

Tanto as revistas como os e-books produzidos pelo *Globo* são conteúdos pagos (exceto para assinantes do jornal, que tem acesso livre e gratuito a esses materiais) que podem ser adquiridos de maneira avulsa (por U\$\$ 0,99 cada revista e U\$ 2,99 cada e-book).

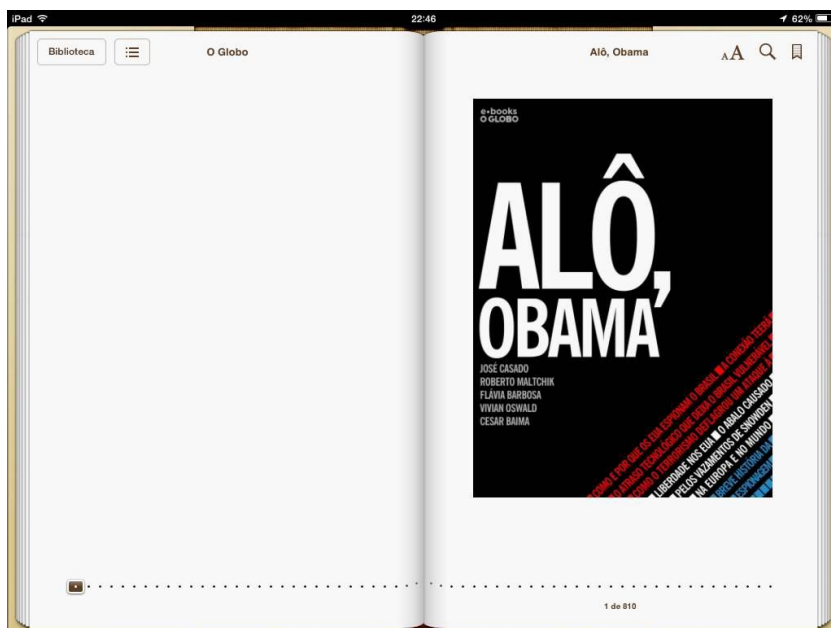


FIGURA 13 – E-books da O Globo se adaptam a quase todos os aplicativos de leitura
FONTE: *O Globo*

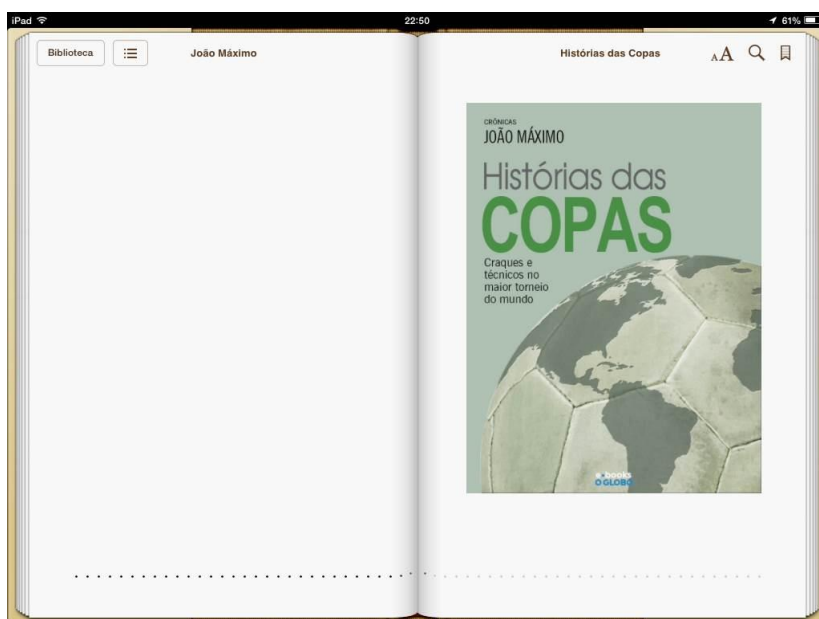


FIGURA 14 – E-book sobre a história das copas
FONTE: *O Globo*

³⁵ Disponível em: <<http://glo.bo/1tsnsV0>> Acesso em 01/11/2014

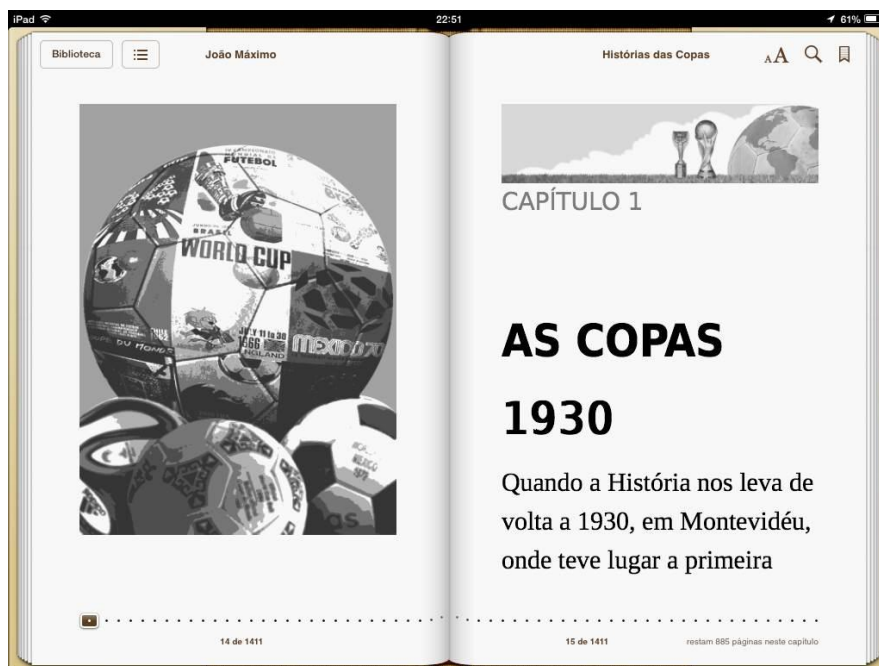


FIGURA 15 – página interna de um dos e-books
 FONTE: O Globo

Os e-books do *O Globo* possuem muitas semelhanças com os modelos do jornal *The Washington Post*. Os e-books desse jornal americano também possui temas variados e as publicações são pagas. Entre eles está o “The original Watergate stories”, que oferece reportagens da época sobre o caso que derrubou o presidente Richard Nixon.

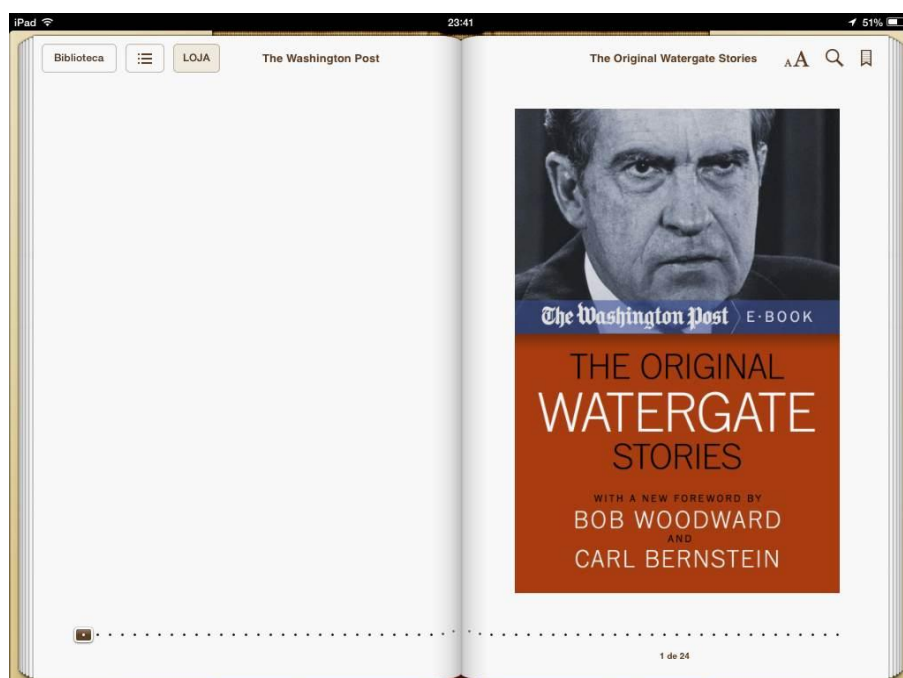


FIGURA 16 – Capa de um dos e-books produzidos pelo *The Washington Post*
 FONTE: *The Washington Post*

Os e-books do britânico *The Guardian* estão divididos em duas classificações: “60-Minute Masterclases” e “Guardian Shorts Originals”. Os da primeira divisão são e-books que trazem conteúdos ministrados nos cursos promovidos pela publicação, eles são escritos pelos mesmos especialistas que ministram as aulas. Já os “Guardian Shorts Originals” trazem histórias de não ficção em e-books que levam de uma a duas horas para serem lidos. Assim como nos modelos anteriores, o livro não apresenta recursos multimídia, mas pode ser lido em tablets, smartphones, e-readers ou computadores. O conteúdo também é pago.

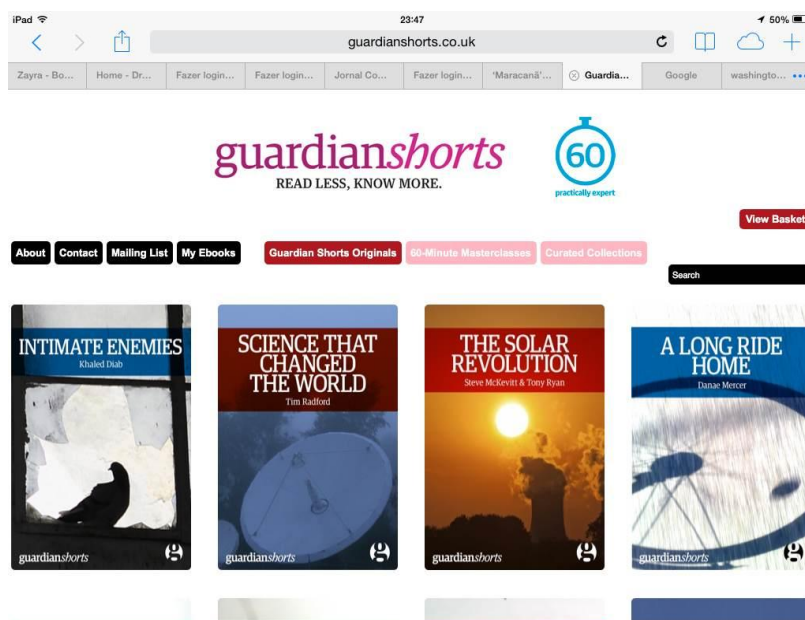


FIGURA 17 – Site através do qual é possível adquirir os e-books do *The Guardian*
 FONTE: *The Guardian* (<http://guardiansshorts.co.uk>)

De acordo com o espanhol Javier Celaya, fundador do portal Dosdoce.com, há muito sentido na relação entre jornalismo e o livro digital. “O e-book dá aos jornais a possibilidade de aproveitar seu conteúdo de uma maneira mais aprofundada, com complementos que ficariam restritos no formato papel ou no online”, afirmou, em entrevista ao *O Globo*.³⁶

Para Suzana Barbosa, professora de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, o livro digital permite ao

³⁶ Disponível em: <<http://glo.bo/1tsnsV0>> Acesso em 01/11/2014

jornalismo a exploração de múltiplas plataformas. “Ações desse tipo proporcionam ao jornalismo a possibilidade de diversificar o seu formato, e, a partir daí, novas oportunidades surgem, inclusive profissionais”, explicou, também durante uma entrevista ao jornal carioca.

3.3 PASSADO, PRESENTE E FUTURO DOS E-BOOKS

Quando se trata da definição e do início da história dos e-books, muitas dúvidas pairam. Dene Grigar, da Universidade do Estado de Washington, faz parte do projeto “Desbravadores: Documentando a experiência de Literatura Digital Pioneira” e diz que o primeiro trabalho com base eletrônica que constituiu um livro é de Judy Malloy, “Tio Roger”, publicado em 1987, como um romance em série que rodava em computadores Apple II.

Em 1993, o escritor Peter James publicou seu livro “Host” em dois disquetes, no que é considerado por muitos como “o primeiro romance eletrônico do mundo” e aceito pela *Science Museum's collection* como um dos primeiros exemplos de literatura na história da publicação digital.

Em entrevista ao *The Guardian*, em março deste ano, James conta que, na época, foi “absolutamente ridicularizado”. “Eu fui acusado de matar o romance, eu fui manchete de primeira página em jornais na Itália – 99% da imprensa foi negativa”³⁷.

A versão digital de “Host”, que também foi publicado fisicamente, vendeu 12 mil cópias e, dois anos mais tarde, James foi convidado a dar uma palestra em um painel sobre o futuro do romance, na Universidade do Sul da Califórnia, juntamente com fundador da Apple, Steve Jobs. “Eu disse que e-books iriam pegar, quando se tornassem mais convenientes de ler do que o romance impresso”, conta James, ainda em entrevista ao *The Guardian*. “Foi surpreendente a quantidade de indignação que essa declaração causou.”³⁸

Apesar de tudo, segundo Angus Phillips, diretor do Centro Internacional de Publicação de Estudos de Oxford, a questão sobre qual seria o primeiro e-book ainda está “aberta para debates”. Principalmente devido às várias possibilidades de se definir um e-book e ao termo só ter se tornado comum recentemente, com o

³⁷ Disponível em: < <http://bit.ly/1fTLFzI> > Acesso em: 19/05/2014

³⁸ Disponível em: < bit.ly/1os8LAS > Acesso em: 27/05/2014

surgimento dos e-readers, plataformas portáteis digitais para leituras de e-books, como o Kindle.

Se a definição de e-book for simplesmente um livro disponível em um computador ou na internet, torna-se necessário observar o Projeto Gutenberg, que teve início em 1971 e no mês de julho daquele ano, disponibilizou o primeiro e-book, um projeto lançado pelo então calouro da Universidade de Illinois, nos EUA, Michael Hart para criar versões eletrônicas de obras literárias e divulgá-las em todo o mundo. No século XVI, Gutenberg permitiu que qualquer um imprimisse livros a um pequeno custo. No século XX, o Projeto Gutenberg tinha como objetivo principal permitir a qualquer um criar a sua biblioteca digital, sem nenhum custo. Seus críticos consideraram, por muito tempo, o Projeto Gutenberg como algo irrealizável em grande escala. Mas Hart passou a introduzir livro após livro durante muitos anos, com a ajuda de alguns voluntários. Hoje, o site do projeto oferece mais de 45 mil e-books gratuitos para download.

Na década de 1980, devido ao grande sucesso do CD-Rom, alguns livros tiveram edições eletrônicas, como a Enciclopédia de Grolier, publicada em 1985. Em 1993, quando a internet não passava de uma “criança em desenvolvimento”, João Marcos Ockerbloom, um estudante de pós-graduação da Escola de Ciência da Computação da Universidade Carnegie Mellon, na Pensilvânia, criou o “Online Books Page”, um site que, atualmente, conta com uma biblioteca de mais de um milhão de livros com acesso gratuito.

Alguns editores decidiram usar a internet como ferramenta de marketing. Nos EUA a “National Academy Press” foi a primeira editora a publicar o texto completo de alguns livros, de graça, com o consentimento dos autores, no ano de 1994, seguida pela MIT Press em 1995. A digitalização acelerou o processo de publicação, quando editores, designers e outros contribuintes puderam trabalhar ao mesmo tempo no mesmo livro. Na área educacional, para publicações acadêmicas e científicas, um arquivo digital era uma solução mais barata do que imprimir livros, com atualizações regulares para incluir as informações mais recentes.

Um passo importante na história dos e-books foi a criação da livraria on-line “Amazon.com”, lançada por Jeff Bezos em julho de 1995, nos EUA. O lançamento aconteceu após um estudo de mercado que levou Bezos a concluir que livros eram o melhor “produto” para vender na internet.

No início a Amazon tinha 10 funcionários e um catálogo de 3 milhões de livros. Em 2013, essa livraria digital registrou lucro de US\$ 274 milhões e é a maior empresa do mundo em varejo online³⁹.

PDF, ePub, LIT, CHM, OPF, EXE, PRC, RB, KML, PDB, DjVu, VBO, mobi, txt, rtf, odt, doc e HTML são formatos que podem ser utilizados na hora de publicar um e-book e novos formatos surgem periodicamente em um processo que parece não acabar mais. Essa variedade se deve, sobretudo, ao grande número de e-readers criados, fazendo com que, para cada marca de e-reader, um formato novo surja.

Neste TCC não se propõe a análise dos diferentes e-readers existentes, bem como todos os formatos possíveis, porque o modelo de e-book escolhido para o livro-reportagem não pode ser lido na maioria dos e-readers disponíveis no mercado, com exceção dos iPads e Tablets com o sistema operacional Android.

Optou-se por produzir aqui o que é conhecido como um *enriched e-book*, no Brasil, traduzido para “e-book enriquecido”. Seu grande diferencial em relação ao e-book tradicional é a possibilidade do acréscimo de sons, vídeos, imagens e infográficos, entre outros materiais audiovisuais.

Dentre todos os formatos possíveis, visando o melhor desempenho do livro-reportagem produzido, foi escolhido o formato HTML5, que permite que o livro esteja disponível online e assim, seja visualizado não somente através de iPads e Tablets, mas também de um simples computador com acesso à internet.

No Brasil, dados da Câmara Brasileira do Livro (CBL) mostram que, entre os anos de 2011 e 2012, os livros digitais tiveram um aumento de quase 300% do Brasil, passando de 5,2 mil títulos para 15 mil (publicados em português).⁴⁰

Ainda de acordo com dados da IDC, a venda de tablets cresceu 171% no Brasil em 2012, com a venda de 3,1 milhões de aparelhos. Além disso, pesquisas também indicam que leitores, no Brasil e no mundo, estão preferindo ler no iPad ao invés de utilizar um e-reader, como é possível observar nas imagens a seguir.

³⁹ Disponível em: < <http://glo.bo/1gHnG81> > Acesso em 19/05/2014

⁴⁰ Disponível em: <<http://glo.bo/1tsnsV0>> Acesso em 01/11/2014

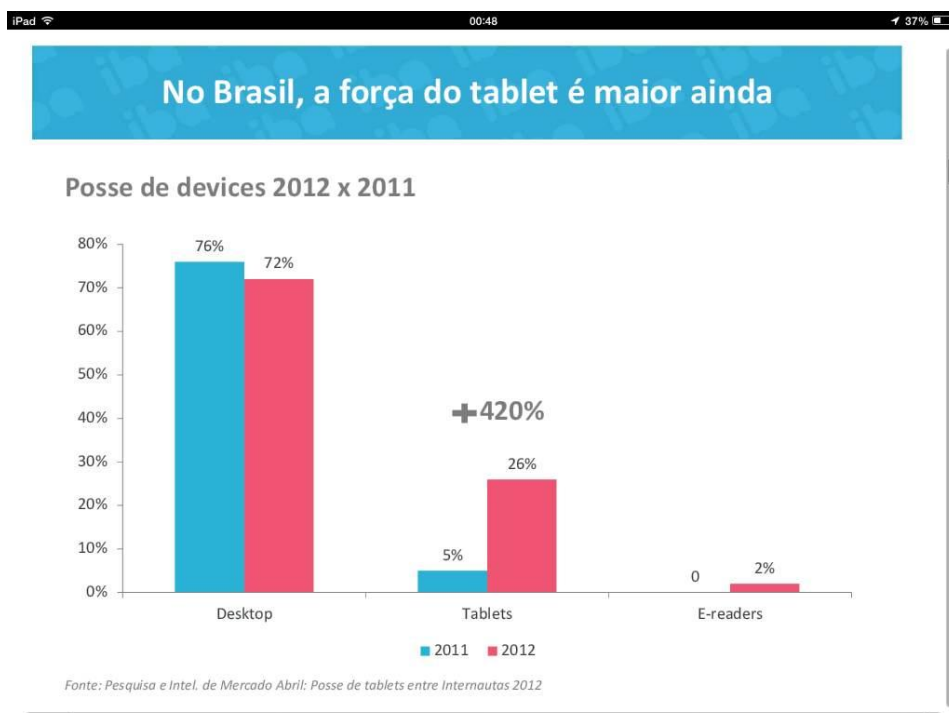


FIGURA 18 – Venda de Tablets no mundo

FONTE: Congresso nacional CBL do livro digital

(<http://www.congressodolivrodigital.com.br/site2014/congressos-anteriores>)

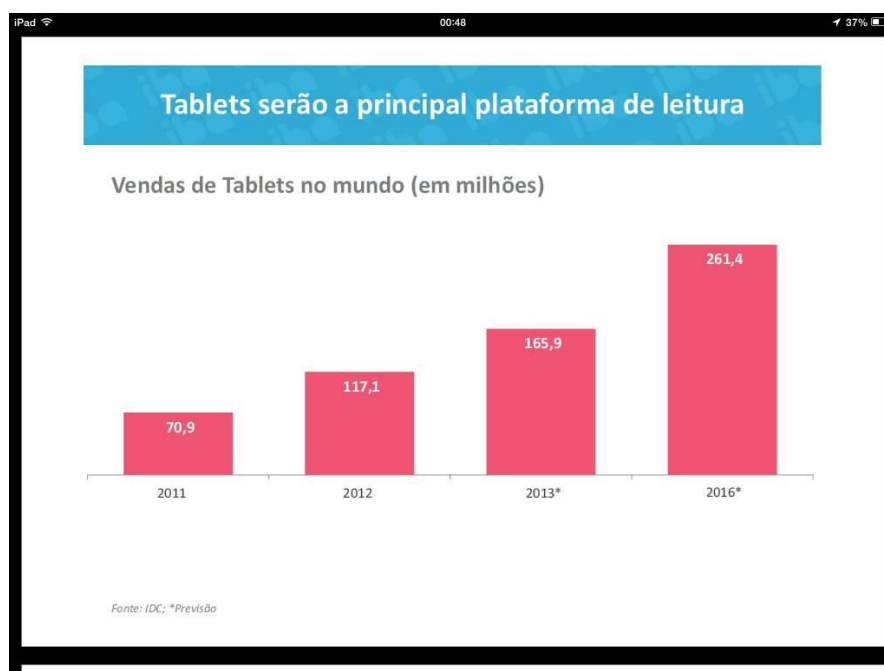


FIGURA 19 – Posse de Tablets entre internautas, pesquisa realizada pela Intel

FONTE: Congresso nacional CBL do livro digital

(<http://www.congressodolivrodigital.com.br/site2014/congressos-anteriores>)

4. METODOLOGIA

Os capítulos anteriores deste trabalho trouxeram uma revisão sobre o livro-reportagem, o jornalismo literário, o jornalismo online e o e-book e suas especificidades. Esta revisão torna mais compreensível o produto desenvolvido neste Trabalho de Conclusão de Curso.

Com a finalização da fundamentação teórica, o objetivo é o de abordar, de maneira mais profunda, o conteúdo do livro-reportagem proposto.

O e-book produzido conta a relação de seis paranaenses com o montanhismo, ressaltando suas histórias e trajetórias de vida ligadas a este esporte, dedicando, a cada um deles, um capítulo.

Os personagens foram escolhidos com base em suas trajetórias e também na diversidade de suas histórias. Neste caso, embora todos tenham como ponto chave a paixão pelo montanhismo, buscou-se uma característica diferente em cada um. Cada personagem possui uma particularidade: Sally é uma montanhista mulher da década de 1950; Henrique é um montanhista da mesma década de Sally e que continua subindo montanhas; José Luiz montou uma empresa que fabrica equipamentos de escalada e vive próximo ao Morro do Anhangava; Irvan já escalou diversas montanhas de grande altitude, incluindo o Everest; Nativo tem uma empresa que dá cursos de escalada e Andressa é uma das mulheres mais ativas do montanhismo paranaense atual.

As entrevistas foram conduzidas de modo semiaberto, partindo de um roteiro que visou abordar as ligações do personagem com o montanhismo, por vezes aprofundando em determinadas histórias de vida, mas sempre deixando que o entrevistado as contasse com seus próprios termos. Toda a entrevista foi filmada para a extração de pequenas falas que serviram para compor os vídeos do e-book. Além disso, para a apresentação do produto neste formato foram feitas imagens de cada personagem e também das montanhas do Paraná.

O livro se apropria dos conceitos de jornalismo multimídia para criar um material que não se restringe ao texto, mas também apresenta vídeos e fotos. Devido a isso, seguindo modelos apresentados anteriormente, o livro possui textos mais curtos e leves, que passam por alguns pontos importantes, ao mesmo tempo que deixa outros de fora a fim de que estes sejam tratados nos vídeos. Seguindo esta linha, cada capítulo traz não só o texto, como também imagens que

complementam as histórias abordadas e ainda, no fim, um vídeo curto, de 3 a 6 minutos, sobre cada personagem, que conta detalhes sobre a vida ou opinião do montanhista. Outra informação que aparece no formato de um vídeo no livro é a apresentação do tema, para tornar seu conteúdo mais atrativo.

Como o e-book tem como público alvo não só aqueles que já estão inseridos no meio do montanhismo como também aqueles que não dominam o assunto, além dos capítulos dos personagens, o livro traz um capítulo introdutório que aborda de maneira simples a história do montanhismo, destacando fatos que serão relevantes para a compreensão das trajetórias dos personagens nos capítulos seguintes. Além disso, uma linha do tempo com os principais fatos do montanhismo paranaense, fixada logo após este capítulo introdutório, reforça alguns pontos e apresenta outros. Como, ao longo dos capítulos, trata-se do passado e presente do montanhismo paranaense (mesmo que de maneira indireta, através das histórias dos personagens), após o último capítulo de personagem há ainda um vídeo, contendo a opinião dos personagens e de dois especialistas sobre o futuro do montanhismo paranaense e das montanhas do estado. Ainda visando quem não tem intimidade com o tema, um pequeno glossário para iniciantes estará no fim.

O e-book apresenta ainda algumas imagens de fotógrafos profissionais que retratam as montanhas da Serra do Mar paranaense entre os capítulos.

Todo este material é colocado em uma plataforma digital, o Flipsnack. Através deste programa, o livro fica disponível em uma página na internet. A página permite a presença dos vídeos e também de outros recursos interativos (botões). Antes de escolher este programa, uma análise foi feita com os principais sistemas de publicação de livros online. A maioria dos programas encontrava-se em uma linguagem Flash, sendo assim, o livro ficaria “hospedado” em uma plataforma com esta linguagem. Isso seria um problema, porque esse formato não é compatível com os equipamentos da empresa Apple (Macs, iPads, iPhones). Outros, apresentavam-se em uma linguagem HTML – compatível com quase todos os aparelhos eletrônicos que permitem leitura – mas, infelizmente, não permitiam o acréscimo de vídeos. O Flipsnack se apresentou como a alternativa mais viável por estar na linguagem HTML 5, que permite a inclusão de vídeos, fotos e botões. Contudo notou-se que, por vezes, em tablets, o sistema pode abrir o livro de maneira diferente da apresentada no computador. O problema foi notado sobretudo nos iPads, mas

mesmo assim é possível fazer a leitura do conteúdo e visualização dos vídeos normalmente.

Para estreitar laços com os leitores do e-book, um site foi criado. Ao entrar nele, o leitor poderá obter mais informações sobre o livro antes de lê-lo e ainda deixar críticas ou sugestões através do link para contato com o autor do livro que o site exibirá. O mais importante do site é que, através dele, os leitores também terão acesso a uma versão do livro para download. Assim, o público pode arquivar o livro no computador e realizar a leitura, mesmo estando *off-line*, com exceção dos vídeos.

Através do site também será possível fazer um controle de quantas visualizações a página tem por dia e quantos downloads do livro são feitos. Uma boa maneira de verificar a recepção do produto pelo público.

CONCLUSÃO

Este TCC teve como objetivo construir um produto capaz de tratar da paixão dos montanhistas paranaenses por essa prática esportiva e, ao mesmo tempo, produzir um conteúdo com textos, imagens e vídeos relevante para o assunto, sem esquecer de explorar os recursos disponíveis da plataforma escolhida. Por isso, foi necessário o estabelecimento de conceitos e um aprofundamento no tema, o montanhismo, e também nas diversas características do jornalismo digital.

Durante a execução do projeto algumas dificuldades foram encontradas, primeiramente na busca pelo software ou aplicativo que melhor pudesse abrigar todo o conteúdo proposto. Alguns dos modelos disponíveis no mercado demonstraram-se inviáveis pelo valor cobrado, que passava dos três mil dólares. Outros, apesar do preço mais atrativo, eram simples demais, permitindo apenas a incorporação de imagens e sem grandes formulações no design do e-book, obrigando-o a parecer com um texto escrito no *Word*, sem muitos atrativos.

Uma dificuldade posterior a essa foi a de organizar os textos e vídeos. Após a produção de todo o material, foi preciso estudar qual seria a melhor forma de encaixar cada mídia no e-book sem torná-lo uma peça “grande e pesada” demais para ser “lida” pelos computadores. Com as pesquisas bibliográficas realizadas foi possível enxergar melhor algumas possibilidades de composição do livro e com isso chegou-se ao modelo que agora é apresentado.

Foi preciso também se atentar para a diagramação do e-book, já que se tratando de um material digital era possível explorar um pouco mais as cores e o design das páginas.

Com esse projeto chegou-se a conclusão do quanto é necessário e possível, tanto aos profissionais como aos estudantes de jornalismo, desenvolver um material diferente e criativo através deste mundo tão rico em possibilidades que é a internet. Mais do que pesquisar o que está sendo produzido, mais do que observar o que nos é passado, é preciso “botar a mão na massa”, experimentar e estar pronto para desenvolver coisas novas.

O que foi observado durante o desenvolvimento deste livro é que mais do que saber um pouco sobre diversos assuntos, o jornalista que trabalha com mídias digitais precisa saber desenvolver um pouco de tudo. Para produzir um conteúdo digital de

qualidade e diferenciado não basta sentar na frente de uma tela de computador e digitar um texto. É preciso ir às ruas buscar imagens, sons, vídeos ou informações para compor muito mais do que um texto. É preciso estar pronto não apenas para entrevistar, mas também para fotografar, filmar, editar e ainda pensar de que maneira estruturar tudo isso em uma página da web. O jornalista de hoje, tem não apenas a missão de mudar o mundo ao redor, isso não basta, é preciso, antes de tudo, mudar o nosso mundo.

REFERÊNCIAS

360 GRAUS. **Conheça os 10 maiores picos do Brasil**. Disponível em: <<http://360graus.terra.com.br/montanhismo/default.asp?did=27417&action=news>> Acesso em: 20 mai.2014

360 GRAUS. **Modalidades de escalada**. Disponível em: <<http://360graus.terra.com.br/montanhismo/default.asp?did=411&action=dica>> Acesso em: 20 mai.2014

ALTA MONTANHA. **A cultura do montanhismo no Brasil**. Disponível em: <<http://altamontanha.com/Colunas/2288/a-cultura-do-montanhismo-no-brasil>> Acesso em: 27 mai.2014

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. **Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes no jornalismo**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/401/370>> Acesso em: 27 mai.2014

ASSOCIAÇÃO CAXIENSE DE MONTANHISMO. **Modalidades de escalada e montanhismo**. Disponível em: <<http://www.acm-rs.org.br/portal/index.php/a-associacao-1/area-tecnica/38-modalidades-de-escalada-e-montanhismo>> Acesso em: 20 mai.2014

ASSOCIAÇÃO MONTANHISTAS DE CRISTO. **História do montanhismo**. Disponível em: <<http://www.montanhistasdecristo.com.br/andar/and21.htm>> Acesso em: 28 mai.2014

ALVES, Nelson. **As Montanhas do Marumbi**. Curitiba: Edição do autor, 2008. 480 p.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. Disponível em: <http://www.esec.pt/cdi/ebooks/docs/barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf> Acesso em: 20 mai. 2014

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Campo Grande, 2001.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**. Disponível em: <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/?sequence=1>>. Acesso em: 01 nov.2014.

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2013. 144 p. (Coleção comunicação).

BLOGDESCALADA. **Saiba onde se pode escalar no estado do Paraná.** Disponível em: <<http://blogdescalada.com/saiba-o-que-a-para-escalar-no-estado-do-parana/>> Acesso em: 20 mai.2014

BRASIL ESCOLA. **Intermédias os infiltrados do Ciberjornalismo.** Disponível em: <http://monografias.brasilecola.com/computacao/intermidias-os-infiltrados-ciberjornalismo.htm#capitulo_5.1> Acesso em: 27 mai.2014

CASTILHO, Carlos. **Jornalismo multimídia online desafia rotinas e valores da profissão e da sociedade.** Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/jornalismo-multimidia-online-desafia-rotinas-e-valoresda-profissao-e-da-sociedade>> Acesso em: 27 mai.2014

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE MONTANHISMO E ESCALADA. **Censo permanente de montanhismo e escalada.** Disponível em: <<http://www.cbme.org.br/programasda-cbme/censo>> Acesso em: 27 mai.2014

DAFLON, Cintia. **Sobre montanha #01 - Alpinismo, montanhismo e escalada!** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Sq-X_-EkmlA> Acesso em: 27 mai.2014

DEUZE, Mark. **What is multimedia journalism?** University of Amsterdam, 2004. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.94.9088&rep=rep1&type=pdf>> Acesso em: 27 mai.2014

FEDERAÇÃO DE MONTANHISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Sistema brasileiro de graduação de escalada.** Disponível em: <<http://www.femerj.org/montanhismo-e-escalada/graduacao-de-escalada>> Acesso em: 28 mai.2014

FLOOD, Alison. **Where did the story of ebooks begin?** Disponível em: <<http://www.theguardian.com/books/2014/mar/12/ebooks-begin-medium-reading-peter-james>> Acesso em: 27 mai.2014

GIZMODO. **Nepal vai forçar cada alpinista do Everest a coletar 8 Kg de lixo.** Disponível em: <<http://gizmodo.uol.com.br/nepal-vai-forcar-cada-alpinista-do-everest-a-coletar-8kg-de-lixo/>> Acesso em: 20 mai.14

GO OUTSIDE. **Viva a cultura do montanhismo.** Disponível em: <<http://gooutside.uol.com.br/596>> Acesso em: 20 mai.2014

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ. **Serra do Mar.** Disponível em: <<http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=87>> Acesso em: 20 mai.2014

IBGE. 2002: Ano Internacional das Montanhas. Disponível em: <<http://teen.ibge.gov.br/biblioteca/livros-on-line/295-teen/calendarios/dia-mundial-da-confraternizacao-universal-e-da-paz/1733-2002-ano-internacional-das-montanhas>> Acesso em: 20 mai.2014

IVITURUI. **Serra do Ibitiraquire, Serra do Marumbi, Serra do Capivari.** Disponível em: <<http://www.iviturui.cpm.org.br/>> Acesso em: 20 mai.2014

LEBERT, Marie. **A short history of eBooks.** NEF, University of Toronto, 2009. Disponível em: <<http://www.etudes-francaises.net/dossiers/ebookEN.pdf>> Acesso em: 20 mai.2014

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas: O Livro-Reportagem Como Extensão do Jornalismo e da Literatura.** Barueri: Manole, 2009. 470 p.

LIMA, Edvaldo Pereira. **O Que É Livro-reportagem.** São Paulo-SP: Brasiliense, 1993. 69 p.

MAACK, Reinhard. **Geografia Física do Estado do Paraná.** Paraná: Banco de desenvolvimento do Paraná, 1968. 350 p.

MARTINS, Gerson. **As potencialidades do ciberjornalismo na capacitação para a produção jornalística na formação profissional.** Disponível em: <[http://www.gersonmartins.jor.br/dados/artigo/potencialidades_jornalismo_online\[673\].pdf](http://www.gersonmartins.jor.br/dados/artigo/potencialidades_jornalismo_online[673].pdf)>. Acesso em: 01 nov.2014.

MUNDO GEO. **Tecnologia muda altitude dos principais pontos culminantes do Brasil.** Disponível em: <<http://mundogeo.com/blog/2004/12/29/tecnologia-muda-altitude-dos-principais-pontos-culminantes-do-brasil/>>. Acesso em: 01 out.2014.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias. **Modelos de Jornalismo Digital.** Salvador: Calandra, 2003.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário.** São Paulo: Contexto. São Paulo: Contexto, 2013. 144 p. (Coleção comunicação).

SALAVERRÍA, Ramón. **El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Aproximación metodológica y primeros resultados.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-gago-lopez-salaverria-noci-meso-cabrera-palomo-impacto-internet-medios-comunicacion-espana.pdf>>. Acesso em: 01 nov.2014

SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA. **Serra do Mar.** Disponível em: <<http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=87>> Acesso em: 28 mai.2014

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. **New Journalism – A reportagem como criação literária. Cadernos da Comunicação Série Estudos.** Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2003. 96 p.

SEMANA DO MONTANHISMO. **Montanhismo no Brasil.** Disponível em: <<http://www.semanademontanhismo.com.br/100anos/montanhismo-no-brasil>> Acesso em: 27 mai.2014

SILVA JR., José Afonso. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo**. Dissertação de mestrado (Comunicação) - UFBA/FACOM, Salvador, 2000.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.