



## Potencialidades digitais e inovações jornalísticas: análise quantitativa de especiais da Folha

Mônica Cristine Fort<sup>1</sup>  
Márcio Morrison Kaviski Marcellino<sup>2</sup>  
Lidia Paula Trentin<sup>3</sup>  
Ana Paula Heck<sup>4</sup>

Universidade Tuiuti do Paraná – UTP

**Resumo:** O presente texto apresenta um levantamento quantitativo realizado em especiais publicados pelo *site* do jornal Folha de S. Paulo. Trata-se de uma das etapas de um projeto de pesquisa em rede que investiga práticas inovadoras e criativas em jornalismo a partir de potencialidades digitais. No estudo ora apresentado, observam-se as características dos denominados especiais pelo próprio veículo, selecionando o que são consideradas narrativas jornalísticas, seus gêneros, seus suportes imagéticos e demais recursos digitais. Também são consideradas as características do webjornalismo. Percebem-se inovações narrativas em determinadas abordagens, mas ainda não se experimentam todas as possibilidades como prática das rotinas produtivas.

**Palavras-chave:** Jornalismo digital; Inovações; Especiais Folha; Gêneros textuais; Potencialidades tecnológicas.

---

<sup>1</sup> Professora e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Professora de Jornalismo no Centro Universitário Internacional (Uninter). Pós-doutora em Comunicação (UERJ). Doutora em Engenharia da Produção (UFSC). Jornalista (UFPR). E-mail: moniacafort@gmail.com

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Jornalista (PUCPR). E-mail: marciomorrison@hotmail.com

<sup>3</sup> Doutoranda e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Jornalista (UFSC). E-mail: lidiapaulatrentin@gmail.com

<sup>4</sup> Professora de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Internacional (Uninter). Doutoranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Mestre em Comunicação (UFPR). E-mail: ana.h@uninter.com

## Introdução

Esta pesquisa constitui parte de um projeto de pesquisa coletivo, desenvolvido em rede por pesquisadores de diferentes instituições brasileiras – UTP (como coordenadora geral do projeto<sup>5</sup>), UFBA, UEPB/UFPB, UFOP, UFMS, UP, UFPR, UEPG, UFRGS, UEL –, intitulado *De práticas inovadoras e criativas no jornalismo em redes digitais às suas formas de abordagem pelo pensamento acadêmico*, com o objetivo de articular, mapear e discutir criticamente o duplo movimento que envolve as práticas jornalísticas e as pesquisas ou reflexões científicas visando a analisá-las. Constitui-se de duas frentes de trabalho – 1) de monitoramento e cartografia de processos criativos em diversos *sites* jornalísticos nacionais e internacionais, e 2) de mapeamento e discussão analítica de produtos oriundos de periódicos científicos, grupos de pesquisa, teses e dissertações, grupos de trabalho de congressos da área de comunicação, bem como de eventuais propostas de caráter mais prático, voltados a compreender e incrementar o movimento jornalístico contemporâneo em face das potencialidades advindas das tecnologias de comunicação e informação.

São diversos colaboradores participando da pesquisa, dessa forma, grupos são formados e cada um desses grupos fica responsável por etapas específicas. No caso dos autores desse texto, o jornal estudado é Folha de S. Paulo *online* e o método utilizado é o de pesquisa quantitativa. Assim, nesse artigo são analisados, quantitativamente, 34 conteúdos considerados especiais pelo próprio veículo publicados no ano de 2017 no *site* do jornal. Cabe apontar que esses dados serão utilizados para uma análise qualitativa em estudos futuros. Questiona-se, a partir das potencialidades digitais, quais são as inovações empregadas na elaboração dos textos e como elas ocorrem.

Portanto, o objetivo geral da presente pesquisa é analisar quantitativamente processos criativos de reportagens especiais produzidas pelo jornal Folha de S. Paulo no ano em questão e publicadas no *site* do veículo. Como objetivos específicos têm-se: a) verificar o número de reportagens especiais e os assuntos tratados nelas; b) averiguar a média de recursos empregados na construção dos textos, bem como elementos visuais (*gifs*, imagens em 360º, *news games*, recursos audiovisuais) e a editoria correspondente (ou o campo temático) ao qual cada reportagem pertence; c) constatar a quais categorias do

---

<sup>5</sup> A autora e líder do referido projeto de pesquisa é a Profa. Dra. Kati Eliana Caetano.

jornalismo pertencem cada especial (informativo, diversional, opinativo ou interpretativo); d) observar o valor notícia das reportagens; e) analisar as categorias do webjornalismo: hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, personalização (CANAVILHAS, 2014)<sup>6</sup>. Convém apontar que na tabulação dos dados, instantaneidade e ubiquidade não serão consideradas, pois as duas características estão ligadas intrinsecamente aos processos de acesso e consumo de informações<sup>7</sup>. Além disso, com o avanço das tecnologias, ubiquidade e instantaneidade tornaram-se recursos inevitáveis, tendo em vista que suas essências são parte crucial da internet.

Neste trabalho, optou-se por analisar como hipertextualidade a presença de *hyperlinks* nos especiais, pois tal característica está ligada a dois elementos principais, nós e *links*, que ajudam o leitor a construir uma narrativa não linear, relacionando conteúdos digitais similares entre si. Já a característica de multimedialidade, de acordo com Salaverría (*in* CANAVILHAS, 2014), pode ser entendida de três formas distintas: multiplataforma, polivalência e combinação de linguagens. Optou-se por analisar a característica a partir da presença de recursos digitais no texto, sejam eles infográfico, texto, fotografia, *news game*, 360º graus, *gifs* animados ou outro.

A terceira característica, a interatividade, é baseada em duas perspectivas. A primeira é denominada seletiva que, conforme Rost (*in* CANAVILHAS, 2014, p.56), refere-se “às possibilidades de controlo que tem o utilizador sobre o processo de receção dos conteúdos. Ou seja, em que medida o utilizador pode eleger o ritmo e a sequência das mensagens”. Essa perspectiva, portanto, está ligada aos processos de interatividade dos usuários com os conteúdos presentes em um texto. A segunda perspectiva defendida pelo autor é a comunicativa. Essa vertente interativa está relacionada ao compartilhamento de conteúdo e à troca de mensagens entre os usuários e produtores. É importante ressaltar que todas as reportagens presentes no *site* da Folha de S. Paulo possuem recursos interativos comunicativos, por isso, nessa pesquisa, apenas a perspectiva da interação seletiva foi considerada.

---

<sup>6</sup> *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã, Portugal: UBI, LabCom, 2014.

<sup>7</sup> Entende-se nesse artigo que o processo de acesso e consumo de informações está relacionado aos suportes tecnológicos aos quais os leitores acessam as informações. Ou seja, *tablets*, computadores, *smartphones* entre outros.

Já quanto à memória, Marcos Palacios (*in* CANAVILHAS, 2014) entende a característica sob quatro aspectos de análise: consulta em base de dados, produção de forma narrativa, forma de interação com o usuário e plano de negócio. Neste artigo, duas dessas perspectivas são dimensionadas: produção de forma narrativa (com o uso de fotografia ou vídeo, por exemplo) e consulta em base de dados (a própria página de especiais 2017). As perspectivas não analisadas – interação com o usuário e plano de negócio – estão relacionadas a processos envolvendo leitores e usuários e, por isso, uma mensuração apenas quantitativa (método escolhido nessa pesquisa) não daria conta de classificá-las.

A personalização ou customização está ligada à possibilidade de os veículos de comunicação criarem possibilidades de alterações individuais e específicas em seus conteúdos para determinado nicho de público. Assim como outras características aqui expostas, a personalização também possui vertentes e graus de análise. Optou-se por analisar o quarto grau da personalização que, segundo Lorenz (*in* CANAVILHAS, 2014), se refere à possibilidade de os veículos auxiliarem os receptores em tomadas de decisão, como uma reportagem que ajuda o leitor a calcular o tempo que falta até a aposentadoria ou até mesmo a que permite ao usuário selecionar seu time do coração no texto.

## **Possibilidades e experiências na construção de narrativas**

Conteúdos jornalísticos refletem o impacto das tecnologias nas mídias, uma vez que “o desenvolvimento das novas mídias está levando a um desenvolvimento na maneira de contar histórias, engajando o público em reportagens mais contextualizadas e navegáveis” (PAVLIK, 2001, p. 3)<sup>8</sup>. Já no início do século, Pavlik (2001) afirmou que a transformação da narrativa jornalística no ambiente *online* ocasiona uma nova forma de notícia que pode ser denominada como jornalismo contextualizado. Segundo o autor, cinco dimensões determinam esse contexto: amplitude nas modalidades de comunicação; hipermídia; maior envolvimento da audiência; conteúdo dinâmico; customização.

---

<sup>8</sup> Tradução dos autores a partir de “...developments in new media are leading to the development of new storytelling techniques that engage the audience in more contextualized and navigable news reporting” (PAVLIK, 2001, p. 3)

As notícias no ambiente virtual levam vantagem, pois cada uma delas pode ser pensada de um jeito singular. Além do hipertexto, recursos como fotografias, infográficos, recursos de áudio e vídeo, animações e imagens em 360° podem compor narrativas. Com o avanço das tecnologias, “uma das formas de envolvimento para aumentar a audiência é por meio das narrativas imersivas. Contar histórias imersivas é em grande parte um novo formato para apresentar e interagir com notícias em um ambiente tridimensional”<sup>9</sup> (PAVLIK, 2001, p. 20).

O conteúdo jornalístico *online* também é mais dinâmico e fluido, pois os leitores querem conteúdo *on demand* e em tempo real. Para Pavlik (2001), os usuários têm necessidade de consumir informação de maneira rápida e específica, o que atinge os modos de fazer jornalísticos, pois profissionais da área precisam contar suas histórias de forma mais dinâmica e veloz alinhadas ao tempo de produção disponível. E as notícias podem ser customizadas ou personalizadas de acordo com o próprio usuário. Assim, as possibilidades tecnológicas são aplicadas para melhorar aspectos comunicacionais como velocidade, precisão e eficiência de informações. O autor estuda, ainda, experiências proporcionadas por conteúdos multimídia, intencionalmente ou inesperadamente, mas que são importantes e significativas para os processos de produção de material jornalístico.

A pesquisadora Raquel Longhi (2017) também tem refletido sobre “experiência” nesse momento histórico no jornalismo, influenciado pelas tecnologias, dentre elas a de Realidade Virtual. Para isso, a autora aborda o jornalismo experiencial, em que há a imersão do repórter no cotidiano dos sujeitos e acontecimentos. Ele vivencia, assim, a situação que será relatada. Deste modo, “se trouxermos isto para as imagens imersivas, temos, efetivamente, uma imagem que tudo vê, na qual não há cortes” (LONGHI, 2017, p. 8)

Segundo a autora (2017), na Língua Portuguesa, experimentar e experienciar são sinônimos, no entanto, Longhi (2017, p. 5-6) explica que os termos são diferentes “se analisados num contexto de ação em relação a um objeto – de pesquisa, de construção

---

<sup>9</sup> “One way involvement is increasing is through the use of immersive storytelling. Immersive storytelling is largely a new format for presenting and interacting with the News in a three-dimensional environment” (tradução dos autores).

de conteúdo, ou narrativa”, ou seja, “quando se experencia (do verbo experienciar), se vivencia uma situação; já quando se experimenta, se busca ‘colocar em execução’ alguma coisa – seja para comprovar uma ideia, seja para testar alguma coisa”.

Mas, o jornalismo experiencial não o é somente para o repórter que produz o conteúdo, o público também o experimenta. Para Longhi (2017), o que se busca, nesse caso, é o máximo de compreensão possível por parte do receptor acerca do que está sendo tratado. No que tange às narrativas imersivas, entretanto, isso vai além, pois, de acordo com a autora (2017, p. 8), “o próprio conteúdo, ou narrativa necessita, mais do que ser lido, de ser experienciado pelo leitor. E assim temos mais uma face da experiência, que envolve a fruição do relato”.

A narrativa interativa pode ser vista em diversas modalidades de comunicação, entre elas: infográficos, vídeos, fotografias, vídeos, na escrita não linear e na personalização de conteúdos (PAVLIK, 2001). Em consequência disso, são diversas as tecnologias e equipamentos necessários para a apuração e produção de conteúdo no jornalismo imersivo.

Independentemente das possibilidades digitais, procurou-se observar, neste estudo, além das características do webjornalismo e dos recursos que possam provocar a experenciação, os gêneros textuais. Procurou-se diferenciar jornalismo informativo, interpretativo, opinativo e diversional<sup>10</sup> (ERBOLATO, 1991). Marques de Melo (2009) possui uma classificação bastante difundida no país, nela, os gêneros – Erbolato (1991) denominou categorias –, são identificados, principalmente, como: informativo, com notas, notícias, reportagem e entrevistas; interpretativo, enquetes, perfis, análises, dossiês e cronologias; opinativo, artigos, editoriais, colunas, resenhas, crônicas e comentários; diversional, histórias coloridas e de interesse humano; e utilitário, com cotações e serviços.

Essa proposta de observar gêneros tradicionais frente às inovações tecnológicas serve para reflexão quanto à composição texto-imagem ou texto-recursos experienciais. Para Marques de Melo (2016, p. 49), “duas características básicas definem um gênero: sua aptidão para agrupar diferentes formatos – todos com caracteres comuns, embora diferentes entre si – e sua função social”. Levando essas informações em consideração,

---

<sup>10</sup> Essa categorização ajuda a estabelecer a metodologia utilizada na análise das reportagens.

ressaltam-se as categorias de jornalismo informativo, interpretativo, diversional e opinativo ao classificar as reportagens especiais de 2017, objetos deste estudo. Também se consideram as propostas a tais gêneros textuais presentes no Manual da Redação: Folha de S. Paulo (2018).

O conteúdo noticioso, informativo, dado o volume de informações que circula e a velocidade como os fatos são divulgados, “deve ir além do meramente factual, incorporando uma dimensão interpretativa que, sem distorcer a realidade, estabeleça relações entre os acontecimentos, seus antecedentes e prováveis implicações” (MANUAL DA REDAÇÃO, 2018, p. 20). Assim, o jornalismo interpretativo destaca o conteúdo em profundidade, possui mais espaço para análises, podendo detalhar acontecimentos. Isso significa que, em reportagens interpretativas deve-se explicar o que levou o fato acontecer, localizá-lo dentro do contexto social e histórico e analisar as suas consequências. “A meta do jornalismo interpretativo é aquela que o termo sugere: clareza e ilustração. Se for usado para dirigir ou condicionar a opinião do público, afastar-se-á de suas finalidades específicas e poderá tornar-se falso ou enganoso” (ERBOLATO, 1991, p. 41).

Uma forma, no entanto, de apresentar antecedentes de fatos, contextualizar acontecimentos, delinear ambientes em que eventos se desenvolvem e mesmo apresentar personagens envolvidos é observada no denominado jornalismo diversional, também definido por jornalismo literário. “Nesse tipo de narrativa, as impressões que os fatos provocam na sensibilidade do narrador são descritas com fidelidade [...] Cenas específicas e pormenores ganham relevo desproporcional” (MANUAL DA REDAÇÃO, 2018). Portanto, é aquela categoria em que notícias e reportagens são mescladas com a literatura, produzindo assim, conteúdo jornalístico com maior profundidade e criatividade. A prática desse gênero de texto, no entanto, exige mais que técnica textual, afinal “reaviva assuntos, torna-os sempre atuais e prende o leitor, ainda que ele já tenha conhecimento de muitos dos pormenores divulgados” (ERBOLATO, 1991, p. 44).

No jornalismo opinativo, destacam-se editoriais, artigos, crônicas, colunas, resenhas e comentários dos editores e jornalistas. Marques de Melo (2016) explica que nesse gênero são poucas as diferenças, por exemplo, entre editoriais, artigos e comentários. Os editoriais, por não serem assinados – uma vez que trazem a posição dos veículos –, são os mais distintos, já os artigos e comentários são bastante semelhantes, pois tratam

de conteúdos assinados com uma perspectiva do autor a respeito de algo. De acordo com o autor, a principal diferença entre os dois últimos é que, geralmente, os artigos são produzidos por especialistas, com conhecimento prévio e grande repertório sobre o assunto, e os comentários são elaborados por jornalistas experientes que ponderam acerca de algo, estabelecendo relações com acontecimentos anteriores e projetando prováveis desdobramentos (MARQUES DE MELO, 2016). Dessa forma, todo o conteúdo que se enquadra nessa categoria deve ser apresentado como tal e “a identidade do comentarista e a honestidade do jornal a que pertence são as únicas garantias que podem ser dadas ao público sobre a boa-fé da interpretação” (ERBOLATO, 1991, p. 36). O mesmo ocorre com conteúdos patrocinados que, ao certo, devem deixar claro ao público as origens das informações e quem pagou pela veiculação.

## **Quanto ao método empregado no estudo**

Como mencionado, este estudo faz parte de uma pesquisa em rede que se amplia em outras frentes de trabalho. A proposta em foco no presente artigo é a realização de levantamento quantitativo a partir da relação entre potencialidades digitais e recursos inovadores empregados nos especiais disponíveis no *site* do jornal Folha de S. Paulo em 2017. Para Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 31), “a coleta de dados se fundamenta na medição [...] é realizada quando utilizamos procedimentos padronizados ou aceitos pela comunidade científica”.

São encontrados na página de especiais publicados em 2017 no *site* do jornal Folha de S. Paulo um total de 100 *links* (como é possível observar na Figura 1). Desse total, 34 são classificadas, no contexto do estudo, como reportagens, justamente o corpus dessa pesquisa (Quadro 1). Para se chegar a esse número, foram abertos os *links* e constatou-se que nem todos os conteúdos apresentados como especiais levavam a reportagens. A maioria, inclusive, leva a outras páginas com formatos e conteúdos diversos, algumas com atualização constante – ou seja, permanecem em produção –, não especificamente de texto, mas do próprio assunto. Convém ressaltar que não foi possível classificar um dos *links* que eventualmente seja reportagem – título sobre o governo Barack Obama –, pois por ocasião da realização da análise, o *link* estava corrompido.



Figura 1 – Especiais Folha – 2017



Fonte: Site Folha de S. Paulo – Especiais 2017<sup>11</sup>

A escolha pelos especiais do ano de 2017 se deu pela necessidade de analisar conteúdos produzidos no período de um ano e, com isso, 2017 se tornou o mais próximo na linha de recorte. As reportagens encontradas durante o período foram:

Quadro 1 – Reportagens Especiais Folha de S. Paulo

Número	Título da Reportagem	Assunto
1	Os 500 são outros	500 anos da Reforma Protestante
2	Super Bowl 50	50º final da liga americana de futebol
3	A despedida de Usain Bolt	Histórico da carreira do velocista jamaicano
4	100 anos do clássico	100 anos do clássico Palmeiras e Corinthians
5	Guga 20	Especial primeiro título em Roland Garros de Guga
6	Longevidade no Esporte	Como as evoluções nos treinos ajudam os atletas

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/especial/2017/>>. Acesso em: 19 jul. 2018.

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo  
 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo  
 FIAM-FAAM / Anhembi Morumbi – São Paulo – Novembro de 2018

7	Mundial de Surfe	Informações sobre o Mundial de Surfe de 2017
8	Temporada 2017 da F1	Informações sobre a temporada 2017 da F1
9	Voz das arquibancadas	Adaptações das torcidas brasileiras nos cantos na arquibancada
10	Yaripo, a montanha sagrada dos ianomâmis	Folha percorre trilha no ponto mais alto no Brasil
11	Terra de gigantes	Novos centros culturais de São Paulo
12	Música muito popular brasileira	Mapeamento de execuções de gêneros musicais pelo Brasil
13	Carlos Drummond de Andrade	30 anos sem o poeta Carlos Drummond de Andrade
14	Brasil na Antártida – Nova aventura	Reconstrução da base brasileira na Antártida
15	Extremo oriente do Brasil	Território nacional mais próximo da África
16	Zika	Avanço de casos de microcefalia ligados à zika
17	Tudo sobre o vírus – O Mosquito	Informações gerais sobre o mosquito que transmite a zika
18	Tudo sobre o vírus – As vítimas	Informações gerais sobre as vítimas do vírus da zika
19	Tudo sobre o vírus – O Aedes	Informações gerais sobre o aedes
20	Tudo sobre o vírus – Os EUA	Informações sobre casos de zika nos EUA
21	Tudo sobre o vírus – O Combate	Informações sobre o combate ao vírus da zika
22	Tudo sobre o vírus – Perguntas e Respostas	Entrevista com especialista sobre o vírus da zika
23	Clube do Crime	Guerra entre facções de São Paulo
24	Cérebro sob ataque	Esclerose Múltipla e seus reflexos no sistema nervoso
25	Corrida contra o tempo	Guia da Previdência
26	Paradoxos da China	Reflexões sobre o governo chinês
27	UE 60	Aniversário de 60 anos da União Europeia
28	Um mundo de muros – Cisjordânia e Israel	Barreiras que dividem Cisjordânia e Israel
29	Um mundo de muros – Peru	Barreiras que dividem o Peru
30	Um mundo de muros – Sérvia e Hungria	Barreiras que dividem Sérvia e Hungria
31	Um mundo de muros – Brasil	Barreiras que dividem o Brasil
32	Um mundo de muros – Quênia e Somália	Barreiras que dividem Quênia e Somália
33	Um mundo de muros – EUA e México	Barreiras que dividem EUA e México
34	Um mundo de muros – México e EUA	Barreiras que dividem México e EUA

Fonte: os autores, 2018.

A série de reportagens sobre o vírus da zika (17 a 22) e o especial dos muros (28 a 34) foram contabilizados separadamente, pois em cada uma das matérias há um *hiperlink* específico. Isso não acontece, por exemplo, nos outros conteúdos que são, quase em

sua totalidade, divididos por índices ou subdivisões dentro da própria reportagem, apresentando inclusive menu interativo para direcionar a leitura.

Após a seleção, foi realizada decupagem de cada um desses especiais classificados como reportagens a partir das categorias de análise propostas para este estudo. Foram considerados pressupostos de Bardin (2011, p. 147) para a categorização: “uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo gênero (analogia), com critérios previamente definidos”. Assim, foi criada uma lista de padrões e características que deveriam ser analisadas por campos semânticos, ou seja, agrupamentos temáticos (Quadro 2).

Quadro 2 – Categorias de análise

<b>Categoria</b>	<b>Análise</b>
Número de parágrafos	Tamanho dos especiais e a média entre as reportagens
Número de fontes	Referências presentes em cada um dos especiais do ano de 2017
Número de fotografias	Fotografias (únicas ou galerias) e a sua finalidade em cada um dos especiais do ano de 2017
Número de Imagens em Movimento	<i>Gifs</i> , imagens em 360º, <i>news games</i> e recursos audiovisuais.
Editoria correspondente – Campo temático <sup>12</sup>	Editoria ou campo temático ao qual a reportagem especial pertence como esportes, cultura, política, economia, entre outros pré-definidas.
Representação de categorias do jornalismo	Gêneros de texto prioritariamente presentes nos especiais: informativo, diversional, opinativo ou interpretativo
Relevância da notícia – aspectos sugeridos pelo Manual de Redação: Folha de S. Paulo (2018, p. 66)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplitude (universo de pessoas impactadas)</li> <li>• Apelo (curiosidade que a notícia possa despertar)</li> <li>• Empatia (identificação do leitor com personagens ou situação)</li> <li>• Ineditismo (capacidade de surpreender)</li> <li>• Proximidade (geográfica ou simbólica entre os fato gerador da notícia e o leitor)</li> </ul>
Características do webjornalismo propostas no livro organizado por João Canavilhas (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memória</li> <li>• Interatividade</li> <li>• Hipertextualidade</li> <li>• Multimedialidade</li> <li>• Personalização</li> </ul>

Fonte: os autores, 2018.

<sup>12</sup> Considerou-se na análise a definição do verbete EDITORIA/NÚCLEO, apresentada no Manual de Redação: Folha de S. Paulo (2018, p. 31): “Unidades organizacionais da Redação, responsáveis pela produção e pela edição de material noticioso em um determinado campo temático”.

As datas completas das reportagens não foram levadas em consideração no recorte porque nem todas as matérias apresentam essa informação – assim, sem o dia e o mês da publicação, nem sempre é possível compreender o gancho, o assunto oportuno ou o interesse jornalístico, apesar de efemérides, por exemplo, serem observadas mais facilmente. Estudo paralelo a essa etapa da pesquisa procura localizar, por meio de *tags*, a época do ano em que foram publicadas tais reportagens e todo conteúdo correlato a esses especiais, bem como estes fatos foram trabalhados na versão impressa do jornal. Os dados obtidos no levantamento quantitativo foram tabulados e a mensuração dos resultados é apresentada na sequência.

## Dados obtidos

Em 2017, constatou-se que os campos temáticos delimitados pelo veículo com maior número de reportagens especiais foram Esporte, Cotidiano e Mundo, cada um representado 24% das reportagens (72% da amostra). Já aqueles com menos produções eram das editorias Poder, Ilustríssima, Meio Ambiente, Ciência e Equilíbrio, compostos por uma matéria cada e representando 3% do conjunto, somando 15%<sup>13</sup>.

Das 34 reportagens selecionadas, obteve-se o total de 2.641 parágrafos, sendo que a média é de 78 por matéria. O especial que conta com o maior número de parágrafos (229) é do campo temático Mercado (Paradoxos da China – reportagem 26), e aquele com menor número é a reportagem 22 (Tudo sobre o vírus – da zika) da editoria Cotidiano com 17 parágrafos. Essa reportagem sobre o vírus é uma correlata, pois há uma série de reportagens com o tema que foram classificadas separadamente neste estudo em função do critério adotado na seleção da amostra (possuir *hiperlink* específico). O tamanho das reportagens chamou a atenção dos pesquisadores por entenderem que, normalmente, conteúdos especiais são mais profundos, mais analíticos e, portanto, ocupam espaço maior.

Uma característica dos textos da Folha, no entanto, faz com que esses números pareçam maiores do que realmente o são. Na verdade, há divisão de parágrafos com

---

<sup>13</sup> Outro estudo, da pesquisa em rede, vai cruzar as datas da veiculação das reportagens a fatos e eventos que possam ter sido destaques durante o ano, observando de forma qualitativa os ganchos jornalísticos e os fatores de relevância para a publicação dos especiais.

apenas uma frase. “...o desejável é que [o parágrafo] tenha até oito linhas do jornal impresso (cerca de 220 caracteres). Parágrafos curtos tornam o texto visualmente convidativo, [...] encorajam o leitor a seguir em frente, o que é ainda mais importante nas plataformas digitais” (MANUAL DA REDAÇÃO, 2018, p. 147). Assim, os especiais têm em média 17,1 mil caracteres.

A amostragem contou com 295 fontes, com média de nove fontes por texto. Entende-se fonte como aquela que “fornece informações ao jornal [...] Pode ser pessoa, documento, áudio, vídeo etc.” (MANUAL DA REDAÇÃO, 2018, p. 99). A reportagem 24 – Cérebro sob ataque – conta com o maior número de fontes (22) – sendo a única da editoria Equilíbrio. Existem quatro textos sem fontes primárias (2, 7, 8 e 27 – as três primeiras da editoria Esportes e a última da editoria Mundo), e aquela que conta com o menor número de fontes (1) é a reportagem 22, que já se destacou como uma correlata na série sobre o vírus da zika (trata-se de texto que é uma espécie de guia com perguntas e respostas).

Considerando os recursos fotográficos, apenas dois textos não contam com imagens (2 e 22 – editorias Esporte e Cotidiano respectivamente). Excluídas essas, somam-se 295 imagens, sendo que 54% delas estão em galeria e 46% servem para ancorar os textos, ilustram diretamente a reportagem, como ocorre no jornalismo impresso. A média é de 25 fotografias por reportagem. O elemento da amostra com maior quantidade de fotos é a reportagem 3 da editoria Esportes – Despedida de Usain Bolt – com 132 fotografias (127 em galeria e três que ancoram o texto). Já aqueles com menor número de imagens são os textos 9 e 27 das editorias Esporte e Mundo, que contam com apenas três fotos. O texto que apresenta galeria de fotos com menor quantidade de imagens é o 20 pertencente à editoria Cotidiano, também da série sobre o zika vírus (possui cinco imagens no conjunto). A reportagem 4 conta com o maior número de fotos de ancoragem, 46 imagens, e pertence ao campo temático Esporte (100 anos do clássico Palmeiras e Corinthians), e aquelas que têm menor número possuem duas imagens (reportagens 7, 12 e 19).

Também foi investigado o número de informações dispostas em infográficos. Trata-se de ferramenta que se vale de recursos gráfico-visuais apresentando informações de forma mais sintética (MANUAL DA REDAÇÃO, 2018). A intenção é a de facilitar a

compreensão de determinados assuntos, mas de forma didática e atraente. Com uma média de sete trabalhos de infografia por reportagem, a amostra conta com o total de 237 infográficos sendo 51% compostos apenas por texto, 37% compostos por números e 12% animados (em movimento). Entre as produções com maior número de infográficos estão: reportagem 12 com 32 infográficos; reportagem 25 com 27 infográficos; e reportagem 1 com 13 infográficos, sendo das editorias Ilustrada, Mercado e Esportes nessa ordem. Apenas dois dos textos analisados não têm infográficos (mas são reportagens da série sobre o zika vírus: 20 e 22). A reportagem que possui maior número de informações dispostas por meio de infografia é a 12 (campo temático Ilustrada – Música muito popular brasileira) com 32 representações visuais (17 textuais, 8 numéricos e 7 em movimento); já aquelas que possuem a menor quantidade, apenas um infográfico, são as matérias 3 (Bolt), 9 (Voz das arquibancadas), 19 e 21 (ambas da série sobre zika), 27 (60 anos da União Europeia).

Dos elementos animados, somam-se 96 imagens em movimento o que corresponde à média de três animações por reportagem. Dessas, 5,2% são imagens em 360º; 30,2% são *gifs*; 16,7% são recursos sonoros e 45,8% são audiovisuais. A reportagem 9 (arquibancadas) conta com a maior quantidade de imagens em movimento (15, sendo 4 *gifs*, 10 áudios – cantos de torcidas – e 1 *news game*). Com relação aos textos com menor número de recursos animados (apenas um), são as reportagens 1 (Esporte), 3 (Esporte), 10 (Ilustríssima), 16 (Cotidiano) e 20 (Cotidiano). *News game* é o recurso que menos aparece na amostra, apenas nas reportagens 9 (aparece um) – e 13 – sobre Carlos Drummond de Andrade. Já aqueles mais presentes são recursos audiovisuais – entrevistas, webdocumentários etc. (52,2%).

Acerca das categorias que abordam os gêneros textuais jornalísticos, aquelas com maiores índices são: Interpretativo (50%) e Informativo (35%). Já os estilos Divercional e Opinativo estão presentes em 26% e 9% das reportagens, respectivamente. Nota-se que a soma percentual ultrapassa 100%. Isso se justifica, pois há especiais que contém mais de um gênero de texto. Isso ocorre no especial sobre a despedida de Usain Bolt (3), no de longevidade no esporte (6), na montanha dos ianomâmis (10), no especial Terra de gigantes, sobre os centros culturais de São Paulo (11), no do extremo oriente do Brasil (15), na série sobre o zika vírus (16) e no especial sobre a China (26).

Relacionando os gêneros aos campos temáticos, nota-se que a editoria Esporte conta com cinco especiais com características de jornalismo informativo e cinco, diversional; Cotidiano contém dois informativos, seis interpretativos e um diversional; no campo temático Mundo, encontram-se oito especiais com textos interpretativos; Ilustrada apresenta uma incidência de cada gênero; Mercado, um texto informativo, um interpretativo e um opinativo; Poder conta com um do gênero informativo; Ilustríssima, um informativo e um opinativo; Meio Ambiente, um diversional; Ciência, um informativo e um diversional; por fim, Equilíbrio, uma incidência de texto interpretativo. Nota-se que a maior parte dos textos informativos (41,6%) foram veiculados na editoria de Esportes; daqueles interpretativos, 47% pertencem à seção Mundo; dos diversionais, 55,5% abordam Esportes; por fim, as três reportagens do gênero opinativo pertencem às editorias de Ilustrada, Mercado e Ilustríssima.

Ao considerar a relevância das matérias, identificou-se maior frequência dos aspectos apelo (34%) e empatia (27%). Convém comentar que há casos em que mais de um aspecto relevante, valor-notícia, é considerado. Em média, três aspectos por reportagem foram detectados. Assim, também se verificou a incidência de 22% de especiais valorizando amplitude; 13%, proximidade; e apenas 3%, ineditismo. Os totais não surpreendem, uma vez que textos interpretativos, por exemplo, costumam ser entendidos como notícias em profundidade. Assim, notícia, enquanto texto informativo factual, já teria sido divulgada antes da produção de conteúdos especiais, servindo de gancho jornalístico para a produção das reportagens. Textos diversionais também exploram assuntos mais detalhadamente, além da informação principal. Opinativos repercutem e analisam situações, portanto não é o ineditismo que se observa prioritariamente nesse gênero textual.

Em relação aos aspectos do webjornalismo, as características Instantaneidade e Ubiquidade não foram analisadas, pois são consideradas inerentes à própria mídia. No que diz respeito à Memória, todas as reportagens observadas apresentam a característica. Por outro lado, os atributos presentes na maior parte das reportagens são Multimedialidade (97% das matérias) e Hipertextualidade (68%). Dentre os aspectos analisados, as reportagens 9, 12, 13 e 25 possuem as cinco características em questão. Destaca-se a característica interatividade, apesar de todas as reportagens apresentarem a possibilidade

a partir do compartilhamento de conteúdo, por exemplo, contabilizou-se na análise a interatividade seletiva, quando os usuários podem interagir com os conteúdos presentes no texto. Nesse caso, 20 especiais continham a característica, 59% do total da amostra. Quanto à personalização, apenas cinco, dos 34 especiais, possibilitavam isso, 15% dos casos.

## Considerações Finais

O estudo se propôs a fazer um levantamento quantitativo de potencialidades digitais empregadas em produção jornalística. A pesquisa empregou categorias para análise de conteúdo (BARDIN, 2011) na tabulação dos dados, considerando gêneros textuais, características de webjornalismo (CANAVILHAS, 2014) e recursos digitais mais frequentes na produção do material que compunha a amostra.

Com a mensuração realizada, foi possível perceber especiais publicados no *site* do jornal Folha de S. Paulo que exploram quase em sua totalidade os aspectos do jornalismo digital. Com os resultados, observou-se que as características memória e multimedialidade predominam no recorte analisado. A presença de imagens em movimento, animações, *games* entre outros recursos, tornam os textos mais atraentes devido a seus conteúdos dinâmicos. Porém, questões como a interatividade seletiva e a personalização parecem não ser ainda exploradas em sua totalidade. Vale ressaltar que essas características demandam do repórter e do veículo de comunicação tempo e esforço maiores e o leitor necessita da informação cada vez mais rápido.

A partir das categorias de análise discutidas neste artigo, foi possível observar que potencialidades digitais têm sido experimentadas em textos *online*. Verificam-se práticas criativas que ilustram as reportagens e também as complementam com sensações, possibilidade sensoriais. O que Pavlik (2001) denomina de jornalismo imersivo é observado em narrativas como as da série sobre muros (textos 28 a 34), Voz das arquibancadas (9), Brasil na Antártida (14), Carlos Drummond de Andrade (13), em que são identificadas produções em 3D, câmeras 360°, GPS, *drones*. Também se percebe interação, multissensorial e guiada por dados (PAVLIK, 2016, *apud* LONGHI, 2017). Por outro lado, percebe-se que a produção de reportagens que possuem características de



jornalismo experiencial (LONGHI, 2017) ainda é tímida frente a todo potencial de recursos disponíveis quando observados separadamente nos especiais da Folha.

## Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, UBI, LabCom, 2014.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991.
- LONGHI, Raquel Ritter. **Jornalismo experiencial, pesquisa aplicada e o desafio da investigação em Realidade Virtual no ciberjornalismo**. 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. ECA/USP, São Paulo, 2017.
- MANUAL DA REDAÇÃO: **Folha de S.Paulo**. 21ª ed. São Paulo: Publifolha, 2018.
- MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- \_\_\_\_\_. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Intercom – RBCC, São Paulo, v.39, n.1, p. 39-56, jan./abr. 2016.
- PAVLIK, V. John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.
- SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Maria del Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 5ª ed. Porto Alegre: Penso, 2013.