

**ESPECIAIS *TUDO SOBRE*, DA *FOLHA DE S. PAULO*:
AS GRANDES REPORTAGENS PRODUZIDAS PARA A WEB ¹**

Laura Latrônico Alvarenga ²

Resumo: A potencialização da internet reconfigurou a estrutura dos conteúdos na mídia. A grande reportagem aliada aos recursos multimídia consolidou um novo formato no jornalismo on-line. A *Folha de São Paulo*, um dos mais antigos e importantes jornais impressos e portais on-line do Brasil, é um dos pioneiros nos modelos de grandes reportagens digitais no país. Em 2013 lançou o primeiro especial da série *Tudo Sobre*, com recursos pensados exclusivamente para a versão digital, produto criado para ser visto, lido e ouvido. Após anos de estudos, temos as principais características do webjornalismo, em obra organizada por João Canavilhas, *Webjornalismo – 7 características que marcam a diferença*. A intenção deste artigo é analisar onde está presentes o grupo de características nos especiais *O golpe e a ditadura militar*, *Crime sem castigo* e *O Rio em transformação*, todos da série *Tudo Sobre*. Observou-se que o objeto de estudo atendeu a maior parte das características analisadas e apresentou um produto completo aos utilizadores. Além de apontar as características, a pesquisa procura trazer ainda contribuições para pensar em futuras produções no meio digital.

Palavras-chave: Reportagem multimídia. Jornalismo on-line. *Folha de S. Paulo*.

1. Introdução

No início da década de 1990, o webjornalismo era considerado uma extensão do jornalismo tradicional. Com a potencialização da internet e a facilidade de acesso às plataformas digitais, o número de consumidores de conteúdo na web aumentou. E, de forma gradativa, o jornalismo que antes republicava o mesmo formato dos rádios, dos jornais impressos e das emissoras de televisão obrigou-se a criar notícias e matérias com formatos específicos para a distribuição no meio digital.

A reportagem, gênero interpretativo no jornalismo, tem como característica a profundidade e intensidade em sua construção. As exigências do mercado atual tornam o papel do repórter mais complexo, por isso se faz necessário saber analisar, explicar,

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Jornalismo, da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, orientado pelo professor Alexandre Lenzi.

² Autora do artigo. E-mail: latronicolaura@gmail.com

interpretar e apresentar ao leitor o sentido real da notícia, acompanhado de contexto social e reconstrução histórica. Neste artigo analisamos o gênero jornalístico que tem como característica principal apresentar conteúdos ainda mais aprofundados, resultado de longas pesquisas e de muita apuração: a grande reportagem, que precisou conquistar espaço no mundo virtual instantâneo, pois quando se fala em internet se associa principalmente à produção de conteúdo rápido e prático. A proposta é estudar a prática da grande reportagem on-line como uma aposta de mercado editorial para algumas empresas.

O jornal *The New York Times*, em dezembro de 2012, lançou uma reportagem especial chamada *Snow Fall*, que significa nevasca em português, repleta de recursos multimídia, para reconstruir a tragédia de uma avalanche ocorrida em Washington, nos Estados Unidos, que matou três dos 16 atletas de *snowboard* que estavam nas montanhas Cascade, em fevereiro de 2012. Este trabalho é considerado um marco no webjornalismo, mundialmente conhecido não somente pelo formato, mas pela apuração, contextualização do acontecimento e por sua linguagem interativa, constituída por vídeos, áudios, animações e infográficos. O *The New York Times* foi o primeiro grande jornal norte-americano a apostar em uma complexa reportagem multimídia. “Recebeu aclamação mundial, em 2013 ganhou o prêmio Pulitzer e passou a ser considerada um modelo para a produção de reportagens multimídia” (CASTILHO, 2013). A rotina desse trabalho mobilizou uma equipe de 16 pessoas de diferentes departamentos para criar uma narrativa mais atraente e imersiva para o usuário. O investimento atípico da empresa resultou em um trabalho diferenciado e de sucesso.

As ferramentas disponíveis para a criação de conteúdos na internet são diversas. As narrativas multimídia inovaram a maneira de apresentar notícias e, com isso, outros veículos criaram reportagens especiais que abrangem um contexto maior dos fatos, usando a convergência de linguagens que o meio digital oferece e uma tendência na produção jornalística, o *longform*, conforme explica a pesquisadora Raquel Longhi (2014):

Fenômeno recente no webjornalismo, o jornalismo longform tem chamado a atenção por suas características, especialmente no que diz respeito ao tamanho do texto e sua profundidade, em contraponto às primeiras narrativas do jornalismo online, calcadas no texto enxuto e fragmentado. A tendência destaca-se em grandes jornais e prolifera em sites especialmente dedicados ao formato (LONGHI, 2014, p.1).

Longhi (2014) comenta ainda que “o texto longo se destaca não apenas pelo formato, mas também pela contextualização e aprofundamento”. E ressalta que o texto com tal característica exige uma leitura mais lenta e um leitor mais disposto a dedicar mais tempo para a mesma. Também pesquisando grandes reportagens multimídia, Alexandre Lenzi (2015) explica que apenas repetir o que é apresentado no texto não faz mais sentido. “O público precisa encontrar algo novo em cada peça que consome e, melhor ainda, se a cada passo dado a audiência for instigada a consumir a peça seguinte, até fechar o quebra-cabeça multimídia” (LENZI, 2015, p. 2).

Bons exemplos de iniciativas digitais já aparecem no mercado em um cenário mais recente, principalmente a partir dos anos 2000 e mais enfaticamente depois da década de 2010, em jornais brasileiros. A *Folha de São Paulo*, um dos mais antigos e importantes jornais impressos e portais on-line do Brasil, é um dos pioneiros nos modelos de grandes reportagens digitais no país. Em 2013 lançou a primeira grande reportagem da série *Tudo Sobre*, com recursos pensados exclusivamente para a versão digital, reportagem essa feita para ser lida, vista e ouvida em diferentes dispositivos. Atualmente a série conta com seis especiais e, neste artigo, serão estudadas três destas grandes reportagens, sendo elas: *O golpe e a ditadura militar*³, *Crime sem castigo*⁴ e *O Rio em transformação*⁵.

Publicada em março de 2014, *O golpe e a ditadura militar* relata os acontecimentos políticos históricos no Brasil no ano de 1964 e a instalação da ditadura militar até o ano de 1985. O especial apresenta em vídeos, além de breves comentários durante a narrativa, uma explicação sobre a deposição de João Goulart, o que levou o país ao governo militar, e reflexões sobre o presente, na visão de historiadores, políticos da época, jornalistas, sociólogos e também do ex-presidente da república Fernando Henrique Cardoso. Animações explicam de forma simplificada como ocorreu a tomada do poder, áudios e fotografias apresentam de maneira mais aprofundada os acontecimentos da época e os

³ Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2014/03/23/o-golpe-e-a-ditadura-militar/>>. Visitado em agosto de 2018.

⁴ Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/12/crime-sem-castigo/>>. Visitado em agosto de 2018.

⁵ Disponível em: <<https://arte.folha.uol.com.br/tudo-sobre/rio-em-transformacao/>>. Visitado em agosto de 2018.

gráficos e infográficos reforçam a gravidade das informações com os dados históricos. Uma aba no menu exibe como teria sido o país se o golpe de 1964 e os episódios da ditadura não tivessem acontecido, análise feita pelo repórter político Ricardo Mendonça. Finalizando a divisão dos conteúdos, um grupo de colunistas da *Folha* expõe ideias em artigos que norteiam a temática.

O especial *Crime sem castigo*, publicado em março de 2015, expõe os caminhos e os impactos do comércio ilícito no Brasil, da fronteira ao consumidor. Animações em vídeos, infográficos e gráficos apresentam informações básicas para que o usuário compreenda o contexto. Informações como a definição dos principais termos utilizados e quais são as fronteiras em que o comércio acontece estampam a primeira página. Qual o caminho detalhado que a mercadoria percorre, quais os principais produtos que entram no país, os valores apreendidos pela Receita Federal, perigos que os produtos ilegais apresentam ao consumidor e de que maneira refletem na economia do país, são informações oferecidas na reportagem. Duas importantes entrevistas finalizam o material, com Horacio Cartes, então presidente do Paraguai, e José Eduardo Cardozo, então ministro da Justiça no Brasil.

O Rio em transformação, especial publicado em agosto de 2015, descreve a maior transformação urbana que a cidade do Rio de Janeiro passou impulsionada pelos Jogos Olímpicos de 2016. A reportagem apresenta as principais obras, promessas de legados e problemas já visíveis decorrentes da brusca transformação. Chamado de “passeio”, o consumo do material é dividido por regiões, sendo Barra, Cidade de Deus, Alemão, Maré, Centro, Zona Sul e Corcovado. Cada uma das subpáginas oferece diversos elementos multimídia para utilização. Recurso presente de maneira significativa, os *games* mais do que divertir buscam desenvolver o aprendizado da temática abordada. Outra ferramenta bastante utilizada é a animação, que em formato de vídeo, leva o utilizador a conhecer diferentes trajetos transformados para o evento.

O objeto será analisado de acordo com a obra organizada pelo pesquisador João Canavilhas, *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*, que apresenta quais são as particularidades que diferem o webjornalismo dos formatos tradicionais, a fim de identificar se as reportagens possuem todas ou pelo menos parte das características estudadas. A proposta aborda os sete capítulos apresentados na obra: hipertextualidade,

multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade, sendo que cada um deles foi escrito por um pesquisador diferente.

A metodologia aplicada envolve pesquisa exploratória, com análise e descrição das reportagens previamente selecionadas, acompanhadas de revisão bibliográfica sobre o tema. Logo, o presente artigo busca identificar quais das sete características do webjornalismo, estão presentes no corpus da pesquisa. O trabalho é organizado em seções que abordam os diferentes conceitos teóricos de cada uma das características, a fim de compreender e identificar os melhores exemplos nas reportagens.

2. Sem barreiras de tempo e espaço

A internet tornou os canais de comunicação mais estreitos, reconfigurando a estrutura dos conteúdos na mídia e modificando a relação de emissão e recepção de mensagens. Desta forma, o público dispõe de mais autonomia e assume muitas vezes o papel de comunicador. Pierre Lévy (1999) assegura que, com a democratização da internet, qualquer indivíduo pode expressar a sua opinião para uma longa escala de público, atribuindo ao consumidor o papel de produtor. Assim, a produção de conteúdo deixa de ser exclusividade dos veículos de comunicação. Lévy ainda acrescenta que a cibercultura coloca o indivíduo em um universo oceânico de informações, fazendo-se necessário filtrar conteúdos e organizar as ideias, e aponta a internet não como um novo meio, mas como uma mudança no modelo comunicacional. A internet oferece alcance global, rompe barreiras de tempo e espaço e permite acumulação de conteúdo, como não se via antes.

Essa mudança reflete na organização do jornalismo convencional, determinando que as empresas jornalísticas se adequem ao ambiente digital. Surge então um novo segmento, o webjornalismo, que além do canal de disseminação de conteúdo, possui concepções próprias na internet. Para Canavilhas (2006, p.2), quando chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, a produção adquire uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura, visto que o espaço disponível num webjornal não é mais finito. Lenzi (2018, p. 29) afirma que “neste quesito, o espaço ilimitado é uma das características mais facilmente reconhecidas como qualidade da

plataforma on-line, desde que isso não represente redundância e/ou conteúdo prolixo”. A pesquisadora Raquel Longhi (2014) acredita que a quinta evolução do HTML (Hypertext Mark-up Language) usada para reestruturar e apresentar conteúdo na web, trouxe novas possibilidades para a convergência de conteúdos multimídia, o que causa maior impacto na navegação, pelo design e narrativa.

Ainda que não existam regras quanto ao formato “mais apropriado” no jornalismo que se pratica na *web*, os experimentos em curso sugerem possíveis características marcantes, estas, apresentadas na obra *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Organizada pelo pesquisador João Canavilhas (2014), cada capítulo é escrito por um autor, sendo, hipertextualidade (João Canavilhas), multimídia (Ramón Salaverría), interatividade (Alejandro Rost), memória (Marcos Palácios), instantaneidade (Paul Bradshaw), personalização (Mirko Lorenz) e ubiquidade (John V. Pavlik). Estes conceitos serão previamente apresentados a seguir e servirão de base para as análises das reportagens especiais da *Folha de S. Paulo*.

2.1 Hipertextualidade

Na história, o texto é considerado a primeira forma de fazer jornalismo. É a ferramenta mais simples e flexível para ser utilizada no *on-line*. No que diz respeito às questões técnicas, o texto sempre foi a melhor opção por se tratar de uma ferramenta menos exigente em termos de velocidade de acesso (CANAVILHAS, 2014, p. 3). Além disso, a falta de investimento e equipamentos nas empresas jornalísticas dificulta a produção de reportagens com maior inovação e recursos multimídia, fazendo do texto peça fundamental no *webjornalismo*. Segundo Pierre Lévy (1999, p. 151), “o texto dobra-se, redobra-se, divide-se e volta a colar-se pelas pontas e fragmentos; transmuta-se em hipertexto, e os hipertextos conectam-se para formar o plano hipertextual indefinidamente aberto e móvel da Web”.

Quando a principal característica da reportagem é o texto e este apresenta-se no formato *longform*, já mencionado, torna-se indicada a utilização de um índice, para que o usuário não se perca com a quantidade de conteúdo. Cada capítulo deve ser finalizado com

um gancho, incentivando o leitor a consumir o próximo bloco. A possibilidade de acessar as diferentes informações por meio do índice/menu traduz a dinâmica do webjornalismo.

Para Kimieck (2005), não são todas as histórias que podem render uma grande produção multimídia. Os assuntos das reportagens em análise são de interesse público e a contextualização dos fatos favorecem um olhar mais atento e informado do leitor para o tema. Duas das reportagens foram lançadas em momentos importantes para o país. *O golpe e a ditadura militar*, no período de eleições presidenciais em 2014, e o *Rio em transformação*, meses antes de o Brasil sediar os Jogos Olímpicos em 2016, fazendo do conteúdo atual, de relevância social e com grande potencial ilustrativo.

As três reportagens da série *Tudo Sobre* são divididas em capítulos, separados em páginas diferentes. O utilizador consome o conteúdo de acordo com o seu interesse e pode escolher pelo menu, onde todas as opções são apresentadas, ir direto à informação que deseja acessar. Mesmo que em páginas distintas, o fato de fazerem parte de uma série, não faz dos capítulos reportagens independentes.

O especial *O golpe e a ditadura militar* é composto por sete capítulos, que contextualizam a reportagem, apresentam os interesses políticos do Brasil no ano de 1964, explicam detalhadamente o golpe, o sistema de governo que se instalou após a saída de João Goulart, o esgotamento do regime militar, as consequências do período e uma análise de como seria a história do Brasil se esses episódios não tivessem acontecido. A hipertextualidade é um dos conceitos que mais diferencia o texto do jornalismo impresso do on-line, isto porque, a partir do texto, o leitor pode clicar em outros links e seguir uma rota personalizada de conteúdos.

Como já vimos, o hipertexto tem a capacidade de ligar textos digitais entre si, e dessa forma é considerado por Ramón Salaverría (2014, p. 5) um fio condutor na reportagem. Esse aspecto é encontrado em *O Rio em transformação* (Imagem1).

O especial, também organizado em capítulos, é dividido por bairros da cidade, que evidenciam as mudanças realizadas para receber as Olimpíadas e utilizam o hipertexto como guia na produção. No índice, ao escolher por qual bairro o utilizador deseja navegar, ainda é possível personalizar mais o conteúdo, optando em outra sessão, por qual ferramenta será o consumo do material. Os ícones apresentados são infográfico, vídeo,

fotos, texto e, a partir deles, além do processo de hipertextualidade, podemos observar a interatividade, permitindo que o usuário escolha quando e qual conteúdo deseja consumir.

Imagem 1



Fonte: captura de tela feita pela autora

Dos três objetos de estudo, *O Rio em transformação* é o que possui menor quantidade de texto e assim, maior característica de ligação, apresentando na maioria das vezes uma introdução do que será visto na página. Sem que o conteúdo se torne prolixo, as ferramentas multimídia utilizadas expõem o material.

Alguns autores defendem, que ao mesmo tempo em que o hipertexto favorece a organização, é um risco: “tal dispersão pode gerar indisposição e abandono da leitura pelo hiperleitor como mostram as pesquisas” (MARCUSHI e XAVIER, 2004, p.173). Com isso, deve-se considerar que os especiais da série *Tudo Sobre* são grandes reportagens que oferecem detalhamento e contextualização visual, temática e histórica dos fatos. Sendo assim, é produzida não apenas para entretenimento, mas com caráter informativo.

Cada capítulo é interligado para que o usuário deseje consumir o capítulo seguinte. É também neste formato que se encaixa *Crime sem castigo*. Dividida em sete capítulos a reportagem em sua introdução chama atenção para os dados do contrabando no Brasil e, logo após, convida o usuário ao contexto histórico, utilizando recursos multimídia para situar as informações. Os capítulos estão divididos em a entrada, apontando de que forma as mercadorias ilegais chegam ao país; a distribuição, evidenciando o caminho que todos os produtos percorrem até que chegue às mãos do consumidor; o impacto, onde é

apresentado os riscos que tanto a população corre ao utilizar produtos quanto a economia do país sofre; o combate, expondo quais são as medidas tomadas para impedir que esse comércio aconteça; e nos últimos dois capítulos, entrevistas com Horacio Cartes, então presidente do Paraguai, e José Eduardo Cardozo, então ministro da Justiça no Brasil.

A hipertextualidade oferece flexibilidade tanto para o leitor quanto para o produtor, o que favorece a liberdade narrativa. O fato dos temas serem atuais e não factuais, permitem um aprofundamento do que já foi divulgado. Essencial para contextualização do material, o hipertexto é uma das principais características dos objetos de análise.

2.2 Multimídia

No dicionário Real Academia Espanhola (ERA) o adjetivo “multimídia” designa aquilo “que utiliza conjunta e simultaneamente diversos meios, como imagens, sons e texto, na transmissão de informação”. Já o autor Ramón Salaverría (2014, p. 27) vai além, apresentando três acepções como principais na definição do conceito de multimídia: 1) como multiplataforma, onde os meios coordenam suas estratégias para conseguir um melhor resultado conjunto; 2) como polivalência, quando o profissional é nomeado multimídia e produz conteúdo para várias mídias, sem especialização ou quando realiza várias funções dentro da mesma redação; e por fim, faz a mesma análise do dicionário espanhol, 3) como combinação de linguagens, utilizando conjunta as formas básicas de informação. Isto é, texto, som e imagem fixa e animada, no mesmo ambiente e de forma justaposta ou integrada. Contudo, a definição pode ser mais simplificada, classificando multimídia como a combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem.

[...] Não tem qualquer sentido realizar nenhuma enumeração fechada de elementos porque para nos encontrarmos perante uma mensagem multimídia basta que coincidam dois desses elementos, independente de quais forem. Por outro lado, tudo indica que num futuro próximo os elementos atuais se vejam enriquecidos por outros (SALAVERRÍA, 2014, p 30).

A reportagem jornalística na internet utiliza dessa característica, complementando o documento em texto com fontes, imagens ilustrativas do que é narrado, elementos sonoros

e audiovisuais, com links para outros conteúdos que aprofundam a informação. Com o foco nas produções para o webjornalismo, Salaverría (2014) aponta que existem atualmente oito elementos que classificam uma mensagem multimídia. 1) O texto, usado para contextualização, informando o utilizador sobre os aspectos essenciais da história e é considerado a coluna vertebral e tronco de árvore que sustenta as peças multimídia informativa. 2) A fotografia, elemento relevante na internet, que tem a capacidade de ilustrar os fatos citados no texto, e com isso, leva credibilidade ao leitor, porque é possível comprovar que o dito na reportagem realmente aconteceu. A imagem está cada vez mais conectada com a escrita, e ambas convivem com o design gráfico. As fotografias humanizam a reportagem acompanhadas de legendas para explicar o contexto histórico. 3) Os gráficos (incluindo iconografias e ilustrações estáticas), que ilustram as matérias, e são capazes de tornar a informação interessante, atrativa e ajudam o leitor a se orientar em meio ao grande conteúdo. 4) O vídeo, visto como elemento protagonista nas reportagens digitais do mercado. Diferente da televisão, onde o vídeo é tido de forma longa, no digital é relativamente curto e mais ativo. 5) A animação digital, que envolve imagens e ilustrações onde se acrescentam efeitos em movimento. 6) O discurso oral, que, para o autor Salaverría (2014), permite intensificar a emoção dos fatos narrados. 7) A música e os efeitos sonoros, que acentuam a intensidade emocional e acrescentam veracidade àquilo que se mostra através das imagens. 8) E a vibração, elemento relativamente novo, raramente interpretado como ferramenta narrativa, mas que faz indiscutivelmente parte da transmissão informativa. Exemplo disso podemos citar como a vibração informa quando recebemos alguma mensagem ou ligação pelo celular. Salaverría (2014, p. 38), ao definir o conceito, comenta que em um futuro próximo os criadores de conteúdos multimídia podem descobrir as suas grandes possibilidades narrativas e assim estarão mais próximos de informar para os cinco sentidos.

Dos oito elementos, seis estão presentes em *O golpe e a ditadura militar* e em *Crime sem castigo*, sendo, texto, fotografia, gráficos e infográficos, vídeo, animação e discurso oral. Na reportagem *O Rio em transformação*, além dos seis elementos citados acima, também presentes, é possível identificar na sessão *Zona Sul*, uma página com uma trilha sonora do Rio, contendo 50 músicas que falam sobre a cidade. Ainda nessa sessão, são utilizados mais dois elementos multimídia, o texto, que contextualiza o uso das músicas, e

fotografias, que apresentam características do local. O único recurso que não fez parte de nenhum dos especiais, foi a vibração, que mesmo sendo um elemento técnico comum na atualidade, não foi identificado nas reportagens.

Ainda de acordo com Salaverría (2014, p. 40), para que a reportagem se torne interessante e prenda a atenção do utilizador, existem alguns critérios para que os elementos estejam interligados de forma harmônica, evitando a competição entre eles e oferecendo um resultado positivo e coordenado, a) a compatibilidade e combinação entre os elementos, b) a complementaridade e ausência de redundância onde as informações e elementos, devem enriquecer a reportagem, c) a hierarquização, que atribui protagonismo a um elemento, quando mostra melhor que os outros a essência da informação que é desejado transmitir, d) a ponderação, palavra que atribui o significado de bom senso e equilíbrio relacionando a quantidade e apresentação do conteúdo, e por fim e) a adaptação, ligado ao visual da reportagem utilizando de tipografias próprias, paleta de cores, fotografias padronizadas, o que resulta uma recepção mais eficiente por parte dos usuários.

É possível observar que os recursos multimídia utilizados nas três reportagens possuem unidade comunicativa. O uso de diferentes plataformas fazendo parte de um mesmo produto, complementam as informações como em um quebra-cabeça. A compatibilidade e complementaridade são um dos pontos mais importantes a serem analisados, quanto à organização da reportagem, visto que, é praticamente impossível prestar atenção em um discurso oral enquanto se lê um texto escrito de assuntos completamente diferentes, por exemplo (SALAVERRÍA, 2014, p.41). Em *O golpe e a ditadura militar*, nota-se a forte presença de complementaridade no uso das ferramentas multimídia (Imagem 2).

Além disso, as informações e elementos, devem se complementar e enriquecer a reportagem. Um texto pode conter siglas, que nem todos os utilizadores conhecem o significado. Dessa forma, os gráficos e iconografias podem explicar, sem que a informação tome mais espaço no texto (Imagem 2).

Imagem 2

FOLHA DE S.PAULO

TUDO SOBRE A DITADURA MILITAR

MENU

A esquerda pressionava o governo a promover mudanças em várias áreas, mas as reformas que ela reivindicava dependiam de alterações na Constituição e por isso era impossível fazer qualquer coisa sem conquistar o apoio do Congresso, onde quem tinha a maioria eram os conservadores abrigados no PSD e na UDN.

A bandeira que a esquerda agitava com mais energia era a da reforma agrária. Ela considerava o atraso no campo um entrave ao progresso do país e apontava a concentração da propriedade da terra como principal distorção a corrigir. A Constituição só permitia desapropriações se o governo pagasse aos proprietários em dinheiro e isso inviabilizava qualquer programa de distribuição de terras. A esquerda queria que as desapropriações fossem pagas com títulos públicos, mas a ideia deixava os fazendeiros inseguros e por isso não avançava no Congresso.

Dezenas de propostas de reforma agrária foram discutidas no Legislativo durante o governo Goulart, mas nenhuma vingou. Sem força para convencer o Congresso a aprovar mudanças, Jango tentou obter autorização para fazer as reformas por decreto.

AS REFORMAS DE BASE
Durante o governo João Goulart, a esquerda pressionava o presidente a promover um conjunto de reformas que assustaram a direita.

REFORMA AGRÁRIA
REFORMA URBANA
REFORMA ELEITORAL
CAPITAL ESTRANGEIRO

O QUE É
Era a principal bandeira da esquerda, que via no atraso do campo o maior entrave ao desenvolvimento econômico do país e defendia a desapropriação de terras improdutivas para assentamento de pequenos proprietários.

O QUE GOULART FEZ
A maioria conservadora no Congresso barrou tentativas de mudança na Constituição, que inviabilizava as desapropriações ao exigir que fossem pagas em dinheiro. No início de 13 de março, Goulart assinou um decreto que autorizava a desapropriação de terras nas margens de rodovias e ferrovias.

PELA REFORMA AGRÁRIA
Veja como o governo tratou do tema num editorial em 1963.

Ativar o Windows
Acesse Configurações para ativar o Windows.

Fonte: captura de tela feita pela autora

A análise de hierarquização dos elementos multimídia pode ser feita a partir de dois exemplos de recursos bem utilizados. *O Rio em transformação*, com objetivo de expor a mudança que a cidade sofreu na preparação para os Jogos Olímpicos, utilizou os vídeos e animações, percorrendo os caminhos que mais se transformaram. Outros recursos poderiam não cumprir o papel tão bem quanto os escolhidos. Já em *O Golpe e a Ditadura*, a resposta para a pergunta “*Por que Jango foi deposto em 1964?*” é um exemplo de escolha para transmitir opiniões, pois foi construída com trechos em vídeos de explicações dadas por personagens da época, sociólogos, jornalistas e historiadores.

A ponderação descrita por Salaverría como bom senso e equilíbrio está ligada à quantidade de conteúdos. Diferente dos outros veículos, a internet não possui um limite de informações. Porém, não é porque o espaço é ilimitado que os utilizadores estão dispostos a ler toda informação (SALAVERRÍA, 2014, p.44). No caso do gênero de grande reportagem, os conteúdos são extensos e, assim, necessitam de maior espaço. Com isso uma maneira conveniente para distribuição dos elementos são os menus, que dividem o objeto para que o navegador tenha mais facilidade e escolha o que deseja consumir.

Relacionado ao visual da reportagem pode ser analisado o conceito de adaptação. O uso de tipografias próprias, paleta de cores, fotografias padronizadas, quando aplicado

“facilita o consumo das peças informativas por parte dos internautas, já que habitua a uma navegação estandarizada (SALAVERRÍA, 2014, p.44). Nos objetos de estudo, há um padrão em relação às fotografias e vídeos (todos em preto e branco), tipografia e paleta de cores em infográficos, gráficos e ilustrações. Em *Crime sem castigo*, predominam as cores laranja, branco e preto; *Golpe e a ditadura*, vermelho, preto e branco; *O Rio em transformação*, azul, branco, amarelo e preto.

Como visto, a característica multimídia é muito explorada nas produções, reunindo no meio on-line diversas formas de apresentação de informação, organizadas de maneira que o utilizador se interesse e compreenda o conteúdo.

2.3 Interatividade

A participação do público no webjornalismo causou um impacto na mídia tradicional e provocou transformações nos meios de comunicação. A interatividade, para Alejandro Rost (2014, p. 53), é uma das características essenciais da web e muitas vezes vista como um dos pilares nesse meio. Para Lévy (1999, p.81), o termo “interatividade” em geral refere-se à participação ativa do utilizador no processo de informação. O autor observa que “um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo. Mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente do seu vizinho” (LÉVY, 1999, p.81). As grandes reportagens analisadas permitem ao utilizador uma leitura imersiva e verticalizada. Torna-se um conteúdo interativo, à medida que possibilita a escolha da navegação através das sessões e recursos presentes na narrativa. Ao integrar em uma só reportagem vários elementos multimídia que “conversam” entre si, oferece a possibilidade do utilizador optar por qual caminho consumir o conteúdo.

Ainda que a comunicação no ambiente on-line, em certo sentido, seja mais interativa que em outros meios, não é possível excluir essa característica das outras mídias, mas sim, identificar seus diferentes tipos. Rost (2014, p. 55) entende a “interatividade como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos

utilizadores tanto na seleção de conteúdos (“interatividade seletiva”) como em possibilidades de expressão e comunicação (“interatividade comunicativa”).

Com isso, classifica-se a interatividade seletiva quanto à possibilidade de controle que o utilizador tem sobre o processo de recepção de conteúdo, quando cada leitor consome as informações no ritmo e sequência da sua leitura, indo direto às páginas que mais interessam em um jornal diário, por exemplo; e a interatividade comunicativa representa, segundo o autor, "as possibilidades de comunicação e expressão que o utilizador tem entre os conteúdos do meio. Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de forma ou de outra, entabular uma relação com outros” (ROST, 2014, p. 58). Neste caso, o utilizador pode, inclusive, fornecer conteúdo.

Ao analisar a interatividade seletiva nos objetos de estudo, foi possível atrelar a outro conceito já abordado, o da hipertextualidade. Quando o usuário escolhe, entre a malha hipertextual, aqueles links que ele deseja e que lhe darão a continuidade da informação, conclui-se que a interatividade é um elemento constitutivo do hipertexto. A simples ação de navegar pelo jornal on-line é por si só uma atividade interativa. É claro que, dependendo do hipertexto, esta situação será mais ou menos complexa (MIELNICZUK, 2000, p. 5). Mas, além disso, alguns elementos multimídia também representam a interatividade seletiva, entre eles os infográficos e animações, fortemente representados em *O Rio em transformação*.

O objetivo de proporcionar interatividade com os jogos é contextualizar o utilizador da história e de como era a cidade antes das mudanças para o evento, informar sobre quais os investimentos para tal transformação, o que foi feito com as construções após os jogos e proporcionar mais conhecimento da cidade. Um dos games permite que o usuário sobrevoasse pelo Rio para conhecer as paisagens mais belas (Imagem 3). Em *O crime sem castigo* é possível que o usuário navegue pelos infográficos de maneira interativa, onde ele deve selecionar opções para que apareçam novos conteúdos, o incentivando assim a conhecer mais sobre os caminhos que percorrem os produtos ilegais no Brasil.

Além disso, propõe um teste com o usuário para que seja identificado quais são as fronteiras apontadas no mapa (Imagem 4). São sete fronteiras e a cada erro ou acerto são apresentadas as principais informações do local (país, cidade que faz fronteira, população).

Com características próximas, *O Golpe e a Ditadura* disponibiliza ao usuário, um infográfico que apresenta os dados (sexo, idade, ano e organização) dos desaparecidos no período da ditadura (Imagem 5).

Imagem 3



Fonte: captura de tela feita pela autora

Imagem 4



Fonte: captura de tela feita pela autora

Não foi identificado nos objetos de estudo, a interatividade comunicativa, caracterizada pela aba de comentários, impossibilitando o leitor de dialogar com o veículo pelo jornal on-line e ajudar na produção de conteúdo. Observando questões assim, autores

como Bardoel e Deuze (2000) concluem que a notícia on-line possui a capacidade de fazer com que o usuário sinta-se parte do processo jornalístico. Mas Rost afirma:

Ainda assim, persistem as dúvidas e as queixas sobre a qualidade dos conteúdos com que os utilizadores contribuem nos sites noticiosos. A interatividade requer gerir-la e os media - que ainda não encontraram o seu modelo de negócio no ambiente digital - não investiram os recursos suficientes para fazê-lo (ROST, 2014, p. 77).

A participação do público no meio online é uma tendência no mercado e permite maior visibilidade aos utilizadores nos sites. A possibilidade de tornar público não é mais uma prioridade presente somente nos meios de comunicação, mas permite a outras plataformas a criação de conteúdo, como por exemplo o blog.

2.4 Memória

Como já vimos, a internet marcou grandes transformações no jornalismo. A superação dos limites de tempo-espaço proporcionou avanços em relação às noções tradicionais de atualidade e de temporalidade jornalística. A periodicidade como característica do jornalismo moderno se transformou em rotinas temporais de produção e circulação dos conteúdos na internet. Além da instantaneidade, temos também neste contexto a memória.

O espaço ilimitado para disponibilização de material proporciona uma construção teórica e social mais completa dos temas. Como afirma Pavlik (2005), é possível enriquecer o material com informações já publicadas, oferecendo mais dados para facilitar a compreensão do fato, seus antecedentes e consequências, de forma a gerar uma melhor visão da realidade. “As notícias ganharam uma sobrevida, teoricamente infinita, porque podem ser acessadas novamente de forma quase instantânea graças aos mecanismos de busca, permitindo a recombinação com informações novas” (CASTILHO, 2005, p. 240).

Ao falar em memória, envolvemos o tempo e o armazenamento de informações. A memória reconstitui o passado, de maneira individual ou coletiva, e é um recurso fundamental para a compreensão da identidade e história. Assim, a recordação é um processo vivo que adquirimos com o passar do tempo. Segundo Pierre Nora (1993), não há

memória espontânea, mas sim, a externalização dela, que se faz necessário criar arquivos, [...] manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, produzir atas, porque essas operações não são naturais.

Com isso, o jornalismo, segundo Marcos Palácios, “é a memória em ato, memória enraizada no concreto, no espaço, na imagem, no objeto, atualidade singularizada, presente vivido e transformado em notícia que amanhã será passado relatado”. Um dos fatores que facilita a produção de memória é a grande quantidade de recursos multimídia.

A possibilidade de dispor de espaço ilimitado para a apresentação de material noticioso é a maior ruptura resultante do advento da Web como suporte midiático para o jornalismo (Palacios, 2003, p. 24), tendo como efeito, juntamente com a facilidade de produção de conteúdos através de tecnologia digital amigável, a multiplicação dos espaços para a memória em rede, fazendo de cada usuário um produtor potencial de memória e testemunhos (CANAVILHAS, 2004).

Lévy (1999, p.159) observa que o ciberespaço amplifica, exterioriza e modifica funções cognitivas humanas como o raciocínio, a memória e a imaginação, favorecendo novas formas de acesso à informação, novos estilos de raciocínio e de conhecimento.

As consequências desses feitos de multiplicação de informação quando falamos de memórias são: extensas bases de dados, novos modelos de negócios e externalização em elementos multimídia, as quais levam à “produção de contexto e adição de profundidade para o produto jornalístico - podendo ser considerada uma das variáveis a ser observada e mensurada quando está em causa a avaliação de qualidade dos jornais digitais” (PALACIOS, 2014, p.104), além de ajudar o utilizador a compreender melhor a história.

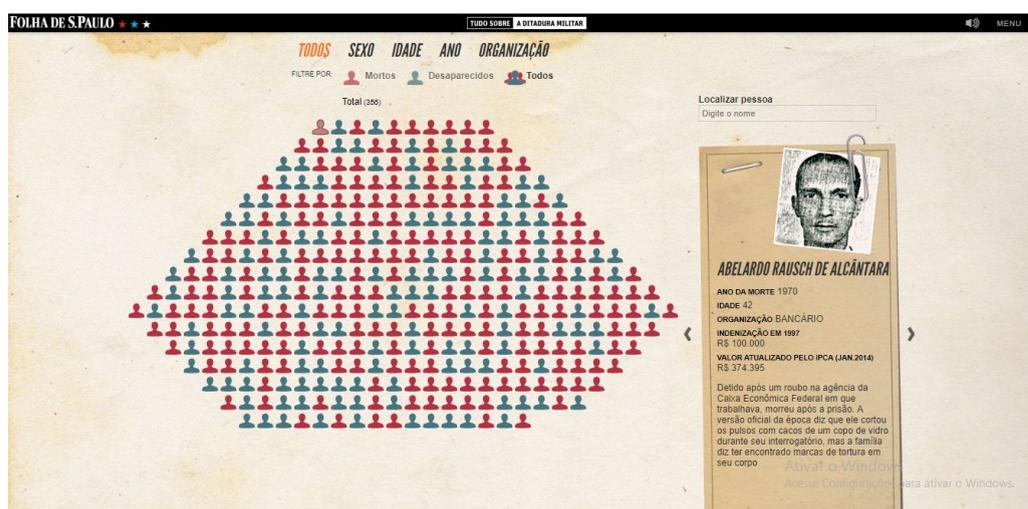
Segundo Ivo Dantas (2016, p.12), a memória ainda pode ser classificada como múltipla e cumulativa. Múltipla tanto pela infinita diversidade de formatos utilizados na produção do conteúdo noticioso, quanto pelo usuário na hora da leitura, e cumulativa, pois conta com todas as publicações realizadas durante toda a história da internet. Para o pesquisador, publicar algo na internet significa guardar a informação para a história e disponibilizar para recuperação imediata. Ao contrário do rádio, televisão e jornal, a vida útil no webjornalismo é praticamente infinita, ainda mais observando, novamente, a possibilidade de atualizar o conteúdo (DANTAS, 2016, p.13).

Como já mencionado, a tendência *longform*, presente nos três especiais da *Folha* analisados, também proporciona uma contextualização maior dos temas, e desperta no utilizador a memória. Em todas as reportagens foram encontrados infográficos que com uma grande quantidade de dados e informações, apresentam a história do fato.

Mas, de forma mais marcante, em *O golpe e a ditadura militar*, o infográfico apresentado abaixo, expõe além da história, um apelo emocional ao ocorrido, e utiliza também da característica interatividade durante a navegação. É possível filtrar as buscas pelas seguintes classificações de pessoas: sexo (homens e mulheres), idade (dos 15 aos 72 anos), ano (de 1964 a 1985) e organização (PCdoB, ALN, VPR, PCB, Molipo, PCBR, VAR - Palmares, MR-8 E OUTRO), ao selecionar cada uma dessas opções, os ícones são divididos em grupos. Cada ícone de pessoa, ainda adquire outra classificação, de mortos (cor vermelha), desaparecidos (cor azul) ou todos.

Ao selecionar um ícone aparece ao lado direito da tela todas as informações que o indivíduo possui, sendo, nome, ano da morte ou desaparecimento, organização, indenização no ano em que morreu/desapareceu, valor atualizado em 2014 e uma breve descrição da história. Essas informações foram reconhecidas pelo governo federal (entre os anos de 1995 e 2013), que se responsabilizou pela morte de 2016 pessoas e pelo desaparecimento de 140 durante a ditadura, conforme dados da própria reportagem.

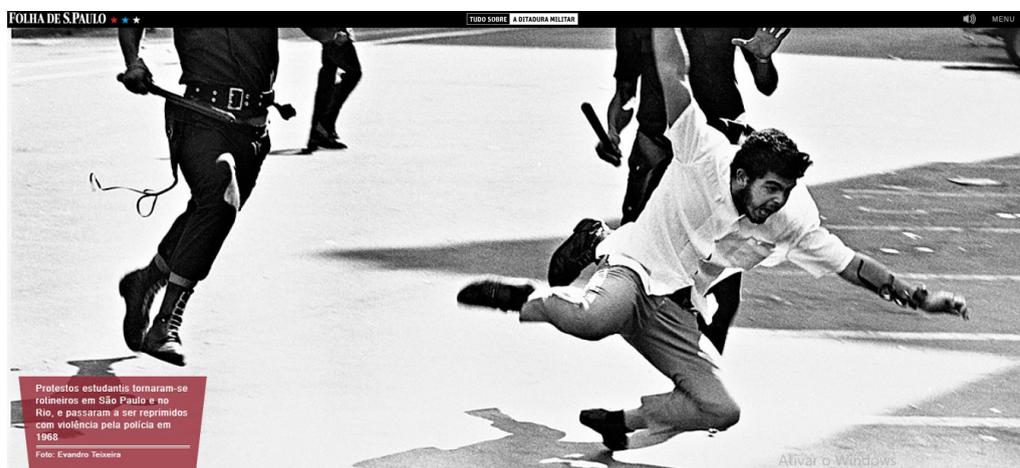
Imagem 5



Fonte: captura de tela feita pela autora

Elemento importante para a construção de recordação é a fotografia, que funciona como memória social, registra lugares, momentos e pessoas que não existirão mais da mesma forma. A fotografia funciona como uma espécie de passado vivido no presente, onde a cena é congelada. “Estamos constantemente nos valendo de imagens instantâneas da nossa vida, registradas em papel fotográfico, para retornar o processo de lembrar e assim construir a nossa versão sobre os acontecimentos já vividos” (SAMAIN, 1998, p. 22). Todos os especiais contam com as fotografias para apresentar o conteúdo visualmente, mas, também em *O golpe e a ditadura militar* as fotografias têm um apelo emocional (Imagem 6, por exemplo), pelo peso que o tema carrega.

Imagem 6



Fonte: captura de tela feita pela autora

A memória também é condição de produção em peças narrativas de caráter comemorativo, de maneira frequente e natural, faz parte da produção de relatos atualizados. À medida que as bases de dados se transformaram na construção de blocos jornalísticos, a memória se tornou uma questão de algoritmos e buscas automatizadas (PALÁCIOS, 2014, p. 93). Exemplo vivo, temos *O golpe e a ditadura*, fato ocorrido há mais de 50 anos, mas que ainda é tema para reportagem e especiais atuais.

2.5 Instantaneidade

A instantaneidade é uma das principais características do jornalismo on-line. Não presente somente na internet, visto que está também nas mídias tradicionais (ao vivo no rádio e televisão). Destaca-se pela propagação de temas que embora não duradouros, chamam a atenção do público. Segundo Paul Bradshaw (2014, p.111), a velocidade sempre foi algo intrínseco ao jornalismo o que quer dizer ser o primeiro a contar o fato ocorrido à audiência.

Sylvia Moretzsohn (2002, p.12-13) apresenta o jornalismo em tempo real como “valor notícia”, problematizando o cenário onde mais importante que dizer a verdade, é chegar na frente do concorrente. Essa observação levanta ainda uma outra questão, a verificação das notícias, que, para Paul Bradshaw (2014, p.124), é a etapa mais importante da instantaneidade num ambiente em rede. Com isso, na internet onde todos publicam no mesmo espaço e ao mesmo tempo, se fez necessário explorar novos limites.

A organização dos conteúdos jornalísticos na internet inseriu novos conceitos à rotina das redações. A grande reportagem mesmo não considerada uma inovação, pois já existia nos veículos tradicionais, adquiriu espaço com o passar dos anos e reorganizou as equipes de profissionais jornalistas, para levar ao público um conteúdo diferente das manchetes diárias. Porém, esse novo formato de apresentar notícias exige mais tempo e uma equipe multidisciplinar preparada para fazê-la, habitualmente são repórteres, programadores, editores de vídeo, designers e infografistas que as compõem.

As grandes reportagens jornalísticas exigem o sucesso de um trabalho em equipe, para que o levantamento de dados, informações e a produção do conteúdo multimídia, seja de qualidade. Este é o caso dos presentes objetos de estudo. O especial *O golpe e a ditadura militar* contou com 30 profissionais para a produção de toda a reportagem, em *Crime sem castigo* foram 31 profissionais e em *O Rio em transformação* exigiu 37 profissionais, segundo consta nos expedientes das reportagens. Para Paul (2017, p.133), a velocidade desempenha um papel importante na propagação de conteúdo, mas precisa ser complementada com a profundidade no tempo correto com o objetivo certo.

Paul (2014, p. 112) ainda acrescenta que além da instantaneidade em publicar, deve-se analisar também o consumo e a distribuição. Quando se fala em consumo instantâneo, uma das análises é quanto aos picos de audiência, fazendo com que os veículos adequem suas publicações aos horários que seu público costuma consumir. Já a instantaneidade de distribuição é um fator de composição. Diferente das outras mídias, em que o consumo depende dos telespectadores/ouvintes estarem com os aparelhos ligados, na internet o conteúdo está sempre disponível. Nos especiais multimídia analisados, não foi encontrado o conceito de consumo instantâneo. Como as reportagens não são factuais, não são atualizadas para que o consumo seja nos horários de picos de audiência. Sendo assim, se aplica somente o conceito de instantaneidade de distribuição, pois o conteúdo está disponível no jornal on-line da *Folha*, mesmo que em um número limitado de acesso, pois o conteúdo é pago.

Com a instantaneidade, também foi possível desenvolver o recurso *blog* ao vivo, presente nos portais jornalísticos. Essa ferramenta permite ao jornal atualizações em tempo real, e uma significativa e instantânea interação do usuário. Porém, mesmo com suas qualidades de interação e instantaneidade, o *blog* ao vivo não foi encontrado nos objetos de estudo. A *Folha de São Paulo* utiliza desse recurso, é importante destacar, em sua página inicial, com uma faixa nomeada “tempo real”.

Desta forma, é reconhecido aqui que a instantaneidade é uma característica mais vinculada ao noticiário factual e não às grandes reportagens. Os especiais da seção *Tudo Sobre* buscam ganchos temporais (o aniversário de 50 anos do golpe militar e a proximidade dos jogos olímpicos, por exemplo), mas a cobertura em tempo real não é a prioridade.

Vale observar, ainda, no caso da reportagem *Crime sem castigo*, que aborda o contrabando no Brasil, após a publicação do especial foi realizado um evento promovido pela *Folha* e instituições parceiras. Este sim teve cobertura em tempo real, no formato tradicional do noticiário factual da web, sendo abastecido pela equipe de profissionais do jornal, não necessariamente os mesmos que participaram da produção do especial *Tudo Sobre* que abordou o tema. Durante o citado evento, o veículo on-line manteve uma página atualizada com conteúdo exclusivamente sobre o contrabando no Brasil, material que continua disponível para leitura.

2.6 Personalização

O público, agora cada vez mais conectado e exigente, busca conteúdos que atendam suas necessidades e desejos. Atualmente, no Brasil, 80% da população usa seus aparelhos celulares para saber mais sobre algum produto ou serviço que querem adquirir, segundo pesquisas recentes do Google ⁶. Com a facilidade de publicação de informações, segundo Mirko Lorenz (2014, p.137), não importa mais como será o sistema de distribuição, mas sim como ser relevante, mantendo a ética jornalística e encontrar uma forma de refinar as ofertas. Segundo o Dicionário Collins ⁷, personalização significa “fazer (algo) de acordo com as necessidades individuais dos clientes”. Essa definição, como característica do jornalismo on-line, no geral, tenta encurtar o tempo que um utilizador precisa para encontrar o seu conteúdo, reunindo, classificando e filtrando a informação já disponível.

Lorenz (2014, p. 142) analisa a personalização em 6 graus, sendo 1) resposta, com a possibilidade das páginas se adaptarem a diferentes tamanhos de telas; 2) alterar com base na hora do dia, adaptando o conteúdo ao tempo e às necessidades do utilizador; 3) interação significativa, apresentando o conteúdo de novas formas, onde o utilizador pode deixar comentários, por exemplo; 4) ajuda na decisão, contextualizando e explicando ao usuário as opções e alternativas sobre determinado assunto para que assim ele tome uma decisão; 5) calibração e algoritmos, estar disponível para perceber quando, e como, a informação pode recalibrar os modelos, visto que ela se altera a todo momento; 6) adaptável para mudar, a possibilidade que as aplicações têm de reconfigurar, realinhar e reavaliar fatores que influenciam as mudanças.

Ao observar os objetos de estudo, foi possível concluir que dos seis graus de personalização, pelo menos dois aparecem de forma evidente nas reportagens. É possível acessar os especiais em diferentes formatos de telas. Eles se adaptam e não perdem suas

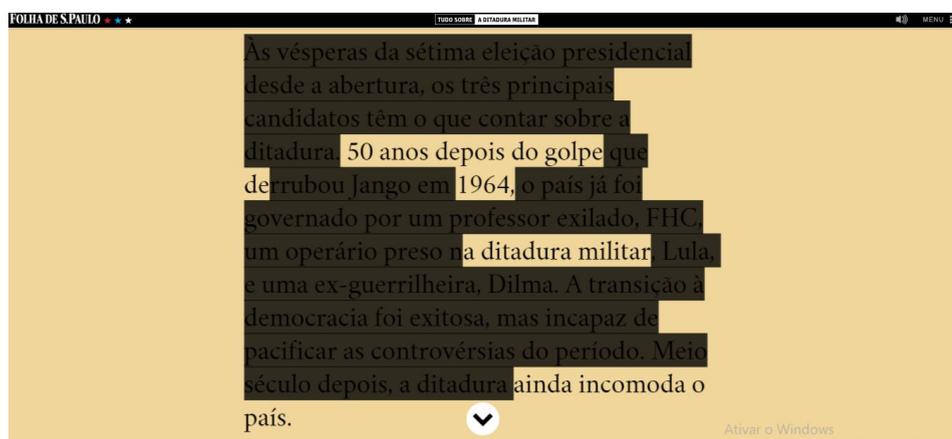
⁶ Think with Google. Disponível em:

<<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/marketing-resources/micro-momentos/how-micromoments-are-changing-rules/>>. Visitado em outubro de 2018.

⁷ Disponível em: <<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/costumize>>. Visitado em outubro de 2018.

configurações, seja no computador, tablet ou smartphone (ou seja, atendem claramente ao grau um). A ajuda na decisão (grau 4) também se apresenta. Logo no início do especial *O golpe e a ditadura militar*, é utilizado uma introdução referente aos candidatos (e suas referências históricas sobre o tema) às eleições presidenciais em 2014 (Imagem 7), e durante a reportagem discorrem sobre o papel de cada um no período da ditadura, o que auxilia o usuário a formar uma opinião sobre o tema.

Imagem 7



Fonte: captura de tela feita pela autora

Na reportagem especial *O Rio em transformação*, também há forte presença na ajuda de decisão, buscando contribuir para uma reflexão sobre as reais vantagens em o país sediar os jogos olímpicos. Na subpágina Corcovado, possui um vídeo do ator e comediante Gregório Duvivier, representando um ministério sugerido por Chico Buarque, explicando de maneira irônica os problemas já desenhados na cidade do Rio de Janeiro, resultado das obras e transformações (Imagem 8).

Imagem 8



Fonte: captura de tela feita pela autora

As reportagens, uma vez já publicadas, não são editadas ou alteradas para uma melhor utilização do usuário. Também não possuem caixa de comentários para que o público possa interagir. Não são informações que passam pelo processo de recalibração e também não integram os exemplos de novos aplicativos adaptáveis às mudanças.

Vale lembrar, ainda, que o autor considera a personalização com um grande potencial de mercado, mas afirma que o “processo de repensar a experiência de consumir informação baseada na personalização tem tido pouca atenção das empresas e é muito mais complicado do que se pensa” (LORENZ (2014, p. 155). Entende-se que o observado nas reportagens da *Folha de S. Paulo* reforça essa visão.

2.7 Ubiquidade

Relacionada à onipresença, a ubiquidade, o último dos sete princípios do jornalismo na era digital estudados neste artigo, implica segundo o Dicionário Online de Português⁸, uma característica do que existe ou está praticamente na maioria dos lugares. Quando se fala da mídia, e principalmente na rede on-line, se associa à ideia de que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial à comunicação interativa em tempo real (PAVLIK, 2014, p 160). Autores como Schmidt e Cohen (2013) citam que a conectividade quase ubíqua vai mudar o mundo. Vários impulsos contribuíram para a conectividade global, nos últimos anos. Empresas de tecnologias trabalharam para facilitar cada vez mais o acesso à informação. Exemplo disso temos Mark Zuckerberg, o fundador do Facebook, “que, em agosto de 2013, anunciou que sua empresa lideraria uma iniciativa para levar acesso a baixo custo ou gratuito para os cinco bilhões de desconectados em todo o mundo” (PAVLIK, 2014, p.161).

Podemos analisar essas iniciativas segundo a defesa de McLuhan a partir do desenvolvimento tecnológico dos novos meios de comunicação, onde o mundo se interligaria completamente, aproximando os povos como se estivessem numa grande aldeia inteiramente conectada. Segundo John Pavlik (2014, p. 164), o que contribuiu ainda mais

⁸ Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/ubiquidade/>>. Visitado em outubro de 2018.

para a conectividade móvel foi a banda larga ubíqua, especialmente a tecnologia wireless, o que redefine os preceitos básicos do jornalismo e da mídia.

Para Pavlick (2014, p. 164), a “ubiquidade aponta ao menos quatro consequências para o jornalismo no século XXI”, sendo, a) a emergência do jornalismo cidadão ao redor do mundo, ligado a ampla participação do usuário no processo de coleta e distribuição de notícias; b) conteúdo geolocalizado, que se refere ao uso da localização para uma personalização maior do conteúdo, apresentando notícias do local onde o utilizador se encontra por exemplo; c) jornalismo baseado em dados, transformando as narrativas baseadas em dados e visualizações, oferecendo um contexto maior e com mais fundamentos; e por fim d) o declínio da privacidade, ascensão da vigilância estatal, especificando a privacidade e a proteção ao usuário, na propagação de conteúdos online.

As configurações do portal, como já comentado, não disponibilizam ferramentas para interação, nos especiais, por parte dos usuários para que haja coleta/distribuição de informações. Também não foi identificado o acessório de geolocalização, que comumente é encontrado em reportagens factuais, bastante utilizado pelo Google para personalizar o conteúdo logo na página inicial de navegação.

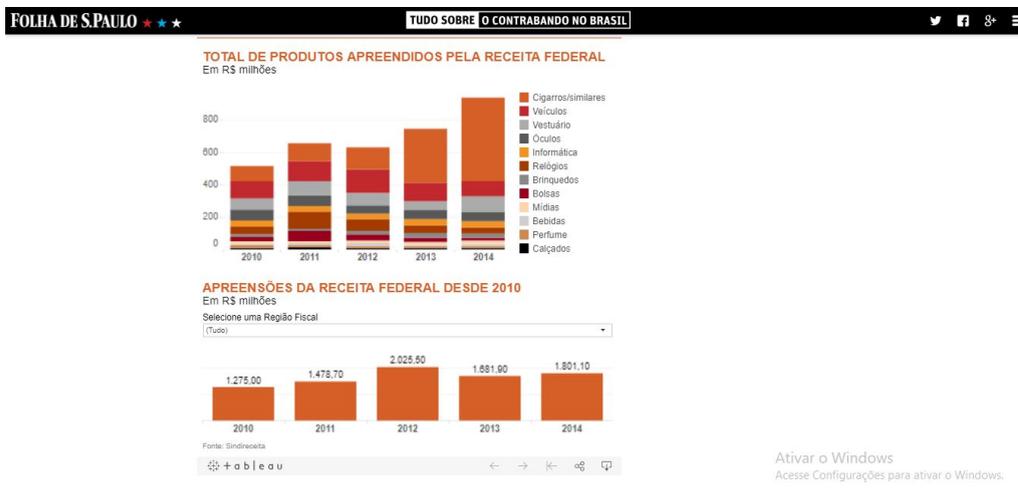
Essa consequência pode ser classificada como uma nova abordagem narrativa imersiva e se refere “à habilidade de etiquetar vídeos e outros conteúdos midiáticos com informação sobre a localização, que usualmente é obtida por dados de GPS” (PAVLIK, 2014, p. 173). Pavlik (2014, p. 176) ainda acredita que na próxima década os conteúdos e dispositivos serão adaptados ao corpo e conduzirão uma nova forma de consumo, sem barreiras impostas pelas plataformas tradicionais. Ainda não é o caso dos especiais.

É possível observar, como parte de outras características também, as informações baseadas em dados, presentes principalmente nas reportagens *longform*, que embasam o tema e oferecem maior suporte. Com a abundante quantidade de informações que o meio on-line disponibiliza, se faz necessário processá-las para que os dados possam agregar valor a reportagem. As novas possibilidades aumentam quando se combina o tradicional com a facilidade que a internet ubíqua oferece, proporcionando aos jornalistas uma diversidade maior de ferramentas para a produção.

Os três objetos de estudo deste artigo apresentam grande quantidade de conteúdo em números, por serem assuntos relevantes e de utilidade pública. Em *Crime sem castigo*,

as informações apresentadas são impactantes e levam o leitor a se envolver mais com o problema. O gráfico apresentado abaixo (Imagem 9), por exemplo, possui informações organizadas em um curto espaço, antecedidas por uma explicação para que o usuário compreenda o contexto.

Imagem 9



Fonte: captura de tela feita pela autora

A quarta consequência da ubiquidade, declínio da privacidade, refere-se à segurança de informações dos usuários. Segundo Pavlik (2014, p. 177), em diversos países, a privacidade é altamente valorizada, visto que a ausência do discurso livre ameaça a liberdade de expressão. Entretanto, não foi encontrada associação direta com as matérias especiais da série *Tudo Sobre*.

A ubiquidade, característica explorada mais recentemente no ambiente on-line, possui um potencial grande de expansão e inovação. Mesmo que não tenha predominância nos objetos de estudo, comparadas a outras características, pode ser vista como vantagem. Como o conteúdo das matérias é extenso, o público pode consumir de forma parcelada, em diferentes plataformas, começa em um aplicativo, continua em um computador e pode terminar em um tablet, por exemplo.

Considerações finais

As características próprias do *webjornalismo* trazem consigo potencialidades para o desenvolvimento de um jornalismo de qualidade, que atenda às necessidades de consumo de cada utilizador. Como vimos, mesmo que não existam regras para apresentação dos conteúdos on-line, tendo como base a obra *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*, foi possível identificar entre os especiais analisados, quais foram as ferramentas mais exploradas e de que forma estas contribuíram para que o conteúdo ficasse ainda mais interessante para a audiência.

De maneira geral, as características mais marcantes que estiveram presentes em todas as reportagens foram hipertexto (menus), multimídia (com a combinação de fotografias, vídeos, textos e infográficos), interatividade (menu, quiz, jogos) e memória (no resgate de vídeos, fotografias e discursos orais e também na elaboração de infográficos com material de pesquisas aprofundadas).

Podemos perceber que as diferentes características estiveram interligadas durante as produções. O especial *O golpe e a ditadura militar*, por exemplo, possui a memória como condição para produção narrativa e explora os elementos multimídia, principalmente as fotografias e discursos orais, para reconstituir o passado. Assim, podemos considerar que a multimídia fez parte do processo de construção da memória.

Em *Crime sem castigo*, a contextualização de todas as informações e dados se deu por meio de práticas das características da multimídia e da interatividade, possibilitando ao utilizador interagir com os quiz e infográficos para o consumo do conteúdo.

E em *O Rio em transformação*, há grande diversidade de elementos multimídia, com o menu apresentando por meio de quais deles podem ser consumidos os conteúdos e, de forma interativa, possibilitando que o leitor escolha qual caminho seguir. É possível identificar, no entanto, uma proporção no uso dos elementos diferentes dos outros dois especiais, o texto não exerce tão fortemente a função de esqueleto central da narrativa, concedendo espaço para que as outras ferramentas sejam apresentadas de forma relativamente independente (como em alguns dos infográficos e das animações). Mas ao

mesmo tempo, o especial utiliza-se do texto em legendas para apresentar os games, músicas, charge e a história em quadrinhos que integram a grande reportagem.

Duas características identificadas parcialmente nos objetos de estudo foram personalização e ubiquidade. Mesmo que com grande potencial de mercado, a personalização apresentou nas reportagens somente a possibilidade de se adaptar a diferentes plataformas e na ajuda de tomar decisão, auxiliando o utilizador a formar opinião sobre o assunto.

Como exemplo deste último caso, em *O golpe e a ditadura militar* é apresentada brevemente a história dos candidatos à presidência do Brasil em 2014 e as formas de governo que antecederam a república, levando o usuário a pensar sobre qual figura escolher para representar o país. De forma semelhante, *Crime sem castigo* apresenta a definição, penas, logística do contrabando, as principais fronteiras por onde entram as mercadorias, a distribuição, os prejuízos tanto para a população quanto para a economia do país, para que com essas informações o usuário possa formar opinião sobre consumir ou não produtos piratas. Já em *O Rio em transformação*, a abordagem conduz o público a pensar se todas as obras realizadas no Rio de Janeiro para os Jogos Olímpicos em 2016 valeram realmente a pena para o país, visto que os investimentos foram altos e nem todas as construções apresentam grande utilidade.

A ubiquidade, mesmo que com possibilidade de extensão no ambiente on-line, foi identificada em apenas dois pontos nas reportagens: nas formas de apresentação, que favorecem o consumo parcelado do conteúdo em diferentes tipos de telas - computador, *tablet* e *smartphone* - e no uso de jornalismo de dados, que se apresenta com facilidade nos infográficos, presentes em todos os três especiais analisados.

Um ponto importante a ser ressaltado, no entanto, é a maneira de abordagem dos infográficos. Para Teixeira (2010), um infográfico jornalístico é composto por texto e imagem, e que por esse motivo, sem a conexão desses dois elementos, se exclui a possibilidade de compreensão do assunto. O uso de números expressivos e alarmantes sem a presença do contexto e desdobramentos que resultaram a existência dos dados não é atrativo. Nesse sentido, vale reconhecer que as infografias não foram utilizadas apenas como item decorativo, mas como elemento que ofereceu informações extras para tentar promover um raciocínio crítico e enriquecedor por parte da audiência.

A instantaneidade, considerada característica intrínseca no jornalismo, possui identificação com os noticiários factuais e não com as grandes reportagens. A organização e forma de apresentação desse material exige tempo de preparação e uma equipe maior que explore o assunto em profundidade, cercando todos os ângulos possíveis. Esse tipo de formato, requer um investimento grande em termos humanos e financeiros de uma empresa. O que não possibilita a divulgação rápida e prática do produto.

Mesmo que presente nos veículos de comunicação tradicionais, a grande reportagem integrou características diferentes de forma eficiente no ambiente on-line. Longhi (2014) aponta que os produtos midiáticos jornalísticos se renovaram na década de 2000, e afirma que esse tipo de formato expressivo enquanto gênero específico do webjornalismo é herdeiro da grande reportagem do impresso. Os elementos não se limitam a fotografias e infográficos estáticos, mas vídeos, fotos 360°, newsgames, áudios, infográficos interativos e outros.

Vale lembrar ainda a visão do jornalista Ricardo Kotscho (*apud* WINQUES, 2016, p.38), para quem “a grande reportagem rompe todos os organogramas, todas as regras sagradas da burocracia – e, por isso mesmo, é o mais fascinante reduto do Jornalismo, aquele em que sobrevive o espírito de aventura, de romantismo, de entrega, de amor pelo ofício”. Desta forma, não se limita em oferecer dados sobre um evento, mas sim em investigá-los, para descrever e explicar cada detalhe.

Na web, o jornalismo usa da liberdade, cria caminhos diferentes e utiliza ferramentas multimídia. “Em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informação” (CANAVILHAS, 2006, p. 07).

Como aponta Raquel Longhi (2014), a quinta evolução do HTML (Hypertext Mark-up Language) proporcionou novas possibilidades para a convergência de conteúdos multimídia, o que favoreceu também a melhora no design e apresentação das narrativas, além da facilidade de navegação em materiais mais extensos. A disponibilidade de mais espaço para as reportagens possibilita às empresas apostarem ainda mais nos elementos multimídia, no hipertexto e na promoção da interatividade. Durante todo o processo de

análise, foi possível perceber que o portal atendeu às necessidades de consumo quanto à facilidade e agilidade no acesso.

O cenário atual com a velocidade das inovações exige mudanças. Com o conteúdo já disponível e referência em grandes reportagens, algumas adaptações poderiam melhorá-lo ainda mais. Duas grandes ferramentas do meio on-line são a aba de comentários e a geolocalização, e não foram identificadas nos especiais. A aba de comentários proporciona uma maior imersão do utilizador no consumo do conteúdo e o faz interagir com o veículo à medida que expressa suas emoções e opiniões. Para que o portal disponibilize essa ferramenta é necessário um controle das postagens e para isso designar essa função a alguém, o que nem sempre é possível. Já a opção de geolocalização leva à personalização do conteúdo ao usuário, atingindo o público interessado nos temas. São sugestões que requerem investimentos, mas que poderiam agregar à série.

Em função do tempo disponível para a pesquisa e algumas outras limitações, optou-se por estudar três reportagens específicas. É necessário lembrar, no entanto, que a própria série *Tudo Sobre*, da *Folha*, possui outras reportagens publicadas, como *O futuro dos recursos hídricos*, *A batalha de Belo Monte* e *Desmatamento zero*, e todas poderiam render estudos semelhantes ao realizado aqui.

Entende-se que como parte do trabalho de pesquisa acadêmica é necessário acompanhar a evolução dessas produções constantemente, com o objetivo de tentar identificar o que os jornais referência estão fazendo de novo e o que pode ser replicado em outros jornais de forma semelhante. Com base neste estudo específico, concluiu-se que, de fato os objetos de estudo lançados entre 2014 e 2015 exploraram uma grande quantidade de recursos pensados especificamente para o consumo na internet, mas se espera que nos próximos anos tenhamos ainda mais elementos para analisar.

Referências

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/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>>, acesso em 29 de setembro de 2018.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 111-136.

CANAVILHAS, João Manuel Messias. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. Universidade da Beira Interior, 2006a. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf> > Acesso em 19 de Setembro de 2018.

CANAVILHAS, João Manuel Messias. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web Universidade da Beira Interior, 2006b. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf> > Acesso em 19 de Setembro de 2018.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 3-24.

CASTILHO, Carlos. Webjornalismo: o que é notícia no mundo online. In: RODRIGUES, Ernesto (org.). No próximo bloco: o jornalismo brasileiro na TV e na internet. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2005.

CASTILHO, Carlos. Efeito ‘snowfall’ abre oportunidades para o jornalismo multimídia. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 7 de maio de 2013. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/o-efeito-ldquo-snowfall-rdquo-abre-nova-oportunidade-para-o-jornalismo-multimidia/>>. Visitado em setembro de 2018.

COHEN, Jared; SCHMIDT, Eric. **A nova era digital**: como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

DANTAS, Ivo. **O Webjornalismo e Suas Potencialidades**. Artigo apresentado no 18º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Intercom. Pernambuco, 2016.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2004 – (Coleção Comunicação).

KIMIECKI, Jorge L. **Artefatos de conexão em comunidades de prática: multimediastory**. Revista Cadernos da Escola de Comunicação da UniBrasil, número 03, 2005.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010b.

LENZI, Alexandre. Já temos uma alternativa para a reportagem multimídia? In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). Questões para um jornalismo em crise. 1ª edição. Florianópolis: Insular, 2015, p. 85-99.

LENZI, Alexandre. Inversão de papel: prioridade ao digital, um novo ciclo de inovação para jornais impressos. 1ª edição. Florianópolis: Editora Insular, 2018.

LONGHI, Raquel Ritter. **O turning point da grande reportagem multimídia.** Artigo apresentado no 12º Encontro da SBPJor – Sociedade Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo. Santa Cruz do Sul, 2014.

LONGHI, Raquel; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 10, n. 3, p. 110-127, outubro de 2015.

LORENZ, Mirko. Personalização: análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.* Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 137-158.

MARCUSHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais:** novas formas de construções de sentido. 1. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online**, 2000. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf. Acesso em: 24 de out. 2018.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real:** o fetiche da velocidade. 1. ed. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NORA, P. (1993). Entre memória e História: a problemática dos lugares, in *Projeto História*, Nº10, dezembro de 1993, São Paulo: PUC.

PALACIOS, Marcos. Memória: jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.* Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 89-110.

PAVLIK, John V. *El periodismo y los nuevos medios de comunicación.* Barcelona: Paidós, 2005.

PAVLIK, John V.. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.* Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 158-184.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.* Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 53-88.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.* Covilhã (Portugal): LabCom, 2014, p. 25-52.

SAMAIN, Etienne. O fotográfico. São Paulo: Hucitec, 1998.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e jornalismo:** conceitos, análises e perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2010.

WINQUES, Kérley. Tem que ler até o fim?: o consumo da grande reportagem multimídia pelas gerações X, Y e Z nas multitelas. 2016. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.