
Produção transmidiática na Folha de São Paulo: análise das reportagens “Crise da Água” e “Desmatamento Zero”¹

Talita dos Santos de SOUZA²

Miguel Angelo MANASSES³

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

A transmídia surge como forma de responder demandas de multimídia e interatividade dos consumidores de conteúdo digital. Pioneira em práticas adaptadas ao ambiente *online* entre veículos informativos brasileiros, a Folha de São Paulo destaca-se pela série de reportagens especiais “Tudo Sobre” e a produção audiovisual “TV Folha”. Componentes desses projetos, as reportagens “Crise da Água” e “Desmatamento Zero” foram analisadas à luz de critérios que definem conteúdos transmidiáticos com o objetivo de entender como produções se encaixam nessa definição. Ao final do estudo, é possível entender de que modo as produções exploradas se enquadram no conceito de transmídia, bem como suas deficiências nesse sentido. Também apresentam-se tendências para o desenvolvimento de produtos similares aos da Folha.

PALAVRAS-CHAVE: transmídia; narrativa; produção; reportagem; Folha de São Paulo.

1. Introdução

Em um cenário em que o consumo de informação é dado por meios digitais e multimidiáticos, espera-se da produção jornalística uma adaptação à nova realidade. A narrativa transmídia, ou *transmedia storytelling*, surge como um processo adaptado às necessidades e desejos dos consumidores de conteúdo digital. Esse formato de narrativa ultrapassa conceitos como o de multimídia ou crossmídia e encaixa-se no contexto da produção convergente de cultura.

Representante de inovações tecnológicas no desenvolvimento de produtos jornalísticos desde a entrada dos veículos brasileiros na internet, a Folha de São Paulo, um dos jornais mais consumidos no Brasil, desponta com o empreendimento de dois

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 8º período do curso de Jornalismo da ECA-PUCPR, e-mail: talitasouzaontato@gmail.com.

³ Orientador deste trabalho. Mestre em Educação pela PUCPR, e-mail: mmanasses@gmail.com.

projetos inovadores: a série de reportagens especiais “Tudo Sobre” e o desenvolvimento de conteúdos audiovisuais no programa “TV Folha”.

Por meio da metodologia de análise de conteúdo, duas reportagens que integram ambos os projetos foram analisadas com o objetivo de entender como produções da Folha de São Paulo se encaixam nesta definição.

A partir de critérios para o enquadramento de no que pode-se considerar transmídia, foram explorados os conteúdos das reportagens especiais “Crise da Água” e “Desmatamento Zero”, especialmente quanto aos elementos multimidiáticos. Com resultados quantitativos e qualitativos relativos às matérias escolhidas, foi possível estabelecer um panorama da produção transmidiática nesse veículo e identificar tendências para produtos enquadrados nessa definição.

2. Consumo digital de informação

Para descrever o contexto em que a atual produção midiática se insere, Canavilhas (2010) estabelece a ideia de “ecossistema midiático”, que evoluiu devido ao surgimento de novas mídias que incorporam características das anteriores, remodelando a relação entre elas. No atual ecossistema, que conta com a presença do digital, meios e ambientes instáveis, móveis e globais passam por um processo de equilíbrio e reequilíbrio constante. Nessa realidade, mobilidade e descentralização ganham espaço.

Cabe ao jornalismo, então, inovar para manter seu público e conquistar novos. Flores e Longhi (2017) ampliam o conceito de inovação para além da vertente tecnológica, podendo abranger criação de conhecimento na área, aumento da capacidade de profissionais e transformações em negócios. Essa é uma prática que, segundo Flores (2017), sempre fez parte da atividade e se constitui em uma renovação de ideias, recursos e competências.

3. Jornalismo e internet

A internet foi concebida como em 1969 como uma estratégia de guerra utilizada durante a batalha entre Estados Unidos e União Soviética. Em 1975, passou a ser apropriada pela comunidade acadêmica. Sua popularização, com a chegada de computadores aos domicílios, acontece a partir dos anos 1990, quando são disponibilizados serviços de transmissão de arquivos através da rede (RIBEIRO, 2003).

Em 1996, já havia 56 milhões de usuários da www ao redor do mundo e, em 1997, o número de computadores chegava a 20 milhões (FERRARI, 2010).

A web não apenas acrescenta mais um sentido ao meio pré-existente, mas reúne todos os recursos dos meios anteriores à ela. Outra ocorrência que se torna comum nesse ambiente é a interconexão entre conteúdos. Ela também oferece um recurso até então não existente em outras mídias: a interatividade, que transforma a posição de seus consumidores, que passam a assumir uma postura ativa (ALVES, 2006).

Ao longo da primeira década de sua utilização pelo jornalismo, veículos de comunicação passaram a observá-la como uma simples extensão dos meios impressos, desconsiderando suas características próprias, realizando a simples transposição de conteúdo (ALVES, 2006).

Ao longo da adaptação do jornalismo à web, surgiram produtos direcionados a esse novo ambiente que se utilizavam dos recursos disponíveis nele. O ciberjornalismo evoluiu em aspectos: técnicos –no que se refere às ferramentas– e narrativos– relacionados ao texto e à linguagem convergente hipermídia (LONGHI, 2015).

Longhi (2014) define três fases distintas para o desenvolvimento de produtos noticiosos multimidiáticos até ponto de virada no cenário mais recente, de 2012 em diante, que pode ser verificado com a grande reportagem multimídia, considerada, para a autora, uma consolidação da linguagem ciberjornalística.

O primeiro exemplo de reportagem jornalística que segue essa configuração é o projeto “Snowfall”, do New York Times, uma reportagem multimídia sobre um acidente em montanhas localizadas em Whashington (EUA), publicada em 2012. Carvalho (2014) defende a produção como uma experiência imersiva. Para a autora, no ambiente digital, é preciso contar uma história que transporte o leitor para o fato a partir da contextualização criada por elementos que dialoguem entre si e agreguem um ao outro.

4. Novas necessidades para a produção jornalística

A pesquisa feita na última Pesquisa Brasileira de Mídia demonstra que pelo menos metade dos brasileiros acessa a internet diariamente. Considerando os dias da semana, de segunda à sexta-feira, a maioria (29%) costuma passar pelo menos 300 minutos conectado (SECOM, 2016).

De acordo com o último relatório Digital News Report, produzido pela agência Reuters e Universidade de Oxford em 2018, 66% da população de 211 milhões de

habitantes no Brasil acessa a internet de alguma maneira. Apesar da televisão ainda ser a mídia mais presente nas casas brasileiras, a internet desponta como principal fonte de notícias para 90% da população, frente aos 75% que se informam principalmente pela TV (NEWMAN *et. al*).

Para Becker *et al.* (2018), a necessidade de inovação no jornalismo recai sobre as audiências. É preciso pensar na geração de leitores e espectadores que já nasceu imersa em tecnologias como na internet, os chamados “nativos digitais”, que não se contentam em assumir uma postura passiva diante da produção de informação.

A nova produção midiática incorpora, portanto, o pensamento convergente. De forma ampla convergência não se refere apenas à produção midiática, mas a todo um contexto sociocultural. O conceito de convergência é estabelecido por Jenkins (2009, p. 30) como o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”.

Jenkins (2009), atribui a propensão ao consumo convergente à dois fatores: (a) facilidade em adaptar os assuntos em diferentes formatos e (b) preferência que os consumidores têm em utilizar as redes sociais para consumi-los. Esse interesse justifica-se também pela possibilidade de produção em um sistema bidirecional, quando as pessoas participam da produção jornalística, oportunizado pela interatividade intrínseca a esse sistema.

Alves (2006) defende que somos todos seres multimídia e daí a necessidade da adaptação à essa realidade. O termo “multi” é substituído pelo “trans”, implicando a participação e influência diretas do público no conteúdo (MORAES-GONÇALVES *et. al*, 2011). A prática transmidiática surge, então, como uma solução à essas demandas, sendo capaz de proporcionar a horizontalização da comunicação e substituindo a notícia factual vertical. (GONÇALVES, 2014).

5. Transmídia

O primeiro registro do uso do termo “transmídia” é ligado à música quando, em 1975, o compositor e instrumentista Stuart Saunders Smith utilizou a expressão *trans-media composition* para explicar a composição de harmonias ritmos e melodias para diferentes instrumentistas que atuam em sincronia com outros.

A conceituação de transmídia está intrinsecamente ligada ao conceito de convergência, associação proposta por Henry Jenkins. Em 2003, Jenkins utilizou o termo em um artigo publicado na revista *Technology Review*, identificando-o como uma crescente necessidade a ser implementada nas grandes empresas de mídia, especialmente àquelas ligadas ao desenvolvimento de *games* e entretenimento

No livro “Cultura da Convergência”, Jenkins (2009), a partir da exploração de produtos midiáticos, especialmente o filme “Matrix” e o seriado “Lost”, define transmídia como a utilização de diversos meios para contar uma história que se complementa de forma diferente em cada um deles e de maneira que não seja necessário o consumo de todos para sua compreensão.

Scolari (2008) propõe uma definição de transmídia ao dividi-la em duas características principais: a narração feita por vários meios e plataformas, aproveitando-se das vantagens oferecidas por cada uma delas na expansão do conteúdo, e a colaboração dos consumidores na produção da narrativa, quando o relato do receptor tem tanta importância quanto o do emissor. Além disso, o autor se preocupa em diferenciá-la dos conceitos de multimídia e crossmídia, sendo que a primeira se refere ao uso de diferentes linguagens e a segunda ao uso de diferentes meios. A transmídia, portanto, une essas duas características.

Quanto à aplicação da transmídia na produção jornalística, Alzamora e Tárzia (2012, p.32) enxergam nas reportagens especiais, ligadas ao jornalismo investigativo, “um campo fértil para a proposta”. Essa seria, portanto, uma forma inovadora de produção e circulação de conteúdo que, a partir das lógicas de comunicação, transmissão e compartilhamento de cada meio, mistura gêneros e formatos.

A produção transmidiática se enquadra no que Gonçalves (2014) chama de horizontalização da comunicação, processo que entende o público como produtor interativo de informações. Supera-se assim a informação verticalizada e unilateral que imperou na produção em massa do jornalismo.

Outro paradigma quebrado pela transmídia é a redundância da informação difundida entre diferentes meios sem que se faça proveito dos recursos disponíveis em cada um deles. Ela se encontra na transição da narrativa de um meio para o outro com o complemento da mensagem em cada um deles (GONÇALVES, 2014). Sendo assim, a transmídia vem de encontro com as novas necessidades no consumo de informação jornalística.

6. Inovações digitais no jornalismo brasileiro

Segundo Ferrari (2010), no Brasil, a história da presença de jornais na internet confunde-se com a da imprensa do país, historicamente comandada por conglomerados. Foram grandes empresas como as Organizações Globo, Grupo Estado, Editora Abril e Grupo Folha que marcaram presença ainda nos primeiros anos da internet brasileira.

Ao investigarem práticas de inovação em quatro grandes e diferentes veículos ao redor do mundo, Flores e Longhi (2017) identificam tendências de práticas inovadoras em comum. Entre as inovações elencadas estão a criação de centros de inovação nas próprias estruturas, desenvolvimento de aplicativos próprios, criação em realidade virtual e investimento em um jornalismo mais segmentado e personalizado.

No caso brasileiro, tem destaque a Folha de São Paulo com seus especiais em série. Reunindo recursos entre texto, fotografias, vídeos, infográficos e *games*, a série “Tudo Sobre” trata de temas segmentados, explorando-os com profundidade. O diferencial da Folha em relação a outros veículos fica por conta dos videográficos, uma concepção até então não existente de infográficos produzidos em vídeo a partir de 2011. Outro recurso singular é o Folhacóptero, uma simulação de voos em helicóptero que permite a interação do usuário.

No ano seguinte, o Uol Tab seguiu a mesma estratégia no lançamento da reportagem “Economia Compartilhada”, que também compõe uma série de reportagens, e o Estado de São Paulo lançou “Rota 66 – A confissão”. Carvalho (2014) destaca, além da série da Folha, a reportagem “Guerra na Selva”, produzida pelo G1, que também traz elementos como a rolagem em tela única além de recursos multimidiáticos diversos como mapas, fotos, vídeos, infográficos e animações.

Longhi (2017) destaca os jornais Folha de São Paulo, Diário Catarinense, Zero Hora, Estadão como expoentes na produção de narrativas em realidade virtual, uma modalidade de produção imersiva, em materiais fotográficos e infográficos.

7. Folha de São Paulo

O Grupo Folha teve início em 1921 com o jornal "Folha da Noite", direcionado à classe média de São Paulo. Quatro anos depois, surge o “Folha da Manhã” e, em 1949, o “Folha da Tarde”. Os três periódicos são fundidos em 1960 com a criação do jornal Folha de S. Paulo (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019).

A chegada do nome “Folha de São Paulo” na internet acontece em 1995 com o “Folha Online”, primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa, focado no desenvolvimento de produtos jornalísticos online (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019). O lançamento aconteceu no mesmo ano de sites de outros grandes veículos brasileiros: Jornal do Brasil, O Globo e da agência de notícias Agência Estado (FERRARI, 2010).

Em 2016, a FSP foi o primeiro jornal brasileiro a ter circulação digital maior do que a versão impressa, alcançando 161,8 mil dos 316,5 exemplares vendidos mensalmente, o que equivale a 51% das assinaturas. Atualmente, no site da Folha de São Paulo, são publicadas mais de 160 notícias por dia no Folha Online, acessadas por mais de 28 milhões de visitantes únicos nas 200 milhões de páginas vistas por mês (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019).

O estudo “Mapeamento da Mídia Digital no Brasil” mostra o Uol, portal que abriga o site da Folha, como o site com conteúdo de notícias mais acessado do Brasil. Em janeiro de 2012, foram contabilizados 50 milhões de visitantes únicos. Outros sites de notícias que apresentaram números expressivos de visitantes únicos no mesmo período foram MSN (46 milhões), Globo.com (38 milhões), Yahoo (32 milhões) e Terra (28 milhões) (MIZUKAMI; REIA; VARON, 2014).

7.1 Iniciativas inovadoras na produção digital

Dois expoentes representantes do pioneirismo da Folha de São Paulo quanto à iniciativas na produção de conteúdo digital são a “TV Folha” –um projeto de junção de pautas do jornal impresso para um programa de TV, que mais tarde foi transportado à internet– e a série “Tudo Sobre”, conjunto de reportagens especiais transmitidas nos diferentes canais da Folha de São Paulo na internet.

Fazendo uso das pautas, editoriais, equipamentos e profissionais do jornal impresso Folha de São Paulo, iniciou-se, em 2011, na redação do periódico, o projeto “TV Folha”, de produção de vídeos direcionados à internet. No ano seguinte, esse conteúdo passou a ser agrupado e exibido em um programa na TV Cultura, que também era transmitido em tempo real no site do veículo (folha.com) e portal CMais, da TV Cultura (MARTINS, 2015). Em 2014, o programa televisivo deixa de existir e a produção se volta à internet, com espaço nos portais da Folha, Uol e com um canal de vídeos no Youtube. Martins (2015) compreende a TV Folha como um exemplo de apropriação da narrativa transmídia pelo jornalismo.

Em 2013, inicia-se, no portal da Folha de São Paulo, uma sessão intitulada “Tudo Sobre”, que reúne grandes reportagens temáticas. Elaboradas em formato *long-form* – com mais de 4000 palavras, ou grandes reportagens com entre 10 e 20 mil palavras (LONGHI, 2014, p. 911), as produções focam em temas pontuais e utilizam-se de recursos multimidiáticos.

É possível identificar nessas duas experiências algumas tendências para a utilização da narrativa transmídia na Folha de São Paulo: uma tentativa de abranger os temas de forma mais delimitada, porém mais completa. Em segundo lugar, é possível perceber a preocupação em distribuir o conteúdo de acordo com as mídias utilizadas, de forma a adaptar cada um deles ao melhor formato.

Tanto o programa “TV Folha” quanto a série de reportagens especiais “Tudo Sobre” demonstram o pioneirismo da FSP na incorporação de inovações tecnológicas e narrativas na sua produção jornalística. Ambos os projetos foram apropriados nesta pesquisa com a finalidade de demonstrar como o uso da narrativa transmídia foi implementado no desenvolvimento de produtos da Folha e quais recursos foram necessários neste processo.

PESQUISA EMPÍRICA: ANÁLISE DAS REPORTAGENS “CRISE DA ÁGUA” E DESMATAMENTO ZERO

8. Procedimentos metodológicos

Como procedimentos metodológicos foram usados, no presente estudo, a análise de conteúdo e a revisão bibliográfica, defendida por Gil (2002) como uma forma de visualizar o problema tratado na pesquisa por meio da localização e leitura de material bibliográfico e posterior tomada de apontamentos. Assim, a revisão bibliográfica sustentou o referencial teórico da pesquisa, no que se refere ao entendimento do novo contexto de informação hipermediática, do conceito de transmídia e sua aplicação à produção jornalística.

Para Benetti e Lago (2007), a análise de conteúdo se configura como o estudo de textos, sons, símbolos, imagens, entre outras mídias. Além disso, se constitui como um método híbrido ao reunir elementos qualitativos e quantitativos.

A fim de entender quais recursos compõem a produção da narrativa transmídia na versão online do jornal Folha de São Paulo, são tomadas como objetos de estudo nesta

pesquisa duas reportagens que integram dois projetos já consolidados e reconhecidos executados pelo veículo: o programa multimídia “TV Folha” e a série de reportagens especiais “Tudo Sobre”. As matérias “Crise da Água” e “Desmatamento Zero” fazem parte da série de reportagens especiais multimídia Tudo sobre, além de contarem com especiais em vídeo que integram o canal de vídeos TV Folha.

Os objetos selecionados no processo de definição de amostragem são submetidos em categorias previamente testadas que devem ser mutuamente exclusivas e ter a capacidade de replicação. Fonseca Júnior (2006) chama de inferência a análise baseada em relacionar dados coletados a elementos contextuais definidos.

Entre outras funções, a análise de conteúdo pode ser utilizada para “descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações” (BENETTI; LAGO, 2007, p. 123). É com esse objetivo que o método será utilizado na análise de conteúdo desenvolvida na presente pesquisa.

8.1 Critérios de análise

São quatro os elementos que, segundo Canavilhas (2013), devem constar na produção transmidiática: (a) interatividade, entendida como a possibilidade de interação do utilizador da plataforma com seu conteúdo ou demais utilizadores; (b) hipertextualidade, recurso que a partir do link –seu elemento básico– constrói uma estrutura complexa de conteúdos informativos navegáveis, também chamada de hipertexto; (c) multimedialidade integrada, ou seja, o uso coordenado e objetivo dos conteúdos, “seja para confirmar, destacar ou simplesmente ilustrar uma determinada situação em que a imagem ou o som fazem a diferença” (CANAVILHAS, 2013, p. 8). Essa característica tem a capacidade de simplificar a notícia, fazendo uso de mídias mais decodificáveis; (d) contextualização, necessária frente à quantidade de informação que circula na internet, ela dá visibilidade à produção de conteúdo e o adapta às condições de consumo, trazendo sentido para o consumidor e sua realidade. As publicações são analisadas sobre a ótica dos critérios estabelecidos por Canavilhas (2013) para produções transmidiática.

8.2 Objetos de estudo

A reportagem “Crise da Água”, publicada em 15 de setembro de 2014, traz um diagnóstico sobre o tratamento e distribuição da água no Brasil, especificamente em regiões com situação crítica em relação a esse recurso: São Paulo, semiárido nordestino e inundações no rio Madeira, em Rondônia. O resultado da apuração demonstra o atraso da adaptação do Brasil às condições climáticas mundiais e da preparação do país para suas consequências.

A matéria é dividida em uma seção principal de abertura intitulada “Líquido e Incerto” e três subseções, cada uma destinada à uma das regiões pesquisadas: “Gente demais” sobre São Paulo, “Água demais” que trata do Rio em Rondônia, e “Água de menos”, sobre a região nordestina.

Já a reportagem especial “Desmatamento Zero”, publicada em 16 de setembro de 2015, trata da devastação das florestas brasileiras motivada por interesses econômicos, especialmente de grandes empresas do país e falta de fiscalização do governo. As condições climáticas, descasos contra o meio ambiente e políticas de proteção do Brasil são apresentadas, inicialmente, na seção intitulada “Floresta sem fim” em comparação a um panorama mundial. Outras quatro subseções tratam, mais especificamente, de temas relacionados a esse desmatamento: “Carne verde”, “Mato de valor”, “Raízes frágeis” e “Largados na Selva”.

Os dois projetos de reportagem trazem, no conteúdo do texto, dados acerca da área e da população afetada, falas de especialistas, representantes do governo e uma forte presença de personagens que fazem parte daqueles que sofrem as consequências dos problemas climáticos e de gestão abordados ao longo do desenvolvimento do conteúdo. A parte escrita assume o formato de *storytelling*, ou seja, funcionam como uma contação de história.

9. Divisão e distribuição de elementos multimidiáticos

Ambas as grandes reportagens são divididas em subseções que contam com os mesmos recursos distribuídos ao longo de uma única página longa de texto escrito, descobertos com a rolagem, uma vez que cada seção é constituída de uma página única. A passagem entre uma sessão e outra é feita por botões localizados ao final da página. A interatividade apresentada na página se dá de forma bastante intuitiva, com partes “clicáveis” destacadas por botões e cores. Como as fotos são organizadas em formato de *slideshow*, existe uma indicação para passar à próxima imagem.

Mapas, gráficos e infográficos interativos aparecem na lateral esquerda da tela ou entre textos. A função interativa se resume à abertura do gráfico em tamanho maior em outra janela do navegador ou a exploração de novos elementos. Os videográficos, modalidade de infográfico produzido em vídeo pela Folha, também aparecem nas matérias.

Fotos são incluídas em *slideshows* que ilustram o assunto tratado. Em alguns momentos eles aparecem entre um bloco de texto e outro e, em outros, cobrem toda a extensão da tela. A forma mais diferente de uso de imagem fica por conta de uma visualização em 3D (três dimensões), que aparece, em alguns casos, como um *hiperlink* a ser aberto em uma nova janela.

Algumas entrevistas aparecem em formato de vídeo. Neles, as perguntas são feitas pelo repórter e respondidas pelo personagem e as imagens variam entre a figura do entrevistado e captações do lugar que está sendo tratado. Outra configuração de vídeo utilizada segue um formato composto de imagens de sobrevoo em regiões e legendas contendo dados ou explicações. A exploração das regiões também é feita, no caso da Reportagem “Crise da Água” com vídeos do Folhacóptero, em um voo simulados.

A quantidade de recursos total presente em cada uma das reportagens foi sintetizada na tabela a seguir:

TABELA 1 – Elementos multimidiáticos em reportagens especiais da Folha de São Paulo

Reportagem	Mapas	Gráficos	Infográficos	Videográficos	Fotos	Slideshows	Visualizações 3D	Vídeos	Folhacóptero
Crise da água	7	7	7	4	51	13	4	12	1
Desmatamento Zero	6	7	1	7	59	13	2	9	0

FONTE: SOUZA, 2019.

Partindo para a análise propriamente dita, foram relacionados mídias das reportagens escolhidas com tópicos elencados por Canavilhas (2013) na definição de transmídia (interatividade, hipertextualidade, multimedialidade integrada e contextualização) já apresentados.

A interatividade pode ser encontrada na transição entre as seções da reportagem, na interação do leitor com as animações dos infográficos, na passagem de imagens em *slideshows* e na visualização da imagem em 3D. Todos esses elementos dependem de uma postura ativa do consumidor de conteúdo para que seus recursos sejam explorados. As publicações analisadas não apresentam, no entanto, espaço para comentários. Dessa forma, não é possível participar da produção de conteúdo e a interação entre leitores não existe no ambiente online das publicações.

A hipertextualidade se faz presente em toda a extensão dos conteúdos. Os gráficos podem ser abertos em janelas próprias, bem como as imagens panorâmicas e os vídeos podem levar ao canal do Youtube “TV Folha”, que contém demais produções audiovisuais do veículo, constituindo o critério da distribuição em múltiplas plataformas, intrínseco à transmídia. Além disso, as matérias são “linkadas” em outras publicações do Jornal. Não foram encontrados na pesquisa links inseridos diretamente no texto das reportagens.

A multimedialidade integrada pode ser a característica mais evidente presente nas produções da Folha. A escolha da distribuição do conteúdo nos elementos que compõem as páginas se mostra muito lógica. Quando se trata de um assunto mais contextual ou informações numéricas, opta-se pelo grafismo e/ou animação. Se há apelo visual no tema, ele fica explícito por meio de imagens. O texto é utilizado no sentido de contextualizar e ligar os pontos da história contada. Já os vídeos traduzem informações de entrevistas de forma mais palatável, além de tornarem mais claros os perfis dos personagens.

Por fim, pode-se dizer que as reportagens trazem contextualização com uma pesquisa extensiva destinada à produção, trazendo um conteúdo extenso, explicativo aprofundado. A contextualização é verificada na preocupação de fornecer uma descrição detalhada sobre as situações abordadas, além da descoberta e divulgação de dados. As produções passam, então, a se tornarem referências nos assuntos dos quais tratam e se destacam frente à superficialidade de outros conteúdos que podem ser encontrados na internet.

Concluimos então que os especiais “Crise da Água” e “Desmatamento Zero” da Folha de São Paulo que integram os projetos “Tudo Sobre” e “TV Folha” cumprem todos os critérios de produção transmidiática definidos por Canavilhas (2013), ainda que de modo parcial em alguns deles. Existem ressalvas especialmente à interatividade presente

nas publicações, que se restringe à uma pequena interação com o conteúdo e não permite que seus consumidores interajam entre si ou participem mais ativamente na produção.

10. Considerações finais

No ambiente digital, consumidores de informações estão mais ávidos a interagir e participar da sua produção e transitam entre diferentes mídias nas quais esperam encontrar conteúdo. A produção transmidiática vem de encontro dessas demandas.

Com um longo histórico de adaptação à internet, a Folha de São Paulo, um dos jornais mais consumidos no Brasil, se destaca pelo pioneirismo no desenvolvimento de iniciativas inovadoras, sintetizadas neste estudo pelas iniciativas “Tudo Sobre, de reportagens especiais, e “TV Folha”, de produção audiovisual.

Integrando ambos os projetos, as reportagens “Crise da Água” e “Desmatamento Zero” foram elencadas como objetos de estudo para a análise de conteúdo desenvolvida nesta pesquisa com vista a responder ao objetivo principal desta pesquisa, ou seja: se, por que e como produções da Folha de São Paulo se encaixam nesta definição. Para tanto, foi necessário contabilizar e explorar extensivamente o conteúdo de cada uma.

Verificou-se a correspondência dos elementos constituintes das matérias com critérios estabelecidos por Canavilhas (2013) para o enquadramento da produção transmídia, respondendo, portanto, o questionamento central proposto neste estudo. A partir disso, pode-se inferir tendências para a produção transmídia no veículo estudado, especialmente quanto ao nível interatividade presente nelas, que pode expandir-se para que os consumidores se tornem participantes da produção e possam interagir com demais leitores a respeito delas.

Identificam-se e sugerem-se, como possibilidades de ampliação à investigação aqui desenvolvida, a pesquisa sobre o perfil de profissionais jornalistas capacitados para o desenvolvimento de produções transmidiáticas, e investigações acerca do consumo transmidiático em comparação aos mais tradicionais.

REFERÊNCIAS

ADEODATO, Sérgio; ALMEIDA, Lalo de; GARCIA, Rafael; LEITE, Marcelo; MAISONNAVE, Fabiano. Tudo Sobre: Desmatamento Zero. **Folha de S. Paulo**, 16 set. 2015. Disponível em: <arte.folha.uol.com.br/tudo-sobre/desmatamento-zero/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

ALMEIDA, Lalo de; AMORA, Dimmi; CANZIAN, Fernando. GERAQUE, Eduardo; LEITE, Marcelo. Tudo sobre: Crise da Água. **Folha de S. Paulo**, 15 set. 2014. Disponível em: <arte.folha.uol.com.br/ambiente/2014/09/15/crise-da-agua/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 22-35, mai. 2012.

BECKER, Beatriz. et al. Inovação e juventude: um estudo sobre produção e consumo de notícias e o Jornalismo porvir. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 19, n. 40, p. 89-105, ago. 2018.

BENETTI, Marcia; LAGO, Claudia. Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. 1 ed. São Paulo: Vozes, 2007. 288 p.

CANAVILHAS, João. Contenidos periodísticos en el ecosistema líquido: Entre la convergencia y la divergência. **uBibliorum**, Beira Interior, v. 9, n. 24, p. 11-24, jun. 2013. Disponível em: <www.ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/1521>. Acesso em: 18 mai. 2019.

CANAVILHAS, João. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In CAMPALANS; Carolina; GOSCIOLA, Vicente; RENÓ, Denis; RUIZ, Sandra. **Periodismo Transmedia**: miradas multiples. ed 1. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013. p. 53-68.

CANAVILHAS, João. O novo ecossistema mediático. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Beira Interior, v. 1, n. 12, p. 1-10, nov. 2010. Disponível em: <www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico>. Acesso em: 19 mai. 2019.

CARVALHO, Deise Ribeiro. As narrativas verticais e suas contribuições para o futuro do jornalismo digital. **Temática**, João Pessoa, v. 10, n. 12, p. 131-148, dez. 2014. Disponível em: <www.periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>. Acesso em: 6 set. 2018.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2010. 128p.

FLORES, Ana Marta M. Inovação no jornalismo: uma proposta estratégica a partir dos Estudos de Tendências. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. Anais 40º Intercom. Curitiba: Intercom, 2017. Disponível em: <www.portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista_area_DT8-PC.htm>. Acesso em: 11 abr. 2019. p. 1-16.

FLORES, Ana Marta M; LONGHI, Raquel Ritter. Narrativas webjornalísticas como elemento de inovação: casos de Al Jazeera, Folha de S.Paulo, The Guardian, The New York Times e The Washington Post. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.40, n.1, p.21-40, abr. 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. Sobre a Folha. **Folha de S. Paulo**, 2019. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/institucional/>. Acesso em: 26 fev. 2019.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 281-301

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. Da narratividade à narrativa transmídia: a evolução do processo comunicacional. In: CAMPALANS, Carolina; GOSCIOLA, Vicente; RENÓ, Denis. **Narrativas Transmídia: entre teorías y prácticas**. 1 ed. Barcelona: Oberta UOC Publishing, 2014. p. 15-25.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

JENKINS, Henry. Transmedia Storytelling. **MIT Technology Review**. 15 de janeiro de 2003. Disponível em: <www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 21 de abril de 2018.

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

LONGHI, Raquel Ritter. A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo. In: 6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, 2015. Anais 6º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo. Campo Grande: UFMS, 2015. Disponível em: <<http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor6/anais-6o-simposio-internacional-de-ciberjornalismo/>>. Acesso em: 24 mai. 2019.

MARTINS, Elaine. Convergência e narrativa transmídia no jornalismo: transformações nas práticas e no perfil dos profissionais. **Brazilian Journalism Research**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 184-203, ago. 2015.

MIZUKAMI, Pedro; REIA, JHESSICA; VARON, Joana. Mapeamento da Mídia Digital no Brasil. 1 ed. Rio de Janeiro: Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getulio Vargas, 2014.

MORAES-GONÇALVES, Elizabeth *et al.* Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palavra Chave**. Chía, v. 14, n. 2, p. 201-215, dez. 2011.

NEWMAN et al. **Reuters Institute Digital News Report 2018**. 1. ed. Oxford: Reuters Institute, 2019. Disponível em: <www.digitalnewsreport.org>. Acesso em: 10 mar. 2019.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Hipermediaciones: elementos para uma teoria de la comunicación digital interactiva**. ed. 1, Barcelona, Editora Gedisa, 2008.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SECOM/PR). **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: 2016.