



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS DE PALMAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

LYS APOLINÁRIO REIS

**NARRATIVAS JORNALÍSTICAS TRANSMIDIÁTICAS:
UMA ANÁLISE DO ESPECIAL DESTINO GEOPARK ARARIPE**

Palmas/TO
2019

LYS APOLINÁRIO REIS

**NARRATIVAS JORNALÍSTICAS TRANSMIDIÁTICAS:
UMA ANÁLISE DO ESPECIAL DESTINO GEOPARK ARARIPE**

Monografia foi avaliada e apresentada à UFT – Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Palmas, Curso de Jornalismo para obtenção do título de Bacharel e aprovada em sua forma final pela Orientadora e pela Banca Examinadora.

Orientadora: Profª Drª Liana Vidigal Rocha

Palmas/TO
2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

R375n Reis, Lys Apolinário.
Narrativas Jornalísticas Transmídiaicas: uma análise do especial Destino
Geopark Araripe . / Lys Apolinário Reis. – Palmas, TO, 2019.
87 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus
Universitário de Palmas - Curso de Jornalismo, 2019.

Orientadora : Liana Vidigal Rocha

1. Narrativa transmídia. 2. Narrativa. 3. Narrativa jornalística
transmídiaica. 4. O POVO. I. Título

CDD 070

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer
forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte.
A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184
do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

FOLHA DE APROVAÇÃO

LYS APOLINÁRIO REIS

NARRATIVAS JORNALÍSTICAS TRANSMIDIÁTICAS: UMA ANÁLISE DO ESPECIAL DESTINO GEOPARK ARARIPE

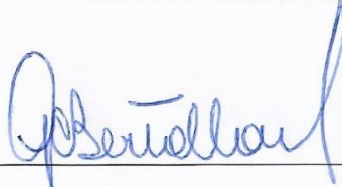
Monografia foi avaliada e apresentada à UFT – Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Palmas, Curso de Jornalismo para obtenção do título de Bacharel e aprovada em sua forma final pela Orientadora e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 10 / 12 / 2019

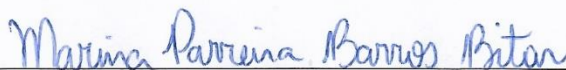
Banca Examinadora



Profª. Drª. Liana Vidigal Rocha, UFT



Drª. Gizeli Costa Bertollo Menezes, Unitins



Profª. Mª. Marina Parreira Barros Bitar, UFT

Palmas/TO, 2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter permitido que eu vivesse a experiência de cursar Jornalismo na UFT, esse curso foi para mim mais que aprendizado imensurável, foi um unguento para as feridas que trouxe de antes. Agradeço também à minha mãe, que me apoiou por todo esse período e antes dele, para que eu pudesse dar o melhor de mim. Agradeço à Sarah, por ser uma fonte de felicidade que me faz continuar a seguir sempre e à minha nana, por ter pago minhas dívidas no jardim três e na terceira série.

Iniciei a jornada até aqui com o apoio e a amizade do Boca de Pirata, composto por minhas melhores amigas Kamila, Letícia e Yasmin e também com a inspiração e a motivação que o professor Sérgio fez crescer em mim naquele primeiro semestre. Agradeço ao professor Sérgio por ter me apresentado à professora Edna e à professora Liana, sob a orientação delas concluí três anos de iniciação científica e passei a fazer parte do NepJor, que hoje é não só o grupo de pesquisa do qual faço parte, mas um grupo de amigos com muito a me ensinar.

Agradeço à Fernanda, que entrou para o nosso time e nos proporcionou divertidos jantares com inspiração nipônica e à turma de 2014/2, vocês foram os melhores. Agradeço a todos os professores pelas lições valiosas e momentos únicos. Em especial, agradeço à professora Liana, que sempre foi compreensiva e gentil comigo, obrigada pelas nossas conversas e risadas, pelos conselhos, pelas orientações, pelas aulas e pelas infinitas oportunidades de participar de projetos maravilhosos e aprender com a senhora, ser sua orientanda foi uma das melhores coisas que aconteceram nesses anos. Agradeço também à minha convidada Gizeli Bertollo, por aceitar participar do desfecho dessa jornada e à professora Marina, por ter se preocupado com o meu estado mental durante o processo de construção desse trabalho.

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de analisar a reportagem especial Destino Geopark Araripe quanto à sua adequação às características de uma narrativa jornalística transmidiática. A pesquisa pode ser classificada como básica, levando em consideração sua natureza; como qualitativa, levando em consideração a abordagem do problema e como exploratória, com relação aos seus objetivos. Com base nos procedimentos técnicos utilizados, é possível dizer que o trabalho se trata de um estudo de caso. Para a análise, a pesquisa adota o método científico dedutivo, a análise de conteúdo e a estratégia de emparelhamento. Através da interpretação dos resultados, é possível afirmar que a reportagem Destino Geopark Araripe atende à maioria das características de uma narrativa jornalística transmidiática, com algumas limitações, no entanto, já que não consegue explorar tão bem as potencialidades desse tipo de narrativa quanto alguns veículos de relevância internacional já exploram. Assim, através da pesquisa foi possível concluir que a reportagem pode ser classificada como transmidiática.

Palavras-chaves: Narrativa transmídia. Narrativa. Narrativa jornalística transmidiática. O POVO.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the special report Geopark Destino Araripe regarding its adequacy to the characteristics of a transmedia journalistic narrative. The research can be considered basic, taking into account its nature; as qualitative, considering the approach of the problem and as exploratory, in relation to its objectives. Based on the technical procedures used, it is possible to say that the work is a case study. For the analysis, the research adopts the deductive scientific method, the content analysis and the comparison strategy. From the interpretation of the results, it is possible to indicate that the Destination Geopark Geopark Araripe meets many of the characteristics of a transmedia journalistic narrative, with some limitations, however, as it cannot exploit the potentialities of this kind of narrative as well as some internationally relevant vehicles. Thus, through the research it was possible to conclude that the report can be classified as transmedia

Key-words: Transmedia storytelling. Narrative. Transmedia journalistic narrative. O POVO.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - A complementariedade na narrativa transmídia	33
Figura 2 - Lista dos conteúdos do especial nas diferentes plataformas.....	56
Figura 3 - Capa do jornal O POVO em 10 de setembro de 2019	57
Figura 4 - Capa do caderno especial.....	58
Figura 5 - Caderno impresso aberto	59
Figura 6 - Infográfico sobre os sítios do Geopark	60
Figura 7 - Última página do caderno impresso	61
Figura 8 - Infográfico interativo no site da reportagem.....	62
Figura 9 - Título "Sobre as Espécies Gigantes"	63
Figura 10 - Texto sobre dinossauros do Geopark no site	64
Figura 11 - Texto sobre dinossauros do Geopark no caderno impresso.....	64
Figura 12 - Informações discrepantes no site	65
Figura 13 - Texto sobre o geossítio Riacho do Meio no caderno impresso	66
Figura 14 - Exemplo de postagem que utiliza texto e imagens do caderno impresso.....	68
Figura 15 - Exemplo de postagem com episódio da websérie	68
Figura 16 - Exemplo de postagem sobre a reportagem no Facebook.....	69
Figura 17 - Postagem sobre a live que comenta a reportagem no Facebook.....	69
Figura 18 - Página do episódio 141 do podcast Recorte no Spreaker	71
Figura 19 - Recurso call to action no episódio 141	72

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Quadro criado para a análise das características gerais das narrativas jornalísticas transmidiáticas.....	51
Quadro 2 - Quadro criado para a análise das características das narrativas jornalísticas transmidiáticas em ambientes digitais	52
Quadro 3 - Características gerais das narrativas jornalísticas transmidiáticas na reportagem Destino Geopark Araripe.....	74
Quadro 4 - Características das narrativas jornalísticas transmidiáticas em ambientes digitais na reportagem Destino Geopark Araripe.....	76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

NJT	Narrativa Jornalística Transmídia
NT	Narrativa Transmídia
ABPod	Associação Brasileira de Podcasters
IoT	Internet das Coisas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	NARRATIVA.....	13
2.1	Aproximações ao conceito de narrativa	13
2.2	Narrativas midiáticas	18
2.3	Narrativas jornalísticas.....	23
3	NARRATIVA TRANSMÍDIA	30
3.1	Características da narrativa transmídia	30
3.2	Narrativa transmídia no entretenimento	36
3.3	Narrativa jornalística transmídia	41
4	PERCURSO METODOLÓGICO	46
5	A TRANSMIDIALIDADE NO ESPECIAL DESTINO GEOPARK ARARIPE ..	53
5.1	O POVO e a construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas.....	53
5.2	As partes do todo no Destino Geopark Araripe	58
5.2.1	O caderno impresso	58
5.2.2	O site	61
5.2.3	A websérie	65
5.2.4	As mídias sociais	67
5.2.5	O <i>podcast</i>	70
5.2.6	Entrevistas nas rádios.....	73
5.3	As características da narrativa jornalística transmídia na reportagem	73
6	CONSIDERAÇÕES PROVISÓRIAS	78
	REFERÊNCIAS	81

1 INTRODUÇÃO

Segundo Barthes (2013), as narrativas fizeram parte da existência das sociedades em todos os tempos, apresentando-se em incontável quantidade e variados formatos. “[...] A narrativa começa com a própria história da humanidade; não há, em parte alguma, povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas, e frequentemente estas narrativas são apreciadas em comum por homens de culturas diferentes” (BARTHES, 2013, p. 19). Assim, Motta (2012) diz que, com o passar do tempo e o avanço tecnológico, essas narrativas se distanciaram da oralidade e passaram a ser disseminadas principalmente através das mídias. De acordo com Motta (2013), as narrativas midiáticas podem ser fáticas, fictícias ou híbridas, sendo o jornalismo um tipo de narrativa fática, já que relata acontecimentos verdadeiros.

A narrativa jornalística apresenta diversos elementos e características, no entanto, atualmente, o aperfeiçoamento tecnológico demanda que a atenção dos pesquisadores e comunicadores esteja voltada à estruturação dessas narrativas, que devem apresentar seu conteúdo por meio de novos formatos inerentes aos ambientes e formas de produção, circulação e consumo contemporâneas. Dentre esses novos formatos narrativos, destaca-se a narrativa transmídia. Nos tempos atuais, a construção de narrativas transmidiáticas é considerada uma condição para o êxito por autores como Campalans; Renó e Gosciola (2012). Dessa forma, este trabalho tem a pretensão de contribuir para as discussões acerca das narrativas jornalísticas transmidiáticas.

Scolari (2014) e Dos Santos (2017) afirmam que o prestígio alcançado por esse tipo de narrativa faz com que diversos produtores apresentem seus conteúdos como transmidiáticos sem que isso seja verdade, apenas para aparentar maior inovação e qualificação. No caso do Brasil, a produção de narrativas jornalísticas transmidiáticas ainda é limitada a poucas empresas e organizações. Dentre essas, destaca-se o Grupo de Comunicação O POVO, referência no estado brasileiro do Ceará e no Nordeste, região cujas produções constantemente não recebem o mesmo destaque que as produções provenientes do Sul e Sudeste.

O coordenador de transmídia do grupo afirma que O POVO produz narrativas jornalísticas transmidiáticas há quatro anos e que em 2019 foram produzidas pelo menos oito narrativas desse tipo, sendo a reportagem Destino Geopark Araripe, veiculada em setembro de 2019, a mais atual lançada até o momento da análise. Assim, diante da complexidade do tema e da eventual classificação falsa de narrativas jornalísticas como transmidiáticas, surge o seguinte problema: A reportagem especial Destino Geopark Araripe pode ser considerada um

exemplo de narrativa jornalística transmidiática? Em vista da quantidade de narrativas jornalísticas transmidiáticas produzidas pelo Grupo de Comunicação O POVO e da presença de um cargo de coordenador de transmídia, considera-se a hipótese de que a reportagem possui as características necessárias para ser considerada uma narrativa jornalística transmidiática.

Esta pesquisa encontra sua relevância em um cenário em que a teoria e as definições que envolvem a narrativa jornalística transmidiática ainda são complexas. Canavilhas (2013) afirma que o conceito de transmídia é confundido com os conceitos de crossmídia e multimídia. Um dos motivos para essa confusão é a dificuldade na compreensão da complementariedade dos conteúdos enquanto fator determinante para a construção de uma narrativa transmidiática, de forma que há pesquisadores e produtores que ainda reduzem as narrativas transmidiáticas ao simples conteúdo multiplataforma ou crossmídia. Fora a complexidade do tema, Scolari (2014) e Dos Santos (2017) destacam o fato de que nem todas as narrativas nomeadas como transmidiáticas podem de fato ser assim nomeadas.

Desse modo, observa-se a importância de analisar a reportagem especial Destino Geopark Araripe quanto à sua adequação às características de uma narrativa jornalística transmidiática, sendo esse o objetivo geral desta pesquisa. Os objetivos específicos são: descrever as características de uma narrativa jornalística transmidiática; evidenciar as diferenças e proximidades entre a narrativa jornalística transmídia, crossmídia, multimídia e por fim, identificar os critérios utilizados pelos produtores da reportagem Destino Geopark Araripe para denominá-la como transmidiática.

O posicionamento ontológico desta pesquisa é subjetivista, já quanto ao posicionamento epistemológico, a pesquisa adota uma visão interpretativista. Esta pesquisa pode ser classificada como básica, levando em consideração sua natureza; como qualitativa, levando em consideração a abordagem do problema e como exploratória, com relação aos seus objetivos. Com base nos procedimentos técnicos utilizados, é possível dizer que o trabalho se trata de um estudo de caso. Para a análise, a pesquisa adota o método científico dedutivo, a análise de conteúdo e a estratégia de emparelhamento.

Este trabalho organiza-se em cinco capítulos, sendo que o Capítulo 1 e o Capítulo 2 apresentam a fundamentação teórica sob a visão de autores como Martino (2016); Motta (2005, 2012, 2013); Hergesel e Silva (2016); Carvalho (2019) Gomes (2017); Soares (2010) Calado e Rocha (2017); Scolari (2014); Dos Santos (2017); Jenkins (2010, 2013); Canavilhas (2013) e Dall’Agnese e Barichello (2018). O Capítulo 3 traz os procedimentos metodológicos seguidos durante a pesquisa. O Capítulo 4 traz a descrição e análise do material e o Capítulo 5 as considerações provisórias e os apontamentos de futuras possibilidades de pesquisa.

2 NARRATIVA

Neste capítulo são apresentados elementos e propriedades que ajudarão a delinear o conceito de narrativa, como se dá sua construção e qual o seu papel na civilização. Em seguida, são descritas as características das narrativas midiáticas, considerando que na contemporaneidade a mídia é um destacado meio de disseminação de narrativas. Além disso, o capítulo apresenta o conceito dos diferentes tipos de narrativa: fáticas, fictícias e híbridas e aprofunda-se na narrativa jornalística, sendo essa um tipo de narrativa fática.

2.1 Aproximações ao conceito de narrativa

Segundo Barthes (2013), as narrativas existentes no mundo são incontáveis e as formas como elas se apresentam são quase infinitas, podendo ser encontradas não só em diferentes gêneros, como também em diferentes formatos que utilizam a oralidade, a escrita, a imagem fixa ou em movimento e até mesmo a mistura entre essas diferentes configurações. O autor salienta também que as narrativas foram partes constituintes de todos os tempos, lugares e sociedades. “[...] a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há, em parte alguma, povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas, e frequentemente estas narrativas são apreciadas em comum por homens de culturas diferentes” (BARTHES, 2013, p. 19).

Apesar de não pensar a narrativa como algo preso a formatos, gêneros e modelos, Gerbner (1999) também pensa nela como elemento essencial na origem das sociedades pelo mundo. O autor entende a narrativa como nada mais que uma história contada. Em sua visão, a narrativa tem o grande potencial de formar vínculos entre pessoas. Martino (2016, p.42) partilha desse pensamento ao afirmar que “o ato narrativo, o momento de contar uma história, parece ser um momento privilegiado para se pensar e entender o ato comunicacional como uma forma de encontro com o outro”. Assim, para o autor, a narrativa é essencialmente um ato de comunicação que se configura na partilha com o outro.

Martino (2016) defende ainda que o ato de narrar implica no estabelecimento de uma relação entre o narrador e aquele que entra em contato com a narrativa. A narrativa, por sua vez, seria a responsável por preencher o espaço entre as pessoas. Dessa maneira, a narração conecta falante e ouvinte, ao passo que apresenta símbolos organizados de maneira a gerar um sentido que é compartilhado entre os integrantes do processo de comunicação. É a partir desse compartilhamento que o autor considera o ato de narrar como tendo um destacado potencial de

produzir um lugar comum, ao qual tanto falantes quanto ouvintes têm acesso, superando a simples relação entre emissor e receptor à medida que é criado um espaço compartilhado, mesmo que nesse ambiente os integrantes estejam em posições distintas. Dessa forma, Martino (2016) classifica a narrativa como uma dimensão dentro do conceito de Comunicação.

Nesse sentido, é bom especificar que o ato narrativo distingue-se de outros atos de comunicação pela natureza intrínseca de sua forma de comunicar: trata-se, a princípio, de “contar uma história”, isto é, de elaborar um conjunto de enunciados que faça algum sentido em si mesmo dentro de uma perspectiva compreensível a respeito de fenômenos que não estão presentes naquele momento. O ato narrativo desenha-se, dessa maneira, como um ato sobretudo de compartilhamento deliberado do simbólico entre duas ou mais pessoas providas de um determinado referencial apto a entender, ou ao menos perceber, as implicações desses elementos (MARTINO, 2016, p. 44).

No entanto, o autor alega que, apesar de a narrativa ser definida como o ato de contar uma história, ela não se limita a esse mero impulso, mas configura-se em uma ação do ser social e político. Tendo isso em vista, Leal (2007, p. 12) afirma que a narrativa, enquanto forma, “[...]estrutura-se na articulação de elementos específicos cuja inserção na economia textual deve-se, porém, ao diálogo com outros textos, à situação de comunicação e ao conjunto das relações histórico-sociais que a localizam num contexto”. Assim, o autor defende que a narrativa é um “[...] espaço de visibilidade, de equacionamento das relações de poder, políticas, identitárias, etc, daquele contexto, percebido tanto diacrônica quanto sincronicamente” (LEAL, 2007, p. 12).

Bruner (1991) endossa o pensamento a respeito da potencialidade do ato narrativo ao alegar que as narrativas apresentadas a uma determinada pessoa acabam por delinear sua realidade. Para o autor, as narrativas às quais se tem acesso ditarão o que será conhecido e a maneira como será conhecido, assim como aquilo que será desconhecido. Considerando isso, Martino (2016) afirma que para se construir uma narrativa é preciso primeiro classificar a realidade a fim de entendê-la. Os enquadramentos trazidos pela narrativa são produtos desse olhar sobre a realidade apreendida pelo construtor da narração. “É a partir dessa apreensão prévia da realidade que se formam as narrativas – que, por sua vez, se tornam parte do que entendemos por ‘realidade’” (MARTINO, 2016, p. 45).

Outro autor que também coloca as narrativas como elemento essencial para a compreensão do mundo é Motta (2005), ao defender que as narrativas são capazes de traduzir o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo em relatos. O autor diz que é através das narrativas que conseguimos observar as coisas, organizando-as e comparando-as umas com as outras de forma lógica e cronológica. Motta (2012, p. 60) reforça a ideia ao declarar que “[...]”

a narrativa é a expressão humana que entretece os significados em configurações coerentes”. Guimarães (2007, p. 2) diz ainda que “as narrativas constituem o eixo do nosso olhar conhecedor – ponto de fuga através do qual torna-se possível apreender o cotidiano”.

Diante de tal relevância atribuída às narrativas, são muitas as definições de pesquisadores e autores sobre as configurações do texto narrativo e os elementos essenciais para a sua construção. Todorov (2013) considera que a narrativa é formada pela tensão entre mudança e repetição. A mudança seria o implacável caminho das ocorrências da vida, a narrativa infindável da vida, a história, onde cada segundo se coloca pela primeira e derradeira vez. Já a repetição é o elemento fundamental na tentativa de organizar o caos trazido pela mudança, ela busca trazer sentido ou ordem à mudança. A repetição, ou semelhança, indica a falta de singularidade do momento presente, já que, esse, repete momentos passados ou divulga momentos futuros. Dessa forma, para o autor, a narrativa se configura na tensão entre mudança e repetição, ao passo que não se deixa comandar por uma nem por outra.

Motta (2012) descreve a narrativa de forma um tanto diferente, pois considera que a mudança é que seria responsável por organizar o discurso narrativo, à medida que gera sequencialidade. Apesar disso, ambos os autores consideram que o estado de transformação é parte essencial da narrativa. Motta (2012, p. 61) aponta a narrativa como “a forma universal de empalavrado dramatizado da realidade para ajudar o homem e as coletividades a se situarem continuamente no mundo em movimento, a história”. Segundo o autor, a narrativa é banhada pela narratividade, que seria a qualidade de descrever uma determinada coisa enunciando uma sucessão de momentos de transformação. Essa enunciação das mudanças é a força organizadora da narração. Em seu livro, *Análise Crítica da Narrativa*, Motta afirma que:

Narrar é relatar eventos de interesse humano enunciados em um suceder temporal encaminhado a um desfecho. Implica, portanto, narratividade, uma sucessão de estados de transformação responsável pelo sentido. A palavra-chave é sucessão. Ela introduz a questão da sequenciação, ou desenvolvimento temporal. A narratividade coloca imediatamente a ideia de prosseguimento-interrupção ou a dialética da continuidade-descontinuidade, já vista em páginas anteriores. A sucessão encadeia unidades narrativas em uma estrutura profunda (uma dinâmica funcional e sequencial): uma complicação que solicita uma resolução. Segundo Ricoeur (1994), há uma analogia entre contar uma história e o caráter necessariamente temporal da experiência humana. A experiência do tempo estrutura-se em ações sucessivas cujo desenvolvimento numa intriga coesa se traduz numa espécie de dialética entre sucessividade e síntese. Narrar é, portanto, relatar processos de mudança, processos de alteração e de sucessão inter-relacionados (MOTTA, 2013, p. 71).

Para além da relação da narrativa com a mudança, Todorov (1970) nos apresenta cinco categorias essenciais ligadas à construção do texto narrativo. Segundo o autor, a base para a

estruturação narratológica é formada por personagens, enredo, narrador, tempo e espaço. Podem também ser acrescentadas mais três categorias opcionais: analepse/prolepse, discurso e ornamentos. Hergesel e Silva (2016) explicam que os personagens são os indivíduos que realizam as ações dentro da narrativa, já o enredo, trata-se das ações desenvolvidas dentro do mundo narratológico. A categoria seguinte, o narrador, é configurada pelo ponto de vista que guia a história, sendo o tempo o elemento que corresponde à época e maneira, cronológica ou psicológica, em que tudo acontece. Por fim, o espaço é o ambiente físico ou mental em que a narrativa acontece.

Tratando das categorias facultativas, Hergesel e Silva (2016) definem que a analepse e a prolepse são projeções dentro do tempo narrativo. A analepse é um retorno na história ou uma interrupção no tempo narrativo para a exposição de eventos passados, já a prolepse é um avanço, que expõe acontecimentos futuros. O discurso é a segunda categoria opcional e corresponde às falas e diálogos entre os personagens. A última categoria é composta pelos ornamentos, que, segundo os autores, tratam-se das figuras de linguagem usadas para estilizar a tessitura.

Ainda quanto à estrutura, Hergesel e Silva (2016), referenciados nos estudos de Abdala Júnior (1995) e Vasconcelos (2008) sobre a visão todoroviana da estrutura narrativa, apresentam uma divisão em quatro módulos, são eles: “(a) exposição – apresentação breve dos personagens, tempo e espaço; (b) complicação – conflito entre os personagens, o que gera tensão; (c) clímax – o momento de maior tensão, parte mais impactante; (d) desfecho: consequências, solução ou conclusão do conflito”. Em seguida, os autores afirmam que a narrativa se separa em história e discurso. A história é aquilo que é contado e está conectada com o conteúdo da narrativa, já o discurso é a maneira como é contado, mais conectado com o formato da narrativa.

Explanando melhor: a história (o conteúdo) abarca o sentido de evocar uma realidade, expondo acontecimentos que supostamente ocorreram – ainda que ficticiamente – e que podem ser relatados por um livro, um filme, uma conversa oral etc. O discurso (a forma), por sua vez, não compreende os acontecimentos em si, mas a maneira como o narrador permite que o leitor os conheça. O que se espera dessa estrutura primordial da narrativa, portanto, é que ela dialogue com a expectativa do leitor e, assim, provoque uma tensão [...] (HERGESEL e SILVA, 2016, p. 90).

Hergesel e Silva (2016) partem do princípio de que a narrativa é uma história contada, seja ela fictícia ou real, envolta em um discurso que muda dependendo de quem a conta. Os autores comparam a narrativa a um tecido nobre formado por camadas de texto que cosem ocorrências, fatos e ações. “O texto narrativo, portanto, é uma textura feita com lã de vicunha,

das mais nobres, composta por retalhos que caracterizam movimentações e envolvem personagens – humanos ou não – em determinada ambientação e com tempo geralmente demarcado” (HERGESEL e SILVA, 2016, p. 89).

Apesar das inúmeras metáforas que associam o ato de narrar ao de costurar, Carvalho (2019) considera que essa perspectiva, pretensiosamente poética, não é capaz de contemplar todos os tipos de narrativas, distanciando-se principalmente da narrativa de acontecimentos violentos, tão frequentes em nossa sociedade e que são relatados através de narrativas comunicacionais e jornalísticas. O autor acredita que tal comparação pode ser até mesmo uma armadilha conceitual e metodológica diante de temas espinhosos como a violência física e simbólica sofrida por alguns grupos sociais atualmente.

Tendo isso vista, em seu artigo “É possível tecer fios de alta tensão desencapados? Comunicação, jornalismo e acontecimentos sociais que envolvem violência”, Carvalho (2019) defende que a comparação mais apropriada para esse tipo de narrativa seria aquela que sugerisse a similaridade entre narrar e urdir fios de alta tensão desencapados. “Quando lidamos com tais casos, trabalhamos com superfícies ásperas, emaranhados de difícil decifragem, fios que se desencontram, pontas que não se conectam, sentidos aparentes que tendem mais a ocultar do que a revelar conexões” (CARVALHO, 2019, p. 36-37).

Esse tipo de impasse, como o trazido por Carvalho (2019), deve-se ao espalhamento do estudo das narrativas por outras áreas, para além da literatura. Com isso, também a narrativa objetiva ou fática, que relata fatos reais, começa a ser analisada por um grande número de pesquisadores. Motta (2012) afirma que até o século passado, a análise das narrativas era reservada ao campo literário, mas que, com a volta da narrativa à cena cultural, ela passou a ser um elevado objeto para áreas como as ciências sociais e cognitivas, que antes eram resistentes ao seu estudo.

Fica evidente agora que o retorno da narrativa ao centro do pensamento filosófico e cognitivo é parte do giro linguístico e antropológico. É produto da recuperação da ideia da linguagem como objeto primordial de mediação entre o homem e o mundo ‘exterior’ a ele, intersubjetivamente institucionalizado através das inúmeras narrativas humanas, do mar de estórias onde o homem navega às cegas buscando encontrar os sentidos da vida e da aventura humana. Empurrados por essas teorias iluminadoras, demo-nos conta da relevância das narrativas na textura geral da experiência e na configuração intersubjetiva de nossa sociedade (MOTTA, 2012, p. 60).

Motta (2012) pontua que, se antes as narrativas circulavam por meio da oralidade, atualmente elas são disseminadas principalmente pela mídia. O autor alega que mesmo tendo perdido o monopólio que mantiveram através dos anos, as narrativas midiáticas ainda

conquistam e encantam audiências e nos ajudam a nos orientar no mundo. Dessa forma, sejam tecidas por fios de seda ou urdidas por fios desencapados de alta tensão, as narrativas midiáticas; ficcionais ou fáticas, se mostram capazes de nos guiar por um vasto caminho de descobrimento.

2.2 Narrativas midiáticas

Segundo Gomes (2017), narrativas midiáticas são histórias contadas por intermédio de algum tipo de mídia. O autor salienta que o conceito de mídia pode ser compreendido de três maneiras distintas: através do viés sociológico, através do viés midiológico¹ e através da teoria das três mídias apresentada por Pross (1997). Assim, sob o olhar sociológico, a mídia é o conjunto dos meios de comunicação, uma instituição detentora de poder simbólico que se coloca de forma central com relação às outras instituições, já que possui a habilidade de fazer com que informações circulem simultaneamente entre muitas pessoas. Sob o olhar midiológico, a mídia é vista como o suporte de uma mediação. Domingues (2010) afirma que, segundo o paradigma mediológico, a mediação é uma ligação, aquilo que liga a experiência.

Quanto à teoria das três mídias, Gomes (2017, p. 232) alega que essa é “a teoria que combina aspectos das definições anteriores e ainda insere o corpo como suporte comunicativo, propondo um modelo ternário semelhante ao das tecnologias da inteligência de Levy”. Dessa maneira, a mídia primária é a comunicação que se estabelece presencialmente através do corpo, principalmente da fala, na qual os participantes estão inseridos no mesmo contexto. Já a mídia secundária é a comunicação estabelecida através de suportes extra corporais, capazes de registrar as narrativas de forma mais fixa, nesse caso o contexto entre os participantes não é o mesmo. Por fim, a mídia terciária é a comunicação em que os interlocutores utilizam suportes tecnológicos. (PROSS, 1997)

De acordo com Gomes (2017, p. 233), “a noção de mídia terciária engloba tanto os meios de comunicação tradicionais como também a internet; a mídia secundária corresponde às mediações; e a mídia primária insere o corpo como suporte”. Motta (2012) não considera o conceito de mídia primária, já que afirma que as narrativas orais são diferentes das narrativas midiáticas por circularem através da oralidade e não da mídia. Segundo o autor, as narrativas midiáticas, acima de outros tipos de narrativa, tomaram para si o interesse dos pesquisadores.

¹ Apesar de Gomes (2017) utilizar a palavra midiológico, outros autores, como Domingues (2010), utilizam a palavra mediológico.

Na contemporaneidade, quando a humanidade consolida cada vez mais um conhecimento indireto do mundo através das diversas linguagens (verbal, gestual, visual, sonora, eletrônica, digital) e de novos meios tecnológicos cada vez mais sofisticados, a representação e instituição do mundo pela mídia adquiriram uma importância ainda mais fundamental. E a construção e constituição do mundo na forma narrativa através da mídia, uma relevância ainda mais estratégica. Compreender os processos cognitivos e gnosiológicos por meio das criativas e inovadoras formas narrativas que abundam na mídia tornou-se hoje um desafio instigante para profissionais e analistas (MOTTA, 2013, p. 88).

Tendo isso em vista, Motta (2005) explica que, quando estudamos os sistemas narrativos inseridos na sociedade, estamos nos voltando para a narratologia, a qual “dedica-se ao estudo das relações humanas que produzem sentidos através de expressões narrativas, sejam elas factuais (jornalismo, história, biografias) ou ficcionais (contos, filmes, telenovelas, videoclipes, histórias em quadrinho)” (MOTTA, 2005, p. 2). Segundo o autor, a narratologia busca entender como os sujeitos sociais estabelecem seus significados por meio dos processos que envolvem a visão narrativa da realidade.

No entanto, para além de representações da realidade, Motta (2005) afirma que as narrativas midiáticas configuram-se em um modo de organização das nossas ações conforme as estratégias culturais da conjuntura. “As narrativas e narrações são dispositivos discursivos que utilizamos socialmente de acordo com nossas pretensões. Narrativas e narrações são forma de exercício de poder e de hegemonia nos distintos lugares e situações de comunicação” (MOTTA, 2005, p. 3). Sendo assim, o autor acredita que o discurso narrativo jurídico, literário, histórico, jornalístico e todos os demais, fazem parte dos jogos de linguagem e efetivam atuações sócio-culturais que ultrapassam os meros relatos representativos.

Desde esse ponto de partida, a narratologia não pode ser concebida como um ramo das ciências da linguagem apenas nem um desdobramento da teoria literária. Torna-se uma forma de análise e um campo de estudo antropológico porque remete à cultura da sociedade e não apenas às suas expressões ficcionais. A narratologia passa a ser utilizada não somente para a crítica de romances, contos, novelas como ocorre predominantemente, mas como um procedimento analítico para compreender os mitos, as fábulas, os valores subjetivos, as ideologias, a cultura política inteira de uma sociedade (MOTTA, 2005, p. 3).

Dessa forma, Motta (2013) não se limita às narrativas midiáticas fictícias, que recebem ênfase dos teóricos da literatura, mas discute também a respeito das narrativas fáticas e defende que ambas são “[...] construções discursivas sobre a realidade humana. São representações mentais linguisticamente organizadas a partir de nossas experiências de vida. Sejam elas fictícias ou fáticas, são sempre construções de sentido sobre o mundo real ou imaginado” (MOTTA, 2013, p. 83).

Quando a narrativa é fruto de uma invenção como um videoclipe musical, um filme, uma história em quadrinho ou um romance, trata-se de uma ficção, uma construção acerca de um mundo que existe apenas na imaginação. Por outro lado, quando a narrativa relata algo verdadeiro, que de fato tenha acontecido no mundo real, como no caso das notícias, documentários, biografias, reportagens ou do relato de acontecimentos históricos, temos ainda uma construção discursiva, mas, nesse caso, sobre os acontecimentos do mundo real vividos por pessoas reais. Assim, as narrativas sempre se tratam de construções discursivas, não importando se são fictícias ou fáticas. (MOTTA, 2013)

Motta (2013) afirma que enquanto as narrativas factuais buscam formar relações lógicas e cronológicas das coisas físicas e das relações humanas reais ou fáticas, as narrativas ficcionais buscam formar relações lógicas e cronológicas das coisas imaginárias ou fictícias. “Ambas, entretanto, são atividades miméticas (imitativas) das ações humanas, metáforas da vida, e guardam com o referente empírico uma relação mais ou menos íntima, dependendo da intenção de verdade de cada uma delas” (MOTTA, 2013, p.89).

Apesar de serem atividades miméticas, as narrativas fáticas e fictícias não devem ser percebidas como pura imitação. Barbosa (2008) salienta que a atividade mimética é entendida como uma iniciativa, um fazer ou um criar humano que, apesar de imitar, também cria algo. “Se pretendemos imitar uma ação, desde o início já elaboramos uma disposição desses atos, e ao imitar nunca o fazemos como uma simples cópia, pois aí também há algum tipo de criação” (BARBOSA, 2008, p. 1109). Segundo Ricoeur (1994, p.60), “a imitação ou a representação é uma atividade mimética enquanto produz algo, a saber, precisamente a disposição dos fatos pela tessitura da intriga. [...] a mimese de Aristóteles tem só um espaço de desenvolvimento: o fazer humano, as artes de composição”.

Motta (2013) aponta como exemplos de narrativa objetiva a historiografia e o jornalismo, já que ambos se tratam de relatos que procuram um maior grau de proximidade com o real. Segundo o autor, os narradores tanto do Jornalismo quanto da História tentam manter o relato objetivo através de estratégias específicas, como relatar uma visão aparentemente externa dos fatos, o que acaba por causar uma falsa imagem de que, na verdade, são os próprios fatos que estão revelando os acontecimentos e não o narrador. Carvalho (2010, p.10) afirma que as narrativas jornalísticas “necessitam de instrumentos que as tornem legítimas, motivo pelo qual são empreendidos esforços no sentido de dar a elas uma aparência de objetividade, ainda que este seja apenas um ideal”.

Com relação à narrativa fictícia, Motta (2013) apresenta como exemplo a literatura, já que é baseada na imaginação e não tem o dever de representar a realidade de forma fiel. “Os

narradores dos mitos e da literatura não se atêm aos fatos nem procuram ser fiéis à realidade. Ao contrário, criam suas narrativas, remetem em maior ou menor grau à fantasia, e não evitam contaminá-las com seus próprios valores morais, éticos e estéticos” (MOTTA, 2013, p. 89). De acordo com o autor, nesse tipo de narrativa, é o narrador, e não os fatos, o responsável por contar o que aconteceu, ou seja, por fazer a mediação entre a audiência e a realidade. Apesar disso, Motta (2013) alega que mesmo em narrativas fictícias, como no caso do cinema ou da literatura, é preciso que haja um mínimo grau de verossimilhança, de conformidade com as normas do mundo real, para que se alcance credibilidade.

Para fazer sentido e conseguir os efeitos desejados pelo narrador, a literatura necessita ancorar os fatos no real. Mesmo a literatura fantástica, que relata casos absurdos, necessita reafirmar o real para remeter seus leitores ao mundo irreal, a fim de provocar os efeitos de espanto ou assombro (MOTTA, 2006). O grau de verossimilhança ou de fantasia de um conto, romance ou telenovela depende da intencionalidade do autor e da estratégia narrativa que ele adota para confirmar essa intencionalidade: alguns contos ou telenovelas podem ser mais realistas, outros, mais fantásticos. Podem ainda explorar um terreno híbrido como o realismo fantástico da literatura latino-americana e de algumas telenovelas brasileiras (MOTTA, 2013, p. 90).

Em contraponto com a necessidade da narrativa fictícia de possuir um certo grau de relação com a realidade, Motta (2013) diz que também as narrativas fáticas, como a histórica e a jornalística, estão carregadas de subjetividade, não importando o esforço que façam no sentido contrário. “A historiografia realista também relata e gera inevitavelmente subjetividades quando destaca o papel de um herói nacional, quando relata a vitória heroica de certo segmento social frente a outro em uma batalha ou movimento social, por exemplo” (MOTTA, 2013, p. 90). Ponte (2005) afirma que no jornalismo a subjetividade se manifesta no controle do narrador sobre os vários aspectos da narrativa.

Recorrendo a conceitos de narratologia, podemos considerar que na dimensão axiológica do jornalismo há um ideal de focalização externa - objectiva, sem interferência - em particular na separação entre relatos e comentários. Por outro lado, na dimensão instrumental da seleção dos factos, e sobretudo na sua construção como relato de reportagem, a focalização torna-se mais próxima da omnisciente, faz uso de um conhecimento superior ao fornecido, o narrador pode controlar os eventos reportados, os personagens que os interpretam, o tempo em que se movem, os cenários em que se situam (PONTE, 2005, p. 46).

Além da existência de narrativas fáticas como notícias, entrevistas e transmissões ao vivo, e de narrativas fictícias, como as telenovelas, os anúncios narrativos e os filmes, Motta (2013) admite também que as narrativas “podem ser híbridas em muitos casos, como nos programas de auditório, entrevistas ou comerciais que necessitam remeter o consumidor ao seu

mundo real para realizar o efeito de sedução e convencimento, assim como outras narrativas midiáticas” (MOTTA, 2013, p. 90).

Segundo Soares (2010), as narrativas que abundam nas mídias na contemporaneidade são formadas tanto de elementos factuais quanto de ficcionais, são narrativas marcadas pelo hibridismo e buscam uma revalidação de uma representação fiel do real. “Se o discurso constrói, em um mesmo movimento, sua identidade e sua relação com outros discursos, verdade e ficção se entrelaçam em tramas complexas, possibilitando caminhos outros nos quais tecer as narrativas midiáticas” (SOARES, 2010, p. 70).

De acordo com Motta (2013), as narrativas midiáticas utilizam estratégias que exploram do fático ao imaginário para envolver o público e obter sua adesão. “Exploram o fático para causar o efeito de real (a objetividade e a veracidade) e o fictício para causar efeitos emocionais (subjetividades, emocionalidades). Tudo depende da intenção do narrador midiático e das estratégias dele” (MOTTA, 2013, p. 91). Soares (2010) afirma que, olhando para os discursos referenciais, a divisão entre ficção e realidade está ficando mais imprecisa a cada dia, já que encontramos, com certa frequência, reportagens e documentários que misturam os limites entre a imaginação e a história.

Para além das estratégias aplicadas às narrativas midiáticas, Motta (2013) chama atenção para o fato de que as narrativas estão inseridas na mídia de forma muito mais intensa do que conseguimos perceber em um primeiro olhar.

Mesmo quando a imagem revela o flagrante de um só momento e nenhum estado de mudança aparente, a foto pode insinuar mudança, estimular estórias ao redor do tema. Basta descobrir os indícios e as marcas do texto (da foto) que estimulam uma estória, e a narrativa saltará aos olhos. O que estamos sugerindo é que o analista procure na mídia estórias (narrativas) onde aparentemente elas não parecem estar presentes. Ele se surpreenderá ao notar como o discurso narrativo permeia inúmeros tipos de mensagem em todos os meios de comunicação, inclusive nas mensagens curtas e herméticas da internet (MOTTA, 2013, p. 91-92).

Desse modo, Motta (2013) evidencia que tais considerações são interessantes para que percebamos que a narratologia midiática se distingue da narratologia literária. Enquanto a análise midiática deve se preocupar com o processo de comunicação narrativa, na análise literária o foco é mais voltado para a obra e suas estruturas. No entanto, no caso da narrativa jornalística, Motta (2013, p. 100) diz que sua análise deve ser “um meio caminho entre a análise da narrativa literária (ficcional) e a análise da narrativa histórica (fática), integrando elementos dessas duas vertentes em uma síntese narrativa nova e singular, que precisa dar conta da complexidade semiótica da comunicação jornalística”.

2.3 Narrativas jornalísticas

Segundo Soares (2010, p.59), “se afirmamos que os discursos jornalísticos possuem uma forma predominantemente narrativa, assumimos, por conseguinte, que a narrativa não é privilégio do relato ficcional, constituindo também o relato factual”. Motta (2005) também acredita que o jornalismo está repleto de recursos narrativos, mesmo no caso das *hard news*², já que, ainda assim, o narrador recorre a breves trechos narrativos para humanizar o texto e aproximar o leitor daquilo que está sendo narrado. Carvalho (2010) ressalta, no entanto, que o fato de utilizar recursos narrativos, apesar de demonstrar a aproximação entre a narrativa jornalística e a literária, não implica em ignorar a ética inerente ao jornalismo.

Tendo isso em vista, Soares (2010) aponta o jornalismo como um lugar de construção de narrativas midiáticas e diz que, à frente dos relatos pretensiosamente fiéis ao real, a narrativa jornalística é uma forma cultural, à medida que constrói e define o espaço social. “O objetivo mais importante das notícias, portanto, é fornecer à arena simbólica e à cidadania imagens abrangentes e representativas (ou construtos) da nação e da sociedade”³ (GANS, 1980, p. 312, **tradução nossa**). Já Calado e Rocha (2017) afirmam que a narrativa jornalística se distingue da literária pela sua competência de colaborar com a construção social do real, mas que, a despeito dessa diferenciação, ambos os tipos de narrativa possuem características em comum, como por exemplo a existência de enredo, narrador e personagens nos dois tipos narratológicos.

Sendo assim, Motta (2005) alega que se no caso das *hard news* o jornalismo não se abstém de utilizar recursos narrativos, no caso do jornalismo literário e das *soft news*⁴, o jornalismo acaba por encarar de frente seu caráter narrativo. De acordo com o autor, o hibridismo de gênero é algo muito presente no jornalismo, que emprega estratégias que utilizam ora efeitos de real, ora efeitos de sentido para conquistar seu público. Calado e Rocha (2017) também afirmam que “de forma estratégica, o jornalismo utiliza seus códigos de “veracidade” e “realidade” e inclui algumas personagens como fontes, para conduzir o leitor ao sentido desejado”.

Entendemos que a narrativa jornalística é um permanente jogo entre os efeitos de real e outros efeitos de sentido (a comoção, a dor, a compaixão, a ironia, o riso, etc.), mais

² Em inglês, tem o sentido de notícia importante. Designa o relato objetivo de fatos e acontecimentos relevantes para a vida política, econômica e cotidiana. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_h.htm. Acesso em 10 set. 2019.

³ The most important purpose of the news, therefore, is to provide the symbolic arena, and the citizenry, with comprehensive and representative images (or constructs) of nation and society.

⁴ Textos mais leves e saborosos que não precisam ter relação imediata com a descrição de um acontecimento. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_h.htm. Acesso em 10 set. 2019.

ou menos exacerbados pela linguagem dramática das notícias. Procura sempre vincular os fatos ao mundo físico, mas cria incessantemente efeitos catárticos. É um permanente jogo entre as intenções do jornalista e as interpretações do receptor. É polissêmica, intersubjetiva, híbrida, transita contraditoriamente nas fronteiras entre o objetivo e o subjetivo, denotação e conotação, descrição fática e narração metafórica, *realia* e poética. Transita entre premissas verossímeis (*eikós*) ou menos verossímeis (*éndoxon*), *logos* e *mythos* (MOTTA, 2005, p. 9).

Motta (2005) ressalta que uma das principais estratégias do narrador na narrativa jornalística é provocar o “efeito de real”. Golin e Horn (2017, p. 131) reafirmam essa ideia ao alegarem que “a narrativa jornalística é conhecida por uma retórica própria, que busca a maior coerência possível com a realidade por meio de algumas estratégias que buscam a produção de efeitos de veracidade nos textos”. Segundo Motta (2005), nesse tipo de narrativa o narrador se distancia de seu relato, se coloca da forma mais discreta possível, utilizando recursos de linguagem para disfarçar o seu papel como narrador e mediador da informação. “É um narrador que nega até o limite a narração. Finge que não narra, apaga a sua presença. Faz os fatos surgirem no horizonte como se estivessem falando por si próprios” (MOTTA, 2005, p. 8-9).

Além dos recursos linguísticos, o autor diz também que a colocação da narrativa no tempo presente também é uma estratégia para trazer neutralidade e objetividade. Vicchiatti (2005) confirma essa estratégia quando afirma que o jornalismo está sempre narrando no presente aquilo que, na verdade, faz parte de um passado, mesmo que seja um passado pouco distante da atualidade. O autor defende que, apesar de reconstruir o passado, a narrativa jornalística não é capaz de relatar a realidade em sua totalidade.

A utilização de fontes, a citação de datas, lugares, personagens e instituições e a apresentação de dados estatísticos e números são outros recursos apontados por Golin e Horn (2017) e Motta (2005), nesse caso o objetivo é utilizar as referências como um atestado de rigorosidade e veracidade do relato. No entanto, Motta (2013) atenta para o fato de que é necessário não somente saber quais são as estratégias do narrador jornalístico, mas também quem é esse narrador. De acordo com o autor, há pelo menos três narradores quando lidamos com a narrativa jornalística: o veículo, o jornalista e a personagem trazida como fonte. Os três narradores participam de uma negociação política e simbólica para disputar o poder de voz, de maneira que um narrador sobrepõe o outro e a relação entre eles mostra-se mais tensa que harmoniosa.

Estudar as narrativas jornalísticas é descobrir os dispositivos retóricos utilizados pelos repórteres e editores capazes de revelar o uso intencional de recursos linguísticos e extralinguísticos na comunicação jornalística para produzir efeitos (o efeito de real ou os efeitos poéticos). Neste sentido, afirmamos que o jornalismo é uma linguagem argumentativa e não há um estilo jornalístico, mas sim uma retórica jornalística. Quem

narra tem sempre algum propósito ao narrar: nenhuma narrativa é ingênua, muito menos a narrativa jornalística (MOTTA, 2005, p. 9).

Apesar da importância do efeito de real, Motta (2005) discute também as estratégias que buscam causar efeitos de sentido ou efeitos poéticos. O autor diz que a retórica da linguagem jornalística é tão extensa e complexa quanto a literária e que sua natureza é dramática. “Recursos lingüísticos e extra lingüísticos remetem os receptores a estados de espírito catárticos: surpresa, espanto, perplexidade, medo, compaixão, riso, deboche, ironia, etc” (MOTTA, 2005, p. 11). Segundo o autor, tais recursos são utilizados com a intenção de que o leitor se identifique com a narrativa, já que os efeitos poéticos humanizam os fatos.

O jornalismo representa a vida e as ações dos homens (bons e maus), relata as tragédias e as epopéias modernas. Contam as histórias de nossos heróis e vilões, nossas batalhas, conquistas e derrotas. O mundo do jornalismo é o mundo da tragédia e da comédia humanas, é habitado, como as artes e a literatura, pelo *mythos*. Tem uma ética e uma poética, como outras linguagens estéticas, ainda que o jornalismo não resolva os conflitos que traz (ao contrário, deixa os episódios permanentemente em abertos para complementação por parte da audiência, que solicita permanentemente mais notícias) (MOTTA, 2005, p. 11).

Motta (2005) apresenta ainda outros aspectos que aproximam a narrativa jornalística da literária, como a presença de personagens e do conflito. Segundo o autor, a narrativa jornalística caracteriza-se pelo jogo de linguagem entre a narrativa histórica e a literária. Muitas vezes, devido ao caráter referencial e factual da narrativa jornalística e às estratégias que causam o efeito de real, esse tipo de narrativa é visto como mais próximo à narrativa histórica e realista. No entanto, Motta (2005) acredita que a narrativa jornalística se relaciona em vários momentos com o texto literário. Calado e Rocha (2017, p. 15) afirmam que “a narrativa é identificada no jornalismo também por características pertinentes ao texto narrativo literário, a exemplo do enquadramento no tempo (crono) e no espaço (topo), o cronotopo”.

Com relação ao conflito, Motta (2005) diz que esse é um elemento estruturante de qualquer narrativa, sobretudo da jornalística. De acordo com Gancho (2002, p. 11), “conflito é qualquer componente da história (personagem, fatos, ambiente, ideias, emoções) que se opõe a outro, criando uma tensão que organiza os fatos da história e prende a atenção do leitor”. Para Motta (2005), o conflito trabalha com anormalidades, rupturas e discontinuidades, desempenha um papel central, de forma que todos os demais elementos narratológicos giram em torno do conflito. “São os conflitos que abrem o espaço para as novas ações, sequências e episódios, que prolongam e mantêm a narrativa viva. É a expectativa em torno do desenlace das histórias que mantêm as notícias nos jornais ou telejornais” (MOTTA, 2005, p. 5).

Segundo Motta (2005), a narrativa jornalística geralmente se inicia com um conflito ou situação problema, um acontecimento de caráter dramático, negativo e imediato, que traz transtorno, desequilíbrio, desorganização e ambiguidades. O conflito pode se dar por ausência ou demasia de algo, “pode ser uma inversão ou transgressão, pode ser um conflito manifesto ou implícito: um crime, um golpe, uma infração, um choque, um rompimento, uma anormalidade climática, a eclosão de um fenômeno físico ou social de impacto”. (MOTTA, 2005, p. 5). O autor diz que existem no mínimo dois lados que se confrontam na maioria dos acontecimentos jornalísticos. Assim, sempre existem interesses conflitantes, algo que, ao se romper, gera tensão e causa um desequilíbrio, de modo que a narrativa jornalística se constrói na dinâmica entre equilíbrio e desequilíbrio. Essensfelder (2017, p. 43) afirma que, no jornalismo, as narrativas são “essencialmente apresentações e desdobramentos de conflitos: crimes, rupturas, disputas, transformações inesperadas”.

De acordo com Motta (2005), a identificação dos conflitos de uma narrativa permite que se compreenda a funcionalidade dos episódios do enredo. “Episódios são unidades narrativas analíticas intermediárias que relatam conjuntos de ações relativamente autônomos (motivos) correspondentes às transformações no transcórre da história. Conectam-se ao todo, no qual significativamente se inserem” (MOTTA, 2005, p. 5-6). Segundo o autor, os episódios devem receber nomes que designarão sua funcionalidade, como por exemplo complicação, resolução, situação estável ou equilíbrio, clímax, vitória, punição, desfecho e etc. Tais funcionalidades guardam semelhança com as funções pertencentes à análise narrativa literária.

No caso do jornalismo, Motta (2005) diz que é comum que a narrativa tenha início pelo clímax, dessa maneira, os fatos são jogados sobre o leitor e os jornais precisam utilizar recursos como as infografias para explicar o que está ocorrendo. “Essas situações correspondem, com algumas particularidades, à analepse (*flashback*) das narrativas ficcionais. São reforços para memória cultural do receptor, conexões que faltam e precisam ser trazidas para a compreensão das relações” (MOTTA, 2005, p. 6). O autor afirma que o jornalismo também utiliza depoimentos de autoridades, técnicos e outras personagens que resgatem frações anteriores de significação preciosas à reconstituição semântica do enredo, constituindo estratégias de linguagem, retrospectivas que recobram a memória de episódios passados.

Já no que diz respeito às personagens, Motta (2005) afirma que, no jornalismo, elas geralmente sofrem transformações no eixo das histórias e são altamente individualizadas. Motta (2005, p. 7) alega que “na narrativa jornalística há sempre uma relação íntima entre personagens e pessoas físicas porque personagens representam pessoas reais”. No entanto, o autor destaca que apesar de o jornalismo ser uma narrativa fática, suas personagens são ainda “figuras de

papel”, mesmo que essas figuras de papel correspondam a pessoas reais. Motta (2005) diz que, no jornalismo, o que temos é a versão da história e não a realidade histórica, as notícias constroem personagens, heróis, bandidos, mocinhos, vilões, conflitos, punições, combates, etc.

A questão mais controversa da análise da personagem jornalística refere-se, portanto, ao fato de não ser ela uma entidade puramente ficcional e arbitrária a gosto da criação do autor como ocorre na arte, mas produto de uma narrativa fática. A personagem jornalística guarda uma relação estreita com a pessoa, com o ser real objeto da narração. Isso gera uma complexidade singular. Mesquita defende, com o que concordamos, que a narratividade é uma característica dominante do texto jornalístico, guardando um parentesco com a narrativa da história e biográfica. Por isso, o *investimento* ideológico no texto não é menor que nas artes (MOTTA, 2005, p. 7).

Segundo Gancho (2002, p. 14), a personagem é “[...] um ser fictício que é responsável pelo desempenho do enredo; em outras palavras, é quem faz a ação. Por mais real que pareça, a personagem é sempre invenção, mesmo quando se constata que determinados personagens são baseados em pessoas reais”. Motta (2005) afirma que na narrativa jornalística as personagens trazidas representam pessoas reais, no entanto, o público tem acesso somente ao recorte da pessoa trazido pelo jornalista ou pelo produto jornalístico, tal recorte corresponde à personagem da narrativa jornalística, constituída de fragmentos de pessoas reais veiculados pelo jornalismo. “A pessoa real é sempre irreduzível às narrativas que se contam a seu respeito. [...] A mídia constrói personagens de acordo com seus critérios jornalísticos e de verossimilhança” (MOTTA, 2005, p. 7-8).

No entanto, a personagem jornalística constitui igualmente uma construção do seu autor na medida em que ele possui autonomia de escolha entre os elementos que lhe são propostos pelo real e na respectiva elaboração. Tal como o cidadão comum ordena os dados de seu *curriculum vitae* de acordo com seus objetivos, o jornalista possui igualmente liberdade ao modelar o “retrato” que constrói de uma pessoa pública. O perfil ou “retrato” jornalístico envolve uma dimensão de pesquisa e inquérito, mas não é mera reprodução ou reflexo do “real”, é uma construção que mobiliza a subjetividade do repórter. O seu papel não se limita a “descrever” pessoas que existem na vida real. A subjetivação pressupõe que se apresente a personagem como uma interpretação e uma construção e não como uma ilusão referencial, destinada a abolir a consciência da mediação jornalística (MOTTA, 2005, p. 8).

De acordo com Motta (2005), outra característica da narrativa jornalística é a existência de um fundo ético ou moral. “Os jornalistas só destacam certos fatos da realidade como notícia porque esses fatos transgridem algum preceito ético ou moral, alguma lei, algum consenso cultural. A notícia representa sempre uma ruptura ou transgressão em relação a algum significado estável” (MOTTA, 2005, p. 14). No entanto, o autor diz que esse fundo ético ou moral não é necessariamente algo que é percebido pelo jornalista e raramente é notado pelos

receptores. Segundo Motta (2005), nem os jornalistas se atentam para isso quando editam os textos, nem os receptores quando consomem o produto jornalístico. “Uns e outros estão envolvidos nas tramas imediatas, nos significados explícitos dos episódios jornalísticos. No cotidiano da produção e consumo da indústria cultural dificilmente os interlocutores se dão conta do significado exemplar ou fabular dos relatos noticiosos” (MOTTA, 2005, p. 14).

O fundo ético ou moral é ainda algo que depende do narrador, apesar disso, não é só ele o responsável pela construção da narrativa jornalística, o receptor tem também um papel essencial em sua finalização. Segundo Ricoeur (1994), ao consumir a narrativa, o receptor a reconfigura e conclui, a leitura da narrativa é, na visão do autor, “[...] o último vetor da configuração do mundo da ação sob o signo da intriga” (RICOEUR, 1994, p. 118). Motta (2005, p. 13) concorda com Ricoeur (1994) quando diz que cabe ao receptor “conectar as partes com a ajuda da memória, tecer os laços de significação temporal, preencher as lacunas, reconfigurar as indeterminações, articular passado, presente e futuro, montar os atravessados quebra-cabeças das intrigas e significados através de atos criativos de recepção”.

É na interpretação imaginativa do leitor, ouvinte ou telespectador que a narrativa jornalística ganha narratividade e consistência, ganha contornos morais e éticos, reconfigura histórias significativas independente da identidade, das qualidades intrínsecas, modos e estilos do texto. O leitor, ouvinte ou telespectador realiza a fusão de horizontes de expectativas porque precisa e busca encadear os fragmentados episódios das notícias com as difusas histórias de sua vida, repondo continuamente o ato de recepção na cultura, no mundo da vida (MOTTA, 2005, p. 13).

A recepção, o enredo, os narradores, as estratégias de real e de sentido, as personagens e o fundo ético ou moral são características da narrativa jornalística discutidas com profundidade por Motta e outros autores que nos ajudam a vislumbrar como se configura a base desse tipo de narrativa. Motta (2013), no entanto, diz que as complexidades conceituais e metodológicas próprias da análise da narrativa jornalística apresentam-se principalmente no caso das *hard news*. Para o autor, as *soft news* guardam maior semelhança com a ficção.

Nesse gênero de reportagem, tipo *soft news*, o jornal e seus editores concedem ao repórter uma liberdade maior para criar, relatar e contar em uma linguagem quase literária ou quase ficcional. O repórter se desvencilha então dos rigores da linguagem enxuta e objetivada, do compromisso de se manter próximo ao referente empírico, e ganha liberdade para imaginar, criar e sugerir no texto efeitos estéticos de sentido. Em alguns casos, ganha até mesmo liberdade para relatar na primeira pessoa. O texto desse gênero de reportagem afasta-se do jornalismo duro do dia a dia, adquire maior dramaticidade, uma estrutura semelhante à do conto, e pode ser estudado conforme qualquer outra narrativa de ficção, porque sua intenção é menos produzir efeitos de veracidade que efeitos estéticos próprios da ficção. (MOTTA, 2013, p. 95).

Entretanto, independentemente de serem *hard news* ou *soft news*, ou de exibirem elementos como narrador e personagens, atualmente o aperfeiçoamento tecnológico demanda que a atenção dos pesquisadores e comunicadores esteja voltada para as narrativas que apresentam seu conteúdo por meio de novos formatos, inerentes aos ambientes e formas de produção, circulação e consumo contemporâneas.

Warshaw (2013, p. 10), em sua apresentação para o livro de Jenkins (2013), diz que “novas práticas narrativas estão sendo adotadas”. Essa afirmação se refere principalmente à narrativa transmídia, considerada atualmente como uma das mais interessantes formas de estruturação narrativa por diversos autores. Campalans; Renó e Gosciola (2012, p. 1, **tradução nossa**) afirmam que “construir uma narrativa a partir dos conceitos de transmídia não é mais uma opção, mas uma necessidade para se obter êxito⁵”.

⁵ Construir una narrativa a partir de los conceptos de transmedia no es más una opción, sino una necesidad para obtener éxito.

3 NARRATIVA TRANSMÍDIA

Este capítulo trata das características que definem uma narrativa transmídia, assim como de suas diferenças com relação a outros tipos de narrativas com as quais é confundida. São apresentados também alguns contrapontos e divergências entre diferentes autores a respeito de aspectos que envolvem a transmidialidade. Por fim, o capítulo traz exemplos de narrativas transmídia produzidas pela indústria do entretenimento e as diferenças e particularidades da narrativa jornalística transmídia.

3.1 Características da narrativa transmídia

Segundo Scolari (2014), o conceito de narrativa transmídia foi introduzido por Jenkins em 2003, no entanto, alguns autores como Dos Santos (2017) acreditam que Jenkins apenas aprofundou um conceito já muito antigo. De acordo com Dos Santos (2017), a narrativa transmídia possui “ancestrais” vindos de tempos remotos, a exemplo das narrativas folclóricas, míticas, bíblicas e religiosas, que são referenciadas em diversas obras de arte como esculturas, pinturas e peças de teatro. Ainda assim, o autor ressalta que a narrativa transmídia contemporânea se diferencia por ter um caráter “[...] planejado, coordenado e principalmente orientado por razões econômicas bem definidas, que buscam otimizar o relacionamento com os consumidores dessas narrativas a partir do desenvolvimento de uma rede de conteúdos integrados [...]” (DOS SANTOS, 2017, p. 141). Dos Santos (2017) diz que esses conteúdos são dispersos por meio de múltiplas plataformas para aumentar o contato com o público e consequentemente, o engajamento, a lucratividade e até mesmo as relações afetivas.

Jenkins (2009a), no entanto, não chega a considerar as histórias bíblicas, míticas e folclóricas como transmidiáticas, pois os produtos que referenciam essas narrativas apenas tentam recontar uma história em diferentes mídias. Para o autor, essas histórias são adaptações e os dois conceitos são divergentes. Jenkins (2009a) diz que a narrativa transmidiática conta diferentes histórias sobre um mesmo universo narrativo, sem que o conteúdo se repita. Desse modo, a construção de um universo transmídia é vista na contemporaneidade como uma forma inovadora de estruturação narrativa.

De acordo com Arnaut *et al.* (2011, p. 273), “podemos dizer que vivemos atualmente em uma ‘Era Transmídia’, pois o mundo nunca teve uma diversidade tão grande de plataformas e meios de comunicação disponíveis à grande massa da população que pode engajar-se, interagir e gerar conteúdo”. Jenkins (2010a, *on-line*) também enaltece o potencial desse formato

narrativo ao afirmar que “em termos de domínio cultural, a transmídia nos permite criar uma experiência mais rica, mais profunda do que a expressa por um único meio”. Arnaut *et al.* (2011, p. 265) acrescentam que “a abordagem transmídia se mostra cada vez mais atual e interessante por integrar todos os conceitos de produção e distribuição de conteúdos em uma única metodologia e processo de criação, envolvendo qualquer tipo de mídia”.

No entanto, apesar do grande reconhecimento da narrativa transmídia, existe ainda uma dificuldade na identificação das características que a definem, assim como em sua diferenciação com relação a outros formatos. Canavilhas (2013) diz que há uma confusão entre o conceito de transmídia e outros semelhantes, como multimídia e crossmídia. Martins e Soares (2011) também afirmam que os conceitos de crossmídia e transmídia são equiparados nos textos de autores como Correia e Filgueiras (2008), Médola (2009) e Dena (2004). Dessa forma, para compreender a narrativa transmídia é preciso não apenas entender seu conceito, mas saber diferenciá-la de outros formatos narrativos.

Segundo Jenkins (2013), uma narrativa transmidiática deve apresentar conteúdos em diferentes plataformas, sendo que cada conteúdo precisa ser pensado e caracterizado de acordo com a plataforma para a qual foi construído, seja ela filme, livro, quadrinho, jogo, site ou uma determinada mídia social. Jenkins (2007, *on-line*, **tradução nossa**) diz que a narrativa transmídia configura “[...] um processo onde os elementos narrativos são sistematicamente dispersos através de múltiplos canais de entrega de modo a criar uma unificada e coordenada experiência de entretenimento”⁶. Scolari (2014) também coloca a dispersão por múltiplos meios e plataformas como uma das características que definem esse tipo de narrativa. “A narrativa começa em uma história em quadrinhos, continua em uma série de desenhos de televisão animada, expande-se na forma de um longa-metragem e termina (termina?) incorporando novas aventuras interativas em videogames”⁷ (SCOLARI, 2014, p. 72, **tradução nossa**).

Fechine (2012, p. 71) alerta, no entanto, para o fato de que “[...] a expressão ‘narrativa transmídia’ ou ‘narrativa transmidiática’ não deve ser usada para designar, indistintamente, qualquer procedimento de articulação de conteúdos em múltiplas plataformas”. É essa confusão que resulta na equívoca equiparação entre narrativa transmídia e narrativa crossmídia, já que, Canavilhas (2013) aponta o conceito de crossmídia como semelhante ao de multiplataforma, quando o conteúdo está presente em mais de uma plataforma midiática. De acordo com

⁶ Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience.

⁷ La narrativa comienza en un cómic, continúa en una serie televisiva de dibujos animados, se expande en forma de largometraje y termina (¿termina?) incorporando nuevas aventuras interactivas en los videojuegos.

Filgueiras *et al.* (2008), a narrativa crossmídia é caracterizada pelo direcionamento do receptor de uma plataforma para outra ou de um meio para o próximo, de forma que o narrador utiliza as ferramentas e potencialidades de cada meio para dialogar com o receptor e direcioná-lo para a plataforma seguinte.

No caso da narrativa transmídia, a simples presença de conteúdo em múltiplas plataformas não se apresenta sozinha como característica definidora dessa estrutura narrativa, é preciso que estejam presentes outras características como a complementaridade do conteúdo, a não linearidade e a participação do público. Martins e Soares (2011, p. 5) ajudam a distinguir transmídia e crossmídia quando afirmam que “[...] na narrativa crossmidiática, a intenção não é expandir o conteúdo, mas promovê-lo. O diálogo principal não é com o assunto, com a temática ou com o contexto, mas com a mídia”. A partir dessa colocação podemos distanciar os dois formatos narratológicos, pois o propósito da dispersão da narrativa transmídia por múltiplas plataformas é justamente a expansão do universo narrativo e não a simples presença em diferentes plataformas.

A narrativa transmídia reflete a economia da consolidação da mídia ou o que os observadores da indústria chamam de "sinergia". As empresas de mídia modernas são integradas horizontalmente - isto é, elas mantêm interesses em uma faixa do que antes era uma indústria de mídia distinta. Um conglomerado de mídia é incentivado a divulgar sua marca ou expandir suas franquias em tantas plataformas de mídia quanto possível. Considere, por exemplo, as histórias em quadrinhos publicadas antes do lançamento de filmes como *Batman Begins* e *Superman Returns*, da DC (de propriedade da Warner Brothers, o estúdio que lançou esses filmes). Essas histórias em quadrinhos forneceram histórias que aumentaram a experiência do espectador no filme, ao mesmo tempo em que também ajudam a divulgar o próximo lançamento (obscurecendo assim a linha entre marketing e entretenimento). A configuração atual da indústria do entretenimento faz da expansão transmídia um imperativo econômico, mas os artistas transmídia mais talentosos também navegam nessas pressões do mercado para criar uma história mais expansiva e imersiva do que seria possível de outra forma ⁸(JENKINS, 2007, *on-line*, tradução nossa).

Outra separação necessária para o entendimento da narrativa transmídia é com relação ao conceito de narrativa multimídia. Canavilhas (2013, p. 57) diz que a narrativa multimídia é “[...] o resultado da utilização simultânea de conteúdos com diferentes naturezas,

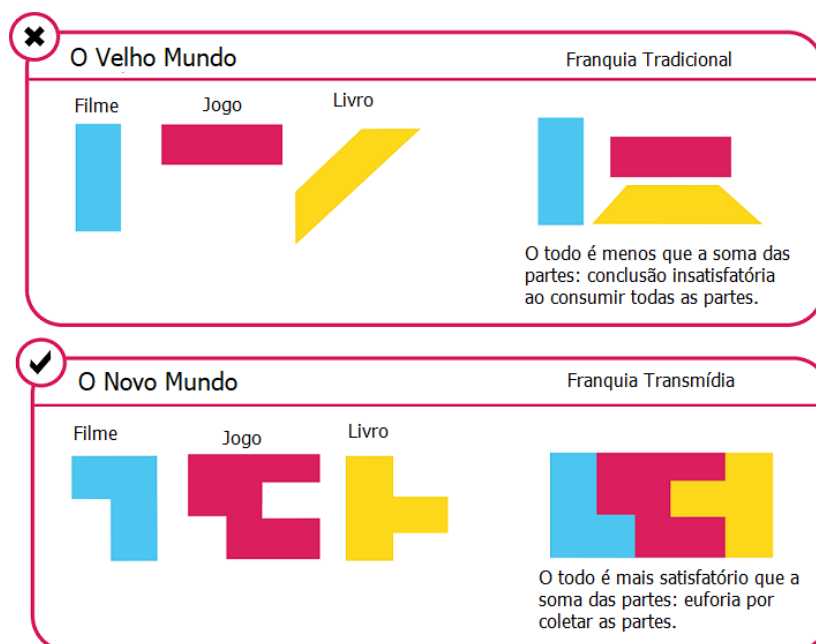
⁸ Transmedia storytelling reflects the economics of media consolidation or what industry observers call "synergy." Modern media companies are horizontally integrated - that is, they hold interests across a range of what were once distinct media industries. A media conglomerate has an incentive to spread its brand or expand its franchises across as many different media platforms as possible. Consider, for example, the comic books published in advance of the release of such films as *Batman Begins* and *Superman Returns* by DC (owned by Warner Brothers, the studio that released these films). These comics provided back-story which enhanced the viewer's experience of the film even as they also help to publicize the forthcoming release (thus blurring the line between marketing and entertainment). The current configuration of the entertainment industry makes transmedia expansion an economic imperative, yet the most gifted transmedia artists also surf these marketplace pressures to create a more expansive and immersive story than would have been possible otherwise.

nomeadamente vídeos, sons, fotos, gráficos e/ou textos”. Considerando isso, Martins e Longhi (2015) explicam que, mesmo partilhando algumas características iguais, como a multimídia, a interatividade e a hipertextualidade, a narrativa transmídia e a multimídia não podem ser consideradas como idênticas.

Enquanto a narrativa multimídia caracteriza-se pela exploração de diferentes recursos multimidiáticos para construir um discurso unificado, a narrativa transmídia “[...] perpassa de uma mídia para outra para contar histórias construídas a partir de um mesmo enredo, mas com versões distintas e complementares – e totalmente independentes” (MARTINS E LONGHI, 2015, p. 5). Ou seja, a narrativa transmídia exige a não linearidade e complementariedade do conteúdo, enquanto o conteúdo multimídia pode se repetir nos diferentes formatos ou mesmo necessitar de leitura linear.

Sendo assim, Jenkins (2013) explica que o universo da narrativa transmídia deve ser construído para que o leitor possa acessar os diferentes conteúdos em qualquer ordem. Cada parte deve ser independente, ou seja, não deve precisar das outras para ser compreendida. O autor pontua também que todas as partes da narrativa devem pertencer e ajudar a construir e ampliar o mesmo universo narrativo, assim, o conteúdo não pode se repetir nas diferentes plataformas. O material disponível em cada plataforma deve ser complementar, de maneira que o público consiga ter uma visão ampliada do universo cada vez que tiver acesso a uma parte diferente (ver figura 1).

Figura 1 - A complementariedade na narrativa transmídia



Fonte: Robert Pratten (2015, **tradução nossa**)

Assim como Pratten (2015), Jenkins (2010a) pontua que a complementariedade do conteúdo incentiva a participação do público, a qual é apontada por Jenkins (2013) como outra característica inerente à narrativa transmídia. Segundo o autor, os fãs de uma determinada franquia transmidiática ajudam na construção e divulgação de seu universo. Scolari (2013) diz que a participação dos usuários na expansão do conteúdo é considerada decisiva para que se possa nomear uma narrativa como transmídia. Esse critério não é estabelecido apenas por autores como Jenkins (2013) e Scolari (2013), Dall’agnese e Barichello (2018) afirmam que a participação é um elemento mencionado constantemente como principal dentro da narrativa transmidiática.

Em um mundo transmídia, cada consumidor está apto a ter um mix diferente de conhecimento a respeito de um projeto compartilhado, porque cada um vai consumir diferentes partes de um todo. Isso permite um contexto em que usuários comparam seus conhecimentos por meio de suas redes sociais, ensinando uns aos outros o que precisam saber para compreender completamente o conjunto (JENKINS, 2010a, *online*).

Jenkins (2009b) chega a alegar que o universo transmídia só se concretiza quando os receptores tomam para si “o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs [...]” (JENKINS, 2009b, p. 47). Já Scolari (2014, p. 73, **tradução nossa**), ressalta o lugar elevado ocupado pela participação quando diz que “a participação dos usuários na expansão faz com que seja impossível saber onde termina um universo narrativo transmídia”⁹, segundo o autor, “é possível saber onde os universos transmídia começam...mas nunca onde terminam”¹⁰.

Ryan (2015), entretanto, participa da corrente contrária e não concorda com o valor atribuído à expansão dos universos transmídia através da participação. A autora acredita que tal visão é ingênua e que “[...] não há necessariamente uma relação entre a participação ativa dos usuários e a transmedialidade”¹¹ (RYAN, 2015, p. 10, **tradução nossa**). Para Ryan (2015), não são os conteúdos criados por fãs que atraem a audiência para o produto transmidiático, mas a maneira interessante e atraente através da qual os universos transmídia são construídos. Além disso, a autora pontua que nem todas as temáticas têm compatibilidade com a participação do público, em certos casos, inclusive, não é recomendável que os receptores intervenham na construção narrativa.

⁹ La participación de los usuarios en la expansión hace imposible saber dónde termina un mundo narrativo transmedia.

¹⁰ Los mundos narrativos transmedia se sabe dónde comienzan... pero nunca dónde acaban.

¹¹ I Would like to argue that there is no necessary relation between active user participation and transmediality.

Além das discussões sobre as características definidoras da narrativa transmídia, Jenkins (2010b) discute também as características base da estética transmidiática, sendo a primeira a “[...] mudança de foco; a ênfase recai não sobre personagens individuais e suas histórias, mas sobre formas cada vez mais complexas de construção de mundos” e a segunda a “[...] expansão das formas tradicionais de serialidade que distribuem a informação narrativa por várias parcelas de conteúdo” (JENKINS, 2010b, p. 24).

Os seriados tradicionais se desenvolviam através de uma única mídia, oferecendo meios de orientação para os espectadores, mesmo quando havia aqueles “buracos” que aumentavam nosso interesse na história. Os novos seriados se desenvolverão através de múltiplas plataformas midiáticas, permitindo a conexão de vários elementos, com um fluxo menos linear de informação, criando um espaço no qual poderemos partilhar com outros usuários aquilo que encontrarmos. (JENKINS, 2010b, p. 24)

A terceira e última característica apontada pelo autor é a centralização de “múltiplas formas de subjetividade, em que, da mesma forma que acontece com as novelas, nos envolvemos com a história por meio das perspectivas de vários personagens, que por sua vez refletem valores e situações sociais diferentes” (JENKINS, 2010b, p. 24). Jenkins (2010b) explica que as extensões do conteúdo transmidiático permitem que o público explore o universo de forma mais profunda, assim, após ter acesso às histórias de fundo e às visões de personagens secundários, esse público retorna à narrativa principal com um novo e mais completo conjunto de referências.

A narrativa transmidiática está em posição de destaque atualmente e continua conquistando a atenção de autores, pesquisadores e profissionais da área da comunicação. Scolari (2014) acredita que esse formato narrativo já se consagrou entre os estudos acadêmicos e que nem mesmo a “saída de moda” da narrativa transmídia será capaz de desbancá-la enquanto conceito teórico. “Se algum dia os profissionais de comunicação substituírem o conceito de transmídia por outro, o mundo científico continuará a usá-lo, porque já foi suficientemente analisado e teorizado para justificar sua sobrevivência nos discursos acadêmicos”¹² (SCOLARI, 2014, p. 79, **tradução nossa**).

Para se obter uma melhor compreensão desse tipo de narrativa é inevitável a passagem por exemplos provindos da indústria do entretenimento, mesmo nos casos em que o interesse

¹² Si algún día los profesionales de la comunicación reemplazan el concepto de transmedia por otro, el mundo científico seguirá utilizándolo, porque ya ha sido lo suficientemente analizado y teorizado como para justificar su supervivencia en los discursos académicos.

está focado nas narrativas transmidiáticas fáticas, já que Jenkins (2013) conceitua esse formato narrativo explorando os universos fictícios construídos no contexto do entretenimento.

3.2 Narrativa transmídia no entretenimento

Scolari (2014) afirma que certos exemplos de narrativas transmidiáticas já se tornaram cânones, como Matrix, Guerra nas Estrelas, Harry Potter e outros. Segundo o autor, essas obras consideradas paradigmáticas partilham características importantes da narrativa transmídia, a exemplo da expansão do universo através da utilização de plataformas e formatos multimidiáticos diversos e da participação dos fãs. Scolari (2014) acredita que qualquer produto tem, inicialmente, um potencial de se tornar uma narrativa transmidiática, de forma que um universo transmidiático poderia surgir “[...] a partir de um livro (Harry Potter), de um longa-metragem (Guerra nas Estrelas e Matrix), de uma série televisiva (Star Trek ou Lost), de uma história em quadrinhos (The Walking Dead) ou uma atração em um parque de diversões (Piratas do Caribe)”¹³ (SCOLARI, 2014, p. 73, **tradução nossa**).

Em seu livro *Cultura da Convergência*, Jenkins (2013) dedica um capítulo inteiro à análise do universo transmídia de Matrix. O autor relembra o início da franquia, quando parte dos espectadores saiu dos cinemas sem compreender do que se tratava a história do primeiro filme. Jenkins (2013) conta que no pré-lançamento de “Matrix” a pergunta “O que é Matrix?” foi jogada ao público e após o lançamento do filme os fãs entraram em frenesi em busca de informações que ajudassem a compreender melhor esse universo. Matrix era um mundo complexo cuidadosamente construído que instigava sua audiência a mergulhar mais profundamente em suas histórias para compreendê-lo melhor.

Assim como no livro *Jogador Número Um*, de Ernest Cline (2015), os fãs de Matrix tiveram que seguir pistas, jogar jogos e buscar incessantemente por novas informações que os ajudassem a conseguir o grande prêmio, que, no caso da franquia, não se tratava de ações de uma empresa ou da participação nos lucros provindos desse famoso produto transmidiático, mas da simples ampliação do quadro de referências sobre o universo de Matrix. Jenkins (2013) evidencia que toda essa agitação em busca de informações foi algo planejado.

A sequência do filme, *Matrix Reloaded* (2003), é lançada sem recapitulação, presumindo que temos domínio quase completo sobre sua complexa mitologia e seu

¹³ Como se puede observar, un mundo transmedia puede nacer a partir de un libro (Harry Potter), de un largometraje (Star Wars o The Matrix), de una serie televisiva (Star Trek o Lost), de un cómic (The Walking Dead) o de una atracción en un parque de diversiones (Piratas del Caribe).

elenco sempre crescente de personagens secundários. Termina abruptamente, com a promessa de que tudo fará sentido quando virmos a terceira parte, *Matrix Revolutions* (2003). Para apreciar verdadeiramente o que estamos vendo, temos que fazer a lição de casa (JENKINS, 2013, p. 137).

Segundo Jenkins (2013), os criadores de Matrix sabiam bem como construir uma narrativa transmídia, já que exploraram as potencialidades desse formato de maneira inteligente e satisfatória. O autor diz que os cineastas deixaram para trás pistas que só encontrariam significação se os espectadores jogassem o jogo da franquia. Existiam também outras narrativas pertencentes ao mesmo enredo como animações e quadrinhos com novas informações sobre o universo que precisavam ser baixados da web.

Quando gerações anteriores se perguntavam se haviam “entendido” um filme, geralmente era um filme de arte europeu, um filme independente, ou talvez uma obscura fita cult exibida de madrugada. Mas *Matrix Reloaded* quebrou todos os recordes de bilheteria entre filmes adultos, obtendo espantosos US\$ 134 milhões de lucro nos primeiros quatro dias após o lançamento. O videogame vendeu mais de um milhão de cópias em sua primeira semana no mercado. Antes mesmo de o filme ser lançado, 80% do público americano frequentador de cinema indicava *Matrix Reloaded* como um título “imperdível” (JENKINS, 2013, p. 137).

Apesar do grande sucesso, Jenkins (2013) comenta que Matrix recebeu muitas críticas argumentando que seus conteúdos não eram suficientemente autônomos. No entanto, mesmo considerando os ataques dos críticos de games, que alegavam que os jogos não eram independentes dos filmes e as críticas dos próprios fãs, que defendiam que suas teorias eram mais interessantes que o desenrolar da franquia, nota-se que Jenkins (2013) ainda considera Matrix como uma ousada experiência transmidiática que, mesmo não representando o ápice da utilização das estratégias inerentes à narrativa transmídia, revolucionou a história da construção de mundos. O autor diz que mesmo se considerarmos que a proposta de Matrix fracassou, ainda assim, seria um fracasso interessante e a experiência jamais perderia a sua importância.

Outros exemplos de narrativas provenientes da indústria do entretenimento que conquistaram seu próprio capítulo no livro de Jenkins (2013) foram Guerra nas Estrelas e Harry Potter. Ambos os casos servem como bons exemplos para entendermos como se dá a participação em uma narrativa transmidiática. O autor afirma que diversos produtos derivados da franquia Guerra nas Estrelas fizeram um enorme sucesso e serviram como recursos para o fenômeno de participação dos fãs. “A decisão de George Lucas de abrir mão do salário no primeiro filme de *Guerra nas Estrelas*, em troca da participação nos lucros da venda de produtos extras é amplamente citada como um momento decisivo no surgimento da nova estratégia de produção e distribuição de mídia” (JENKINS, 2013, p. 203-204).

Muitos desses brinquedos e bugigangas eram banais, se comparados aos tipos de narrativa transmídia descritos no capítulo anterior: quase não acrescentam informações novas à franquia em expansão. Contudo, assumiram significados mais profundos à medida que se tornaram recursos para a brincadeira de crianças, ou para a produção digital de filmes. Cineastas amadores muitas vezes fazem uso de figurinos e objetos disponíveis no mercado, utilizam trechos de música do disco da trilha sonora e sons dos vídeos ou dos jogos de computador de *Guerra nas Estrelas* e aproveitam a assistência técnica sobre efeitos especiais nos documentários de TV e nas revistas de grande circulação (JENKINS, 2013, p. 204).

Jenkins (2013) conta que as *action figures*¹⁴ de Guerra nas Estrelas fizeram tanto sucesso que cineastas amadores produziram filmes inteiros sobre o universo utilizando esses brinquedos colecionáveis, um exemplo foi o filme *Toy Wars* (2002), de Aaron Halon e Jason VandenBerghe. No entanto, o autor pontua também que a expansão do mundo pelos fãs não é apenas algo desejável, mas pode gerar algumas questões problemáticas também. O DVD de *George Lucas in Love* (1999), paródia de Guerras nas Estrelas, superou as vendas de Guerra nas Estrelas Episódio 1: A Ameaça Fantasma (1999) durante a primeira semana. Assim, surgiram questões como a necessidade de controlar o conteúdo produzido por fãs e de resguardar a propriedade intelectual dos produtores da franquia.

A Lucasfilm, produtora de Guerra nas Estrelas, teve problemas com a produção de *fan fictions*¹⁵ da franquia também. De acordo com Jenkins (2013), inicialmente a produtora permitiu e até incentivou a criação dessas histórias escritas por fãs, no entanto, com o surgimento de diversas narrativas eróticas envolvendo o universo, George Lucas, criador da franquia, proibiu *fan fictions* do gênero, tornando-as clandestinas. Em 1990, porém, os websites que disponibilizavam *fan fictions* viralizaram e os produtores de fanzines e *fan fictions* ressurgiram com toda a variedade de histórias sobre Guerra nas Estrelas. “Jeanne Cole, porta-voz da Lucasfilm, explicou: ‘O que se pode fazer? Como se pode controlar isso? Nós valorizamos os fãs, o que faríamos sem eles? Se ficarem com raiva de nós, de que adianta?’” (JENKINS, 2013, p. 211).

Posteriormente a Lucasfilm ofereceu aos fãs um espaço oficial para que eles escrevessem suas histórias, com a condição de que os direitos autorais pertenceriam à produtora, que poderia publicá-las e também tirá-las do site sem compensar ou pedir a permissão dos autores. A decisão foi criticada e houve até mesmo uma campanha para desestimular os fãs de utilizarem o espaço e produzirem conteúdo para a Lucasfilm.

¹⁴ Boneco com aparência de uma personagem de filme, desenho, série, jogo ou outra produção da indústria do entretenimento.

¹⁵ Histórias alternativas escritas por fãs sobre universos narrativos já existentes.

Atualmente, a relação entre a produtora e os fãs está mais amena e existe uma infinidade de *fan fictions* de Guerra nas Estrelas por todos os lugares, apesar disso, muitos fãs ainda temem a reação da Lucasfilm (JENKINS, 2013).

A propriedade intelectual é o campo de batalha que determinará o quão participatória nossa cultura vai se tornar. De algumas formas, os meios de massa estão criando mais espaço para participação e apropriação do que eu jamais antecipei. Mas é pouco provável que eles abram mão das histórias, imagens e sons de nossa cultura se não houver uma pressão séria por parte do público. Se olharmos para a história da cultura, veremos movimentos amplos que contradizem a viabilidade a longo prazo dos modelos correntes de propriedade intelectual (JENKINS, 2010b, p. 21).

Jenkins (2013) também destaca Harry Potter como uma narrativa transmidiática cuja participação do público tornou-se um fenômeno. O autor relembra dois acontecimentos conhecidos como “as guerras de Potter”. O primeiro se refere à luta de bibliotecários, editores, professores e outros grupos contra a direita religiosa que pediu para que os livros fossem retirados de escolas e bibliotecas. O segundo foi a tentativa da Warner Bros. de controlar a participação dos fãs. “As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender” (JENKINS, 2013, p. 236). Jenkins (2013) diz que se estudarmos esses dois conflitos a fundo, eles parecerão cada vez mais complexos e contraditórios, isso porque o autor acredita que estamos vivendo uma mudança do paradigma midiático.

Nenhum de nós sabe realmente como viver nesta época de convergência das mídias, inteligência coletiva e cultura participativa. Essas mudanças estão produzindo ansiosos e incertezas, até mesmo pânico, à medida que as pessoas imaginam um mundo sem *gatekeepers* e convivem com uma realidade de poder crescente da mídia corporativa. [...] Os fãs discordam entre si sobre o grau de controle que J. K. Rowling ou a Warner Bros. deveriam ter sobre o que os consumidores fazem com Harry Potter. Aparentemente, nenhum de nós sabe ainda todas as respostas (JENKINS, 2013, p. 236-237).

No cenário contemporâneo, diversas narrativas são apontadas como transmidiáticas, no entanto, *Game of Thrones* (2011), série televisiva criada por David Benioff e Daniel Brett Weiss baseada na série de livros As Crônicas de Gelo e Fogo (1996-2011), de George R. R. Martin, se destaca por seu forte potencial transmidiático. Apesar de ter sido desconsiderada enquanto franquia transmídia por Ryan (2015), observa-se que a produção tem o potencial para se tornar uma, se considerarmos os critérios apontados por Jenkins (2013) e caso a HBO, canal responsável pela produção, chegue a lançar uma série com histórias que expandam e não apenas adaptem, o universo dos livros.

Um bom exemplo do que se poderia fazer com *Game of Thrones* ocorreu com *Watchmen*, cujo universo narrativo obteve caráter transmidiático depois do lançamento da série televisiva na HBO. Os episódios de *Watchmen* dão continuidade aos acontecimentos dos quadrinhos de mesmo nome, no entanto, a história em quadrinhos não é leitura obrigatória para quem deseja entender a série, as duas narrativas podem ser consumidas de forma independente, apesar de apresentarem informações sobre o mesmo universo. Infelizmente, essa expansão de um universo já aclamado para uma nova plataforma ainda não foi cogitada para os projetos envolvendo *Game of Thrones*. A nova série, nomeada por enquanto de “*House of the Dragon*”, também se trata de uma adaptação.

As características que mais aproximam *Game of Thrones* da transmidialidade são a construção de um universo complexo e amplo, repleto de personagens secundários e histórias periféricas, e a participação do público. No Brasil, as *lives*¹⁶ das *youtubers*¹⁷ Carol Moreira e Míriam Castro comentando os episódios de *Game of Thrones* ficaram famosas, o vídeo “Arya e a Longa Noite”, com os comentários sobre o episódio três da última temporada da série, chegou a ter mais de 700 mil visualizações. Além disso, as *youtubers* foram responsáveis por colocar diversas vezes as *hashtags*¹⁸ utilizadas nas *lives* nos *Trending Topics*¹⁹ do Twitter nacional e mundial. Cada *live* tinha uma duração aproximada de duas horas e detalhava o episódio da semana, adicionando informações sobre o universo obtidas a partir dos livros e outras fontes oficiais.

A ânsia do público por informações levou os espectadores a assistirem a um episódio de cinquenta minutos e ainda correrem para ver uma *live* de duas horas. Em seus vídeos, Míriam e Carol discutem teorias, profecias, lendas e histórias periféricas que envolvem o universo da série e dos livros, apontam inconstâncias no roteiro, tentam adivinhar quais serão os próximos passos da narrativa e criam finais alternativos para os episódios da série. Além disso, as duas ainda criaram o *podcast*²⁰ Holdor Cavalo, no qual comentam, capítulo a capítulo, os livros que originaram a série, o que acaba por manter a atenção do público naquele mundo narrativo, mesmo com o término da produção televisiva.

¹⁶ Vídeos com transmissão ao vivo.

¹⁷ Pessoas que produzem conteúdo para a plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube.

¹⁸ Palavra-chave precedida por uma cerquilha, geralmente utilizada para rotular um conteúdo compartilhado em uma mídia social.

¹⁹ Ranking de assuntos mais comentados da plataforma de microblog Twitter.

²⁰ Para Luiz e Assis (2010), *podcast* é uma “mídia da cibercultura que vem conquistando grande espaço na internet graças a sua facilidade de criação e distribuição. Em linhas gerais, *podcasts* são programas de áudio ou vídeo ou ainda uma mídia de qualquer formato cuja principal característica é sua forma de distribuição direta e atemporal chamada *podcasting*. Entendemos que o *podcast* é tanto o arquivo de áudio ou vídeo transmitido via *podcasting* quanto o coletivo desses arquivos”. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em: 25 out. 2019.

Percebemos, assim, que as propriedades da narrativa transmídia são estratégias que receberam um lugar aclamado nas produções ligadas ao entretenimento, mas não somente nesse tipo de produção. A despeito de sua conceituação teórica inicialmente estar atrelada à indústria do entretenimento, a narrativa transmídia expandiu-se para diversas áreas da comunicação, de forma que Scolari (2014) afirma que atualmente são poucos os comunicadores que não desenvolvem seus produtos pensando na transmidialidade. “Em menos de dez anos, essas novas formas de narrativa abandonaram as discussões acadêmicas para se posicionarem no centro das estratégias de desenvolvimento da indústria cultural”²¹ (SCOLARI, 2014, p. 72, **tradução nossa**).

No jornalismo, a narrativa transmídia também conquistou seu espaço, sendo discutida por autores como Ryan (2015), Renó *et al.* (2011), Scolari (2013, 2014), Moloney (2015) e Canavilhas (2013). Segundo Renó *et al.* (2011), a inovação no processo comunicacional é um desafio a ser alcançado e a narrativa transmídia pode representar essa inovação, tornando a comunicação mais horizontal à medida que incentiva a participação efetiva também dos consumidores da informação noticiosa, o que vai de encontro ao modelo vertical vivenciado pela grande imprensa brasileira.

3.3 Narrativa jornalística transmídia

De acordo com Martins e Longhi (2015), os formatos em que as reportagens se apresentam na contemporaneidade se tornaram ferramentas que são ao mesmo tempo essenciais e desafiadoras quando se trata de garantir o sucesso de um conteúdo jornalístico lançado. Dessa forma, os autores afirmam que “as narrativas transmídia, inicialmente identificadas no ambiente do entretenimento, logo passaram a ser analisadas no jornalismo, especialmente o praticado nos meios digitais” (MARTINS E LONGHI, 2015, p. 2).

No entanto, apesar dos estudos sobre o tema, Canavilhas (2013) afirma que há uma dificuldade na transposição do conceito de transmídia para a área jornalística. Segundo o autor, um dos motivos é a complexidade inerente à área. Moloney (2015) também destaca que os preceitos utilizados na configuração de uma narrativa transmídia tradicional não são exatamente os mesmos no caso do jornalismo, sendo assim, a narrativa jornalística transmídia guarda algumas singularidades com relação à tradicional.

²¹ En menos de diez años estas nuevas formas de relato han abandonado las discusiones académicas para posicionarse en el centro de las estrategias de desarrollo de la industria cultural.

O autor afirma que, ao contrário do que precisa ocorrer no contexto ficcional, o jornalismo transmídia deve se preocupar com a limitação do conteúdo, para que os consumidores não sejam intimidados com a quantidade de material. Desse modo, não é ideal que uma narrativa jornalística transmídia tenha um universo quase infinito, como Scolari (2014) afirma que acontece no entretenimento. Dall’Agnese e Barichello (2018, p. 5) sintetizam o pensamento de Moloney (2015) ao afirmarem que “[...] a NJT²² não pode ser nem pequena demais, pois a falta de material poderia frustrar a curiosidade dos leitores mais interessados, nem grande demais a ponto de tornar impossível a apreensão do conteúdo em sua totalidade”.

Outra característica que difere as duas narrativas é a participação. Apesar da divergência de pensamento entre Ryan (2015) e Jenkins (2009b) sobre a participação, a abertura para a colaboração do público na construção de conteúdo se apresenta como um elemento especialmente problemático no jornalismo. Dall’Agnese e Barichello (2018) afirmam que “[...] uma narrativa jornalística transmídia nunca é tão aberta a ponto de perder seu caráter institucional ou sua autoria organizacional”. Ainda assim, Ryan (2015) acredita que é interessante oferecer escolhas e tarefas ao público.

Além do fenômeno de participação, Dos Santos (2017) afirma que também o caráter multiplataforma da narrativa jornalística transmídia é diferenciado. Segundo o autor, as narrativas jornalísticas expandem-se principalmente por meio das mídias sociais. Outra particularidade observada pelo autor é que o conteúdo jornalístico veiculado nas diferentes plataformas não é tão bem adaptado quanto no caso das narrativas transmídia tradicionais, que exploram com maior eficiência os recursos oferecidos por cada plataforma e criam textos que se encaixam com maior perfeição em seus ambientes específicos. Dessa forma, Dos Santos (2017, p. 144) diz que “o nível de especialização e divisão do conteúdo entre essas saídas (a normal e a das mídias sociais) não nos parece, nos casos de produção jornalística associada às NTs²³, nem próximos do que vemos nos casos originais”.

Quando uma franquia como Matrix incorpora um produto em desenho animado ou um game dentro de uma estratégia transmídia, todo um conjunto específico de habilidades, profissionais e tecnologias é ativado para dar suporte adequado e eficiente a esse tipo de desdobramento, num processo que implica em custos adicionais que serão cobertos justamente porque o emissor controla também a outra plataforma de entrega e através dela monetiza o projeto. Nos casos do jornalismo, em muitas situações é o mesmo profissional que faz as construções para as diversas saídas utilizadas. Mesmo quando existem equipes distintas, por exemplo, a do portal na internet e a das plataformas de mídia social, as adequações restringem-se aos textos e

²² Narrativa jornalística transmídia.

²³ Narrativas transmídia.

eventual uso maior ou menor de elementos multimídia como vídeos ou fotos (DOS SANTOS, 2017, p. 144).

Dos Santos (2017), lembra também que os conteúdos multiplataforma pertencentes à indústria do entretenimento são consequência da existência de grandes conglomerados midiáticos. No caso do jornalismo, o autor diz que a expansão para as mídias sociais, cujos donos não são os mesmos das empresas de jornalismo, tem sido complicada e que essas plataformas “[...] têm se tornado seus principais concorrentes, aumentando a fragmentação das audiências e praticamente forçando a transposição de conteúdo para seus domínios mais como estratégia de sobrevivência do que de expansão integrada e horizontal” (DOS SANTOS, 2017, p. 144). Dessa forma, Dos Santos (2017) afirma que o conteúdo jornalístico multiplataforma é prejudicado por estar em um ambiente que não é controlado pelos próprios produtores de conteúdo, como acontece com os produtos multiplataforma da indústria do entretenimento.

Outro aspecto divergente entre a narrativa transmídia tradicional e a narrativa jornalística transmídia é a motivação financeira por trás dos conteúdos produzidos. Dos Santos (2017) alega que, diferente das narrativas transmidiáticas tradicionais, a narrativa jornalística transmidiática não é construída para se tornar um produto com inerente potencialidade de monetização. Ainda assim, os interesses comerciais existem nas duas narrativas.

Além das características que a diferem da narrativa transmídia tradicional, um outro fator que envolve a narrativa jornalística transmídia é a sua maior compatibilidade com certos gêneros. Segundo Canavilhas (2013, p. 64), “os gêneros jornalísticos verdadeiramente adaptados à narrativa transmídia são os gêneros nativos do jornalismo na Web (*news games* e infográficos multimídia interativos), mas sobretudo a grande reportagem, um gênero transversal a todas as mídias”. O autor alega que a grande reportagem permite que o conteúdo seja trabalhado com maior profundidade, contextualização e liberdade. Além disso, esse gênero não é “[...] tão perecível como uma notícia, o que lhe permite ter um ciclo de vida mais longo” (CANAVILHAS, 2013, p. 65).

Dos Santos (2017) destaca cinco categorias de produtos jornalísticos com potencial sinérgico semelhante ao da narrativa transmídia tradicional. A primeira categoria pertence aos produtos inerentes ao jornalismo imersivo, cuja construção pode envolver câmeras 360° e ambientes reconstruídos a partir de scanners 3D ou softwares de produção de games. Na segunda categoria se encaixam os produtos jornalísticos que utilizam realidade aumentada para expandir e complementar seu conteúdo. A terceira categoria enquadra os *newgames* e suas variações, como infográficos, quebra-cabeças educativos e documentários. Na quarta categoria o autor cita os “experimentos utilizando internet das coisas (IoT) que se utilizam de sensores e

fluxos de informação múltiplos para construir experiências mais ricas e personalizadas de consumo de conteúdo informativo” (DOS SANTOS, 2017, p. 145). Por fim, a quinta categoria destaca os aplicativos de segunda tela nos quais são ofertadas formas diversificadas de interação entre produtores e consumidores e cujo conteúdo não se limite a adaptações.

O autor apresenta como exemplo de produto mais aderente à transmidialidade um conteúdo do jornal *The Guardian* que utiliza realidade virtual. O produto jornalístico se chama “6x96” e tem a proposta de fazer com que o receptor imerja na experiência de confinamento de presos que estão em solitárias dentro de penitenciárias americanas. A parte visual do conteúdo foi construída por um software de 3D e o áudio com as histórias e os sons do lugar foi gravado em penitenciárias reais.

Em produtos como esse parecem estar presentes de forma mais sólida algumas das principais características antes apresentadas como das narrativas transmídia no seu habitat natural na indústria do entretenimento e nos seus antepassados do período pré-digital tais como desenvolvimento de produto independente, integração com outros conteúdos do emissor, sinergia entre plataformas, possibilidade de navegação entre os módulos narrativos, controle e/ou propriedade do emissor sobre as plataformas de entrega, conteúdo expandido e potencialização da narrativa, através da adequação do material ao meio de entrega, no caso, dispositivos de realidade virtual utilizando celulares. [...] Tal cobertura assim desenvolvida, de forma articulada e otimizada para cada tipo de saída, se transformaria no equivalente jornalístico do mundo diegético ficcional, construído para oferecer ao consumidor uma rede de produção de sentido orientada à fidelização e à potencialização das métricas importantes para o negócio (DOS SANTOS, 2017, p. 146).

Considerando o lugar ocupado pelas narrativas transmídia atualmente, Moloney (2015, p. 16, **tradução nossa**) afirma que “o jornalismo transmídia tem o potencial para ajudar o bom jornalismo a encontrar um público poderoso, ajudar a desmascarar informações erradas originadas tanto de cima quanto de baixo, e adicionar vozes mais diversificadas à conversa sobre jornalismo”²⁴. No entanto, Scolari (2014) e Dos Santos (2017) chamam atenção para o fato de que nem todos os produtos nomeados como transmidiáticos podem de fato receber essa classificação, já que muitos produtores de conteúdo apenas utilizam a nomenclatura para tornar seus produtos mais atraentes e fazê-los parecer mais qualificados e inovadores.

Assim, a análise e a classificação de narrativas jornalísticas transmidiáticas apresentam-se como uma tarefa complexa, mas essencial na contemporaneidade. Dos Santos (2017, p.138) diz que “o termo jornalismo transmídia entrou recentemente na lista temática das discussões do

²⁴ Transmedia journalism, I argue, can potentially help good journalism find a powerful public, help debunk misinformation originating both from above and below, and add more diverse voices to the journalism conversation.

campo atraindo a atenção de pesquisadores interessados em delinear sua conceituação e utilizá-lo como ferramenta de classificação e análise”. Por mais que esse tipo de narrativa ainda esteja permeado por certas confusões e contrariedades, alguns autores, como Dall’agnese e Barichello (2018), já se dedicaram à compilação de critérios para a classificação das narrativas jornalísticas transmidiáticas, o que torna possível que outros pesquisadores analisem e classifiquem tais narrativas.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

A presente pesquisa trata das narrativas jornalísticas transmidiáticas e das características que as definem e servem de base para sua estruturação. O tema escolhido deve-se à relevância que esse tipo de construção narrativa possui na contemporaneidade e à necessidade de mais discussões que, além de contribuírem para a dissolução de sua complexidade, sejam úteis para demonstrar como essas narrativas estão sendo construídas pelas empresas de comunicação. Perante as discussões, controvérsias e complexidades apresentadas no campo teórico, surge a necessidade de saber como acontece o desenvolvimento dessas narrativas na prática, principalmente em um contexto em que produções são apresentadas como transmidiáticas apenas para atrair o status de inovação para seus produtores.

Diante dos investimentos ainda escassos na construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas pelas empresas de comunicação brasileiras, a escolha de analisar uma reportagem do Grupo de Comunicação O POVO deve-se ao grande número de produções desse caráter por parte do grupo e à sua relevância no nordeste brasileiro, região cujas produções ainda não recebem o mesmo destaque que as produções do Sul e Sudeste.

Assim, a escolha da reportagem Destino Geopark Araripe como objeto de pesquisa é resultante da atualidade da reportagem, que foi veiculada em setembro de 2019 e desse modo, apresenta-se como um exemplo aprimorado e atualizado das produções de narrativas jornalísticas transmidiáticas do grupo. É importante destacar que a longa extensão desse tipo de narrativa, combinada ao prazo disponível para a análise, determina que o *corpus* desta pesquisa se limite a apenas um projeto transmídia.

O especial Destino Geopark Araripe é constituído por conteúdos espalhados por diferentes plataformas. O conteúdo matricial consiste em um caderno impresso, que serviu de encarte para a edição do dia 10 de setembro de 2019 do jornal O POVO e foi disponibilizado também em versão digital através do O POVO Digital. Além disso, há uma websérie, cujos episódios foram disponibilizados aos poucos no YouTube; duas entrevistas veiculadas nas rádios O POVO CBN FM 95.5, O POVO CBN AM 1010 e CBN Cariri FM 93.5 nos dias 10 e 11 de setembro; um *podcast*, disponível no *Spreaker*²⁵; um site e informações disseminadas por meio das mídias sociais do Grupo de Comunicação O POVO.

Com o intuito de investigar se as narrativas jornalísticas transmidiáticas produzidas no Brasil atualmente podem ser assim nomeadas, esta pesquisa parte do seguinte problema: A

²⁵ Plataforma de distribuição de podcasts.

reportagem especial Destino Geopark Araripe pode ser considerada um exemplo de narrativa jornalística transmidiática? Devido à produção de um grande número de reportagens nomeadas como transmidiáticas e à presença de um coordenador de transmídia no Grupo de Comunicação O POVO, parte-se da hipótese de que a reportagem possui as características necessárias para ser considerada uma narrativa jornalística transmidiática.

Dessa forma, o objetivo geral desta pesquisa é analisar a reportagem especial Destino Geopark Araripe quanto à sua adequação às características de uma narrativa jornalística transmidiática. Já os objetivos específicos desta pesquisa são: descrever as características de uma narrativa jornalística transmidiática; evidenciar as diferenças e proximidades entre a narrativa jornalística transmídia, crossmídia e multimídia e identificar os critérios utilizados pelos produtores da reportagem Destino Geopark Araripe para denominá-la como transmidiática.

A apresentação e formatação deste trabalho estão de acordo com as normas ABNT NBR 14724 de 2011, NBR 10520 de 2002 e NBR 6023 de 2018. Levando em consideração que a caracterização desse tipo de narrativa envolve aspectos e fenômenos socialmente estabelecidos, que dependem de atores sociais, é possível afirmar que o posicionamento ontológico adotado nesta pesquisa é subjetivista. Segundo Bryman (2012, p. 33, **tradução nossa**), o subjetivismo pressupõe que “[...] fenômenos sociais e seus significados estão sendo realizados continuamente pelos atores sociais”²⁶.

Quanto ao posicionamento epistemológico, a pesquisa adota uma visão interpretativista, visto que parte do princípio de que os fenômenos estudados pelas ciências sociais guardam subjetividades com relação aos fenômenos estudados pelas ciências naturais. De acordo com Bryman (2012, p. 30, **tradução nossa**), o interpretativismo “é baseado na visão de que é necessária uma estratégia que respeite as diferenças entre as pessoas e os objetos das ciências naturais e, portanto, exige que o cientista social compreenda o significado subjetivo da ação social”²⁷.

Considerando o caráter científico deste trabalho, sua construção baseou-se em um método científico. Bhattacharjee (2012, p. 5, **tradução nossa**) diz que “o método científico refere-se a um conjunto padronizado de técnicas para a construção de conhecimento científico, [...]”²⁸. Assim, o método utilizado foi o dedutivo, Bhattacharjee (2012, p. 3, **tradução nossa**)

²⁶ [...] social phenomena and their meanings are continually being accomplished by social actors.

²⁷ It is predicated upon the view that a strategy is required that respects the differences between people and the objects of the natural sciences and therefore requires the social scientist to grasp the subjective meaning of social action.

²⁸ Scientific method refers to a standardized set of techniques for building scientific knowledge, [...].

explica que, “na pesquisa dedutiva, o objetivo do pesquisador é testar conceitos e padrões teóricos usando novos dados empíricos”²⁹. Segundo o autor, o método dedutivo implica em partir de uma teoria para testar as hipóteses e fazer observações.

Sob o ponto de vista de sua natureza, a pesquisa pode ser classificada como básica, já que tem o objetivo de promover o avanço da ciência a partir da geração de novos conhecimentos e além disso, intenta resultar em verdades de amplo interesse, que, no entanto, podem ser relativas ou temporárias (NASCIMENTO e SOUSA, 2016). Já quanto à abordagem do problema, a pesquisa classifica-se como qualitativa, pois “depende principalmente de dados não numéricos, como entrevistas e observações [...]”³⁰ (BHATTACHERJEE, 2012, p. 103, **tradução nossa**).

Nesse sentido, a pesquisa qualitativa é uma alternativa para enfrentar o mundo, hoje digital, sempre reconhecendo a importância do contexto e dos processos sociais, culturais, políticos e econômicos que em sua mediação com a comunicação nos permitem entender os fenômenos contemporâneos (GONZÁLES e NAVAS, 2018, p. 9, **tradução nossa**)³¹.

Com relação aos seus objetivos, esta é uma pesquisa exploratória. Segundo Bhattacharjee (2012, p. 6, **tradução nossa**), “a pesquisa exploratória é frequentemente conduzida em novas áreas de investigação”³². Desse modo, Selltiz *et al.* (1967) afirma que esse tipo de pesquisa objetiva a geração de uma maior familiaridade com o problema.

Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão” (SELLTIZ *et al.* 1967, p. 63).

Com base nos procedimentos técnicos utilizados, é possível dizer que esta pesquisa se trata de um estudo de caso. De acordo com Gil (2002, p. 54), “o estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e

²⁹ In deductive research, the goal of the researcher is to test concepts and patterns known from theory using new empirical data.

³⁰ Qualitative research relies mostly on non-numeric data, such as interviews and observations [...].

³¹ En este sentido, la investigación cualitativa es una alternativa para encarar al mundo, digital de nuestros días, reconociendo siempre la importancia del contexto y de los procesos sociales, culturales, políticos y económicos que en su mediación con la comunicación nos permiten comprender los fenómenos contemporáneos.

³² Exploratory research is often conducted in new areas of inquiry

detalhado conhecimento [...]”. Assim, Bhattacharjee (2012, p. 93, **tradução nossa**) diz que “vários métodos de coleta de dados, entrevistas, observações, documentos pré-gravados e dados secundários, podem ser empregados e as inferências sobre o fenômeno de interesse tendem a ser ricas, detalhadas e contextualizadas”³³.

O método de investigação utilizado foi a análise de conteúdo, que, segundo Bardin (2010, p. 280), consiste nas fases de: “a) organização da análise; b) codificação; c) categorização; d) tratamento dos resultados, inferência e interpretação dos resultados”. Além disso, foi adotada a estratégia metodológica do emparelhamento, que consiste na comparação entre os dados e um modelo teórico. “Essa estratégia requer a existência de uma teoria sobre a qual a pesquisa possa apoiar-se para explicar o fenômeno ou a situação. Assim, torna-se possível verificar se há verdadeiramente correspondência entre a construção teórica e os dados observados” (GIL, 2002, p. 90).

Primeiramente, foi feito um levantamento bibliográfico para a construção do referencial teórico e a apreensão das teorias e conceitos que envolvem as narrativas jornalísticas transmidiáticas. Dessa forma, os capítulos teóricos atendem a dois dos objetivos específicos, à medida que discutem as características definidoras desse tipo de narrativa e diferenciam-no de outros tipos de narrativa com os quais é confundido. Os principais autores utilizados no primeiro capítulo de fundamentação teórica foram Martino (2016); Motta (2005, 2012, 2013); Hergesel e Silva (2016); Carvalho (2019); Gomes (2017); Soares (2010) e Calado e Rocha (2017). Já no segundo capítulo teórico, os principais autores utilizados foram Scolari (2014); Dos Santos (2017); Jenkins (2010, 2013); Canavilhas (2013) e Dall’Agnese e Barichello (2018).

Foram realizadas também pesquisas sobre o Grupo de Comunicação O POVO e suas produções transmidiáticas, para que se tivesse um vislumbre de como o grupo produz tais narrativas. Além das pesquisas, foi coletado o depoimento do coordenador de transmídia Emerson Maranhão, responsável pelo planejamento do conteúdo transmídia produzido pelo O POVO. Através do depoimento foi possível apreender o tipo de conhecimento teórico que norteia o planejamento e a construção dessas narrativas. Com isso, o terceiro objetivo específico foi atendido.

Para ter pleno acesso aos conteúdos do O POVO, foi feita a assinatura do O POVO Online. O único conteúdo que não foi disponibilizado, mesmo após a assinatura, foram as

³³ Multiple methods of data collection, such as interviews, observations, prerecorded documents, and secondary data, may be employed and inferences about the phenomenon of interest tend to be rich, detailed, and contextualized.

entrevistas veiculadas pelas rádios do grupo, isso, porque o conteúdo veiculado nas rádios não fica disponível *on-line*, ou seja, só pode ser ouvido no momento da veiculação. Como as entrevistas fazem parte da reportagem Destino Geopark Araripe, o material foi solicitado por e-mail, no entanto, a resposta foi que não seria possível disponibilizar os arquivos. A falta das entrevistas não impossibilitou a pesquisa, já que a maior parte dos conteúdos que compõem a reportagem estava disponível e foi suficiente para realizar a análise.

Após ter acesso ao material do projeto, foi efetuada a apreciação e a descrição de cada conteúdo. Nessa fase, utilizou-se o programa *Full Page Screen Capture (version 6.3)* para fazer as capturas de tela que ajudaram a ilustrar a descrição do material. Além disso, algumas imagens foram editadas para que determinadas informações fossem destacadas, para isso foram utilizados o programa *Paint* e o site *Piktochart*.

Para a análise do material, foram criados dois quadros de características formulados a partir do artigo de Dall’agnese e Barichello (2018), nomeado de “Narrativa jornalística transmídia: discussões em busca de uma definição”, apresentado no XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul em 2018. No artigo, as autoras compilaram as características das narrativas jornalísticas transmídia, utilizando como base os textos dos principais autores que tratam da transmídia aplicada ao contexto jornalístico, entre os quais encontram-se Jenkins, Renó, Moloney, Ryan, Canavilhas e Scolari.

O primeiro quadro foi criado a partir da adaptação de um dos grupos de características apresentados pelas autoras; o grupo das características gerais das narrativas jornalísticas transmídia (ver quadro 1). É importante destacar que a presença de conteúdo seriado é uma característica apresentada como opcional pelas autoras. Considerando que o objetivo do trabalho é deliberar sobre a validade da reportagem Destino Geopark Araripe enquanto narrativa jornalística transmídia, as características opcionais não foram determinantes para a classificação e definição final do produto. No entanto, tais características, indicadas nos quadros pelas linhas amarelas, ainda foram observadas, para que se pudesse avaliar a forma como esse tipo de narrativa está sendo desenvolvido.

Quadro 1 – Quadro criado para a análise das características gerais das narrativas jornalísticas transmidiáticas

Características	Observância das características na reportagem
São contadas histórias em diversos meios que se inter-relacionam em um arranjo, sistema ou universo transmídia.	
O acesso aos conteúdos que circulam nos meios pode se dar através de uma ou mais plataformas de acesso.	
Apesar de inter-relacionados, cada meio é uma unidade autônoma cujo acesso se dá independentemente das demais partes.	
Tem-se um meio nativo, no qual é apresentada a narrativa central/núcleo que serve como ponto de partida/acesso para os outros meios.	
Cada meio contribui de maneira distinta para a apreensão do universo narrativo e, portanto, não apresenta repetições ou redundâncias de conteúdo.	
São apresentados caminhos diversos para serem explorados pela audiência mais interessada, ao mesmo tempo em que são disponibilizadas as informações essenciais aos que têm pressa.	
São disponibilizados recursos para a interatividade, em níveis variados: desde o mais básico, inerente à trama hipertextual, até a efetiva participação do público para complementar ou ampliar a narrativa.	
Há conteúdo seriado.	
Há um mundo narrativo bem delimitado a fim de cumprir os propósitos jornalísticos, com volume de material suficiente para incentivar o engajamento, porém, não a ponto de impossibilitar a apreensão do todo.	
Considera-se o contexto da recepção, uma vez que o uso de diferentes meios e plataformas significa que diferentes públicos poderão ter acesso, usarem e/ou apropriarem-se das histórias compartilhadas.	
No planejamento da narrativa jornalística transmidiática, o número de meios ou plataformas de acesso não é o aspecto mais importante e sim a funcionalidade de cada meio, plataforma ou recurso de interatividade para a ampliação da compreensão de uma temática.	

Fonte: Adaptado de Dall'agnese e Barichello (2018)

O segundo quadro foi criado a partir do grupo das características das narrativas jornalísticas transmidiáticas em ambientes digitais (ver quadro 2). A divisão entre características gerais e características próprias do ambiente digital foi estabelecida pelas autoras e é pertinente à pesquisa, já que o acesso a todo o material analisado foi através de ambientes digitais e grande parte do conteúdo foi criada para o ambiente digital. Nota-se que o segundo quadro apresenta três características opcionais, que foram mantidas por serem importantes diante do momento contemporâneo.

Quadro 2 – Quadro criado para a análise das características das narrativas jornalísticas transmidiáticas em ambientes digitais

Características	Observância das características na reportagem
Se originam de pautas que geram grandes reportagens e, portanto, são mais propícias à transmídiação, como, por exemplo, investigações criminais, coberturas de grandes eventos, pesquisa de fatos históricos, discussão de grandes tópicos da sociedade (imigração, fome, corrupção, etc.).	
Privilegiam formatos nativos do ambiente digital, como os <i>newsgames</i> , infográficos multimídia e a grande reportagem multimídia.	
Evidenciam a relevância do trabalho integrado entre jornalistas, designers, desenvolvedores de conteúdo, etc., para a produção de narrativas coerentes e complexas.	
Incentivam o engajamento da audiência em temas de relevância social ao promoverem o conhecimento ampliado de uma temática.	
Possibilitam a efetivação do bom jornalismo alinhado às possibilidades tecnológicas do ecossistema jornalístico atual, a partir da oferta de narrativas mais diversas e plurais.	

Fonte: Adaptado de Dall’agnese e Barichello (2018)

Através dos quadros, a reportagem foi submetida à avaliação de cada aspecto, quando foi confirmado se o especial Destino Geopark Araripe atendia, atendia parcialmente ou não atendia às características apresentadas pelas autoras. A fase de análise e interpretação dos resultados considerou as características das narrativas jornalísticas transmidiáticas compiladas por Dall’agnese e Barichello (2018) e os apontamentos teóricos tratados no capítulo “Narrativa Transmídia”. Assim, foi possível responder ao problema desta pesquisa e desenvolver as considerações provisórias.

5 A TRANSMIDIALIDADE NO ESPECIAL DESTINO GEOPARK ARARIPE

Este capítulo traz algumas informações sobre o Grupo de Comunicação O POVO e sua produção de conteúdo transmídia, com destaque para o objeto de pesquisa deste trabalho, a reportagem “Destino Geopark Araripe”. Em seguida, são detalhados os elementos e características do conteúdo que compõe a referida narrativa jornalística, produzida pelo O POVO. Depois, é apresentada a análise e a categorização do material com relação ao seu caráter transmidiático.

5.1 O POVO e a construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas

O POVO é um grupo de comunicação com sede na cidade de Fortaleza, no Ceará. O grupo é totalmente voltado para a produção jornalística e possui diversos veículos de comunicação, entre eles estão o jornal impresso O POVO, o portal de notícias O POVO Online, a emissora de televisão TV O POVO e a rádio O POVO CBN³⁴. De acordo com Bruno; Kneipp e Oliveira Júnior (2008, p. 2-3), “o Grupo de Comunicação O POVO remonta à fundação do jornal O Povo em 1928, pelo jornalista Demócrito Rocha. O nome ‘O Povo’ foi escolhido pelos próprios fortalezenses, em um concurso promovido por Demócrito Rocha no jornal ‘O Ceará’, onde tinha uma coluna”.

O jornal impresso do grupo já recebeu diversos prêmios, incluindo o Prêmio Esso de Jornalismo, foi também o segundo jornal brasileiro a criar e manter um cargo de ombudsman e o primeiro jornal do Ceará a disponibilizar seu conteúdo de forma gratuita através da ferramenta O POVO Digital. O jornal ainda conta com o título de primeiro impresso do norte e nordeste a possuir uma versão digital e 12º do Brasil com página na Internet³⁵. Atualmente, o jornal é o mais antigo em circulação pelo Ceará e de acordo com Veloso e Marques (2014), tem a segunda maior tiragem do estado. Em 2018, o jornal digital Poder 360 citou O POVO em uma matéria³⁶ que tratava da queda nas tiragens dos principais jornais diários do Brasil, a tiragem do impresso caiu de 19.273, em dezembro de 2014, para uma média de 13.844 exemplares diários, em dezembro de 2017.

³⁴ Informações obtidas no site do veículo. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/midiakit/>. Acesso em: 20 set. 2019.

³⁵ Informações obtidas no site do veículo. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/midiakit/>. Acesso em: 20 set. 2019.

³⁶ Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/tiragem-imprensa-dos-maiores-jornais-perde-520-mil-exemplares-em-3-anos/>. Acesso em: 20 set. 2019.

Apesar da queda nas vendas do jornal impresso, o conteúdo *on-line* do Grupo de Comunicação O POVO se destaca no Ceará. Segundo dados³⁷ do *Google Analytics*³⁸, em julho de 2015, O POVO Online recebeu mais de 6 milhões de visitas e mais de 15 milhões de visualizações de páginas. De acordo com Nobre e Rios (2019), o portal O POVO Online é a mais importante referência quando se trata de notícias *on-line* no estado. O grupo possui ainda contas nas principais mídias sociais do Brasil, entre elas Instagram, YouTube, Facebook e Twitter e é reconhecido por acompanhar os avanços tecnológicos e seguir as tendências para a construção e distribuição de narrativas jornalísticas. Em abril de 2019, a produção da reportagem transmídia *Aviação Ceará* foi tema de um webnário³⁹ da ANJ⁴⁰ e contou com a audiência de diversos jornalistas interessados na temática, considerada inovadora no meio jornalístico brasileiro.

O coordenador de transmídia do O POVO, o jornalista Emerson Maranhão, é responsável por planejar as narrativas jornalísticas transmidiáticas construídas pelo grupo. Maranhão (2019a)⁴¹ diz que ainda em 2014 O POVO já produzia conteúdo transmídia, mesmo que intuitivamente. “A iniciativa surgiu para atender a uma vocação natural da empresa. O POVO é um grupo de comunicação que, além do jornal impresso, tem rádios, emissora de TV, portal *on-line*, redes sociais e editora de livros” (MARANHÃO, 2019a). Já em 2015, o atual coordenador de transmídia teve contato com a teoria de estruturação narrativa e passou a aplicar seus conceitos de forma consciente e planejada na produção das reportagens.

Em fevereiro de 2015, fui fazer um treinamento na Estônia e tive a oportunidade de assistir a um seminário sobre transmídia na Baltic Film, Media, Arts and Communication School (BFM), da Universidade de Tallinn. Obviamente o assunto me despertou interesse e procurei me aprofundar nele, ainda durante o treinamento. A BFM é referência internacional em estudos de transmídia, descobri lá. Ao retornar ao Brasil, e ao O POVO, compartilhei os conhecimentos recém-adquiridos com a Redação e a Direção do Grupo, e passamos a estruturar em transmídia nossas coberturas especiais. Ou seja, há pelo menos quatro anos trabalhando com esse conceito. No ano passado, em 2018, participei de uma seleção internacional e fui o único brasileiro selecionado para uma bolsa de estudos em Narrativas Transmidiáticas na BFM, mais uma vez na Estônia. Lá, pude me dedicar exclusivamente ao estudo de coberturas jornalísticas transmidiáticas e aprofundar meus conhecimentos na área (MARANHÃO, 2019a).

A reportagem transmídia *Aviação Ceará*, publicada em fevereiro de 2019, contou com uma equipe de 17 profissionais e demorou cerca de 45 dias para ser produzida. Segundo Saraiva

³⁷ Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/midiakit/>. Acesso em: 20 set. 2019.

³⁸ Serviço de monitoramento de tráfego que pode ser utilizado por sites e blogs.

³⁹ Tipo de seminário, reunião de negócios, palestra ou roda de discussão realizada pela Internet.

⁴⁰ Associação Nacional de Jornais.

⁴¹ Depoimento recolhido por e-mail em 19 de set. 2019.

(2019)⁴², editor-executivo de Economia do O POVO, “projetos transmídia, na teoria, demandam meses para serem executados [...], o mundo ideal é esse, mas a gente sabe que no jornalismo a dinâmica é muito mais rápida quando a gente fala de redação”. Maranhão (2019b)⁴³ explica que no final de 2018 foi produzido o caderno impresso e apresentada a proposta de transformar a reportagem Aviação Ceará em um projeto transmídia. Com a autorização da chefia de redação e concebido o caderno impresso, que foi a matriz do conteúdo, o planejamento começou e o material ficou pronto em menos de dois meses. O custo para a execução do projeto foi coberto pelo orçamento da redação e por um patrocínio do Governo do Estado do Ceará.

De acordo com Maranhão (2019a), geralmente, as matrizes das narrativas transmídia produzidas pelo O POVO são conteúdos contidos no jornal impresso, mas há também uma preocupação com a alternância.

Somos um grupo de comunicação que nasceu como jornal impresso, essa herança ainda persiste. No entanto, temos nos esforçado cotidianamente para que o impresso não seja sempre nossa base. Mas uma das características matrizes da comunicação em transmídia é a "alternância de protagonismo", ou seja, que as plataformas se alternem na relevância de seus conteúdos dentro de cada projeto. Aqui no O POVO, trabalhamos com esse pensamento. Então, existe uma preocupação e um cuidado práticos para que este protagonismo seja alternado (MARANHÃO, 2019a).

Maranhão (2019a) diz que O POVO lançou pelo menos oito narrativas jornalísticas transmidiáticas de janeiro a setembro de 2019. Em setembro, o grupo lançou a reportagem Destino Geopark Araripe, assinada pelo repórter Demitri Túlio e pelo fotógrafo Fábio Lima. O especial fala sobre o universo ambiental, social, científico e turístico que envolve a região do Geopark Araripe. O planejamento da reportagem seguiu o procedimento padrão de Maranhão para o desenvolvimento de narrativas jornalísticas transmidiáticas.

O processo começa com uma reunião com o repórter e o editor responsáveis, que apresentam o projeto jornalístico. Na sequência, eu estudo as possibilidades de desdobramento transmidiático do projeto, analisando como é possível dividir esse conteúdo em diferentes abordagens específicas em cada uma das plataformas, assegurando que ao mesmo tempo sejam conteúdos exclusivos, autônomos, mas que se retroalimentem, e respeitando as especificidades e vocações naturais de cada uma das plataformas. Esta é a gênese e principal característica de um projeto transmídia, que sempre nos empenhamos em aplicar (MARANHÃO, 2019a).

⁴² Entrevista para o webnário da ANJ em 26 abr. 2019. Disponível em: <https://anj.org.br/site/autorre/124-webinarios-anj/19216-planejamento-de-conteudo-editorial-transmidia-o-case-aviacao-ceara.html>. Acesso em: 5 set. 2019.

⁴³ Entrevista para o webnário da ANJ em 26 abr. 2019. Disponível em: <https://anj.org.br/site/autorre/124-webinarios-anj/19216-planejamento-de-conteudo-editorial-transmidia-o-case-aviacao-ceara.html>. Acesso em: 5 set. 2019.

A narrativa construída para a reportagem Destino Geopark Araripe é composta por informações compartilhadas nas mídias sociais do grupo de comunicação, um site, um *podcast*, uma websérie, duas entrevistas veiculadas por emissoras de rádio do grupo e um caderno especial, distribuído juntamente com o exemplar do jornal O POVO do dia 10 de setembro de 2019 (ver figuras 2 e 3).

Figura 2 – Lista dos conteúdos do especial nas diferentes plataformas

TRANSMÍDIA



ESPECIAL DIGITAL
[especiais.opovo.com.br/
geoparkararipe](https://especiais.opovo.com.br/geoparkararipe)



WEBSÉRIE
 10 episódios apresentam diferentes olhares que mapeiam a estrutura do Geopark Araripe. O primeiro pode ser visto a partir de hoje em: opovo.com.br/videos e youtube.com/opovo



RÁDIO
O POVO no Rádio (O POVO CBN FM 95.5, O POVO CBN AM 1010 e CBN Cariri FM 93.5) - Terça, 10, 9h. Entrevista com o paleontólogo Álamo Saraiva (CBN Cariri), o empresário Demétrio Jereissati e o jornalista Demitri Túlio.

Revista O POVO (O POVO CBN FM 95.5, O POVO CBN AM 1010 e CBN Cariri FM 93.5) - Quarta, 11, 16h. Entrevista com o reitor da Urca, Francisco Lima Júnior, e da Equipe do Araripe Geopark Mundial da Unesco.

radios.opovo.com.br/opovocbn



PODCAST
 Demitri Túlio e o fotógrafo Fábio Lima contam sobre o Geopark.
spreaker.com/show/recorte



TWITTER
[opovoonline](https://twitter.com/opovoonline)



INSTAGRAM
[opovoonline](https://www.instagram.com/opovoonline)



FACEBOOK
[opovoonline](https://www.facebook.com/opovoonline)

Fonte: O POVO Online. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/jornal/cidades/2019/09/08/especial-discute-potencial-cientifico-e-turistico-do-geopark.html>. Acesso em 20 set. 2019.

Figura 3 - Capa do jornal O POVO em 10 de setembro de 2019

448 001 70624101 01 001
29.10.2019 - 15:48:50

TERÇA-FEIRA 10/9/19 WWW.OPOVO.COM.BR 91 ANOS



OPOVO

Geopark Araripe
A chave para novas perspectivas.
Caderno aborda potencial científico,
geoturístico e sustentável
do equipamento

ESPECIAL

GEOSÍTIO Colina do Horto, em Juazeiro do Norte

PERÍODO DE FÉRIAS

Voos diretos de Fortaleza são até 57% mais baratos

Pesquisa feita pelo O POVO para destinos internacionais aponta que a maior economia é em viagens com saída da capital cearense para **Madrid**, cujas operações começam em dezembro

ECONOMIA, PÁGINA 10

REPORTAGEM
Depressão e ansiedade em escolas de ensino médio requerem atenção PÁGINAS 4 E 5

POLÍTICA
Bolsonaro assina medida provisória que desobriga publicação de editais de licitação em veículos impressos
PÁGINA 6; ELENIADO DE LIMA, PÁGINA 8; EDITORIAL, PÁGINA 18

CIDADES
Assaltos a bancos têm queda de 48% no Ceará de janeiro a agosto deste ano PÁGINA 15

MERCADO ASSINANTE: (081) 3224-1070 / (91) 9134-2474 (atendimento)
WHATSAPP: (081) 3224-1070 / (91) 9134-2474 (atendimento)
E-COMERCE ASSINATURA: assinc@opovo.com.br
E-MAIL: mercado@opovo.com.br

WHATSAPP DA REDAÇÃO O POVO: (081) 91241-9271
OMEGAMAN: (081) 3224-8181 / WHATSAPP: (081) 91873-9107
E-MAIL: atendimento@opovo.com.br / (081) 3224-0600 (08h-18h)

Confira IMPACTO PEFC

EDIÇÃO DE HOJE
Fórmula: (081) 3224-1070
65 páginas

9 771511 918112

Fonte: O POVO Digital. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/flip/edicao/impressa/1763/10-09-2019.html?all=1>. Acesso em 20 set. 2019.

Quanto ao tempo que levou para a reportagem ser produzida, Maranhão (2019a) diz que é difícil contabilizar com exatidão, já que não acompanhou todas as fases. “De execução, foi uma semana de reportagem em campo. Salvo engano, mais duas semanas de redação e mais uma semana de edição (para o material impresso). Para o audiovisual, uma semana de captação e duas de edição e finalização” (MARANHÃO, 2019a). Segundo o coordenador de transmídia,

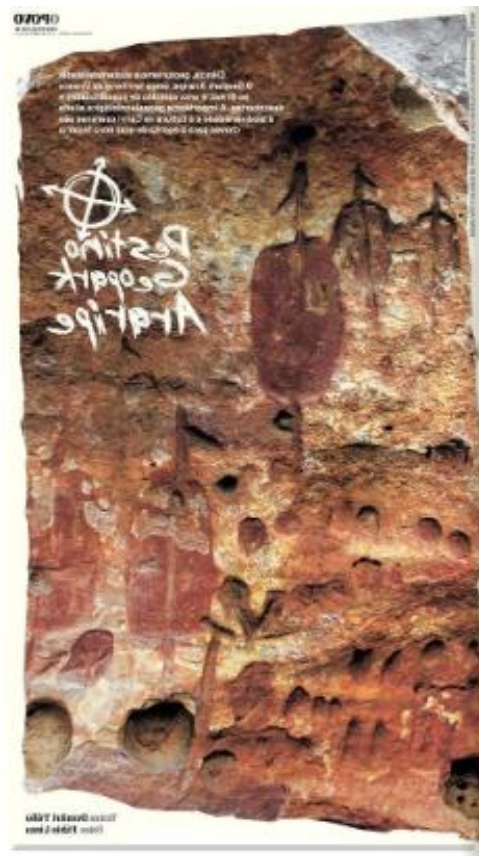
a reportagem demandou, além dos profissionais da redação, a contratação de um operador de drone para captar algumas fotos e sequências de vídeos.

5.2 As partes do todo no Destino Geopark Araripe

5.2.1 O caderno impresso

O conteúdo matricial do especial Destino Geopark Araripe está contido no caderno impresso que serviu de encarte para a edição do dia 10 de setembro de 2019 do jornal O POVO. O caderno impresso tem 12 páginas e engloba oito textos que abordam diferentes aspectos sobre a temática central, além de curiosidades e detalhes espalhados pelas páginas. A primeira página é a capa da reportagem e traz uma imagem de um paredão de arenito com pinturas rupestres, situado no sítio Santa Fé. Além da imagem, que toma quase toda a capa, há o título da reportagem; Destino Geopark Araripe e o logotipo do projeto; uma rosa dos ventos, assim como um pequeno texto sobre o Geopark.

Figura 4 - Capa do caderno especial



Fonte: O POVO Digital. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/geoparkararipe/10/09/2019/p1>. Acesso em: 20 set. 2019.

Na segunda e terceira páginas encontra-se o primeiro texto, Relicário Pré-histórico. Além do texto, na página dois há uma explicação sobre o design visual do projeto, uma lista com os conteúdos criados para o projeto e o expediente da reportagem. Já na página três encontram-se alguns detalhes e curiosidades que aparecem no canto inferior direito. Essas pequenas informações, destacadas do conteúdo principal, acompanham quase todos os textos da reportagem. Há ainda uma propaganda do Anuário do Ceará 2019-2020, que traz um capítulo sobre o Geopark, dessa forma, observa-se uma sugestão de outro conteúdo que talvez venha a servir como expansão do universo narrativo onde a reportagem está inserida (ver figura 5).

Figura 5 - Caderno impresso aberto

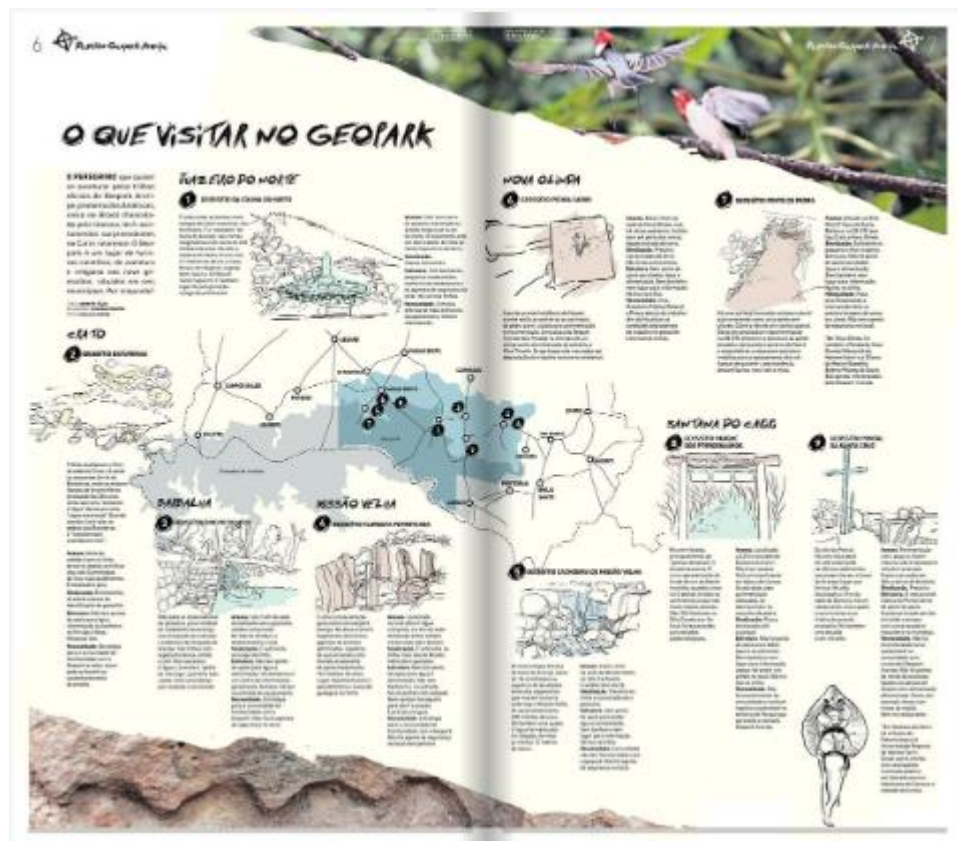


Fonte: O POVO Digital. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/geoparkararipe/10/09/2019/p3>. Acesso em: 20 set. 2019.

Outra alusão interessante que se apresenta na reportagem impressa é com relação a artigos científicos que tratam da descrição dos fósseis encontrados no Geopark, em especial a menção ao artigo do paleontólogo Álamo Saraiva, submetido à revista Plos One. O artigo ainda será publicado e o jornalista que assina a reportagem comenta que o conteúdo se mantém sigiloso, o que pode aguçar a curiosidade do leitor e incentivá-lo a ler a publicação. Assim, o leitor poderá ampliar seu conhecimento sobre a temática não só pelo consumo das demais partes da reportagem transmídia, como o *podcast*, as entrevistas nas rádios e a websérie, mas também pelo consumo de documentos e publicações que, apesar de não terem sido planejados como parte do projeto transmídia, servem para expandir seu conteúdo.

O restante do caderno impresso segue o padrão das primeiras páginas e conta com textos, imagens e ilustrações. Apenas as páginas seis e sete apresentam um elemento diferenciado; um infográfico ilustrado sobre os sítios do Geopark que foram autorizados pela Unesco. Nessas páginas, as ilustrações deixam de estar mais ligadas à estética do projeto e passam a ter maior relevância para as informações trazidas nos textos. A ilustração central do infográfico trata-se de um mapa que identifica a localização dos sítios. Ao redor do mapa encontram-se ilustrações relacionadas a cada geossítio e informações sobre o que visitar e quais as condições dos trajetos até as atrações (ver figura 6).

Figura 6 - Infográfico sobre os sítios do Geopark



Fonte: O POVO Digital. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/geoparkararipe/10/09/2019/p6>. Acesso em: 20 set. 2019.

Por fim, a última folha do caderno é completamente ocupada por uma propaganda do Governo do Estado do Ceará, que patrocinou parte dos custos do projeto.

Figura 7 - Última página do caderno impresso



Fonte: O POVO Digital. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/geoparkararipe/10/09/2019/p12>. Acesso em: 20 set. 2019.

No geral, a qualidade e a apresentação dos textos, imagens e ilustrações contidos no caderno impresso levam o leitor a deduzir que o material foi construído com cuidado e planejamento. Essa, é uma impressão esperada quando se trata de uma narrativa jornalística transmidiática, já que esse tipo de narrativa demanda estratégia e tempo para a execução, não apenas devido à sua extensão, mas também porque uma de suas premissas é que o consumidor desse produto tenha uma experiência aprofundada, diferenciada e elevada. No entanto, a reportagem apresenta erros ortográficos e gramaticais que aparecem com certa frequência nos textos, o que pode ir de encontro à impressão de cuidado.

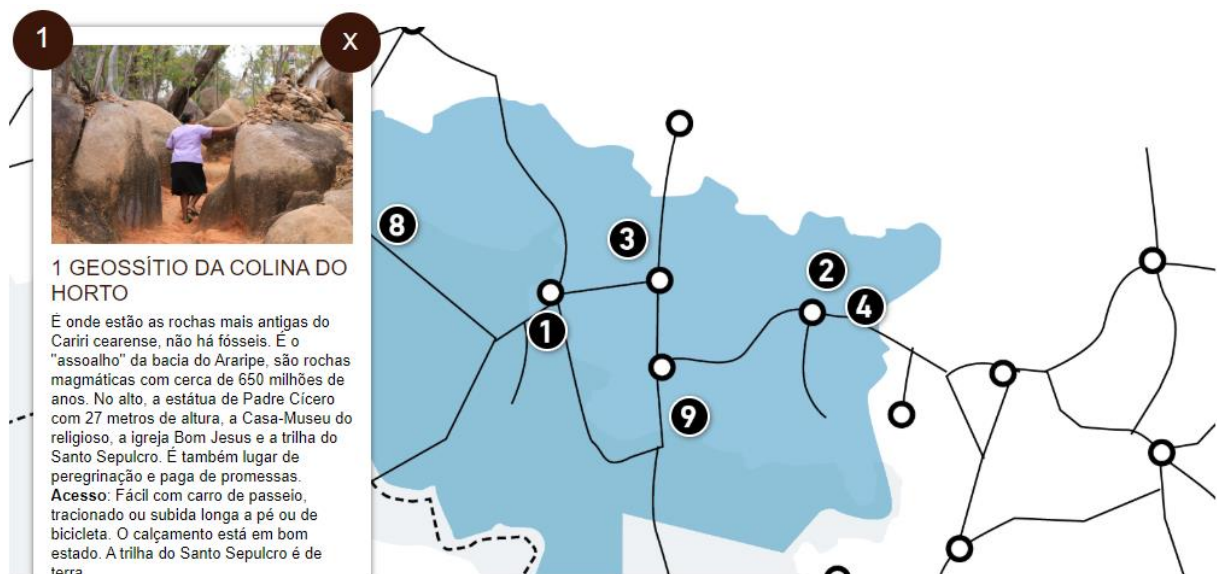
5.2.2 O site

O conteúdo do site conta com os textos do caderno impresso e algumas fotos e ilustrações inéditas utilizadas para compor a reportagem, além disso, há uma galeria de fotos que pode ser acessada pelo menu ou ao final da reportagem. O site ainda intercala entre os textos alguns vídeos da websérie produzida para o YouTube, que podem ser acessados também

pelo menu e não guardam uma relação de linearidade nem com a parte escrita, nem entre si. Apesar das diferenças, o conteúdo apresentado nessa plataforma não pode ser considerado uma expansão do universo narrativo da reportagem em outra plataforma, pois é apenas uma transposição do caderno impresso.

Pode-se observar que em algumas partes o material foi modificado, mas as informações são as mesmas, ainda que por vezes apareçam em composições diferentes. Um exemplo das diferenças sutis que o site apresenta com relação ao impresso é visto nos infográficos de ambos. Enquanto o mapa do infográfico no caderno impresso é rodeado por ilustrações e informações, o mapa do site traz essas mesmas informações acompanhadas de fotografias dos lugares, nesse caso, é preciso clicar na numeração correspondente à localização de cada geossítio para que o texto e a imagem apareçam (ver figura 8).

Figura 8 - Infográfico interativo no site da reportagem



Fonte: O POVO Online. Disponível em: <https://especiais.opovo.com.br/geoparkararipe/>. Acesso em: 27 set. 2019.

Apesar do conteúdo do site não expandir o universo narratológico da reportagem, observa-se que a utilização de um infográfico que explora tanto a hipertextualidade quanto a interatividade é uma forma de utilizar melhor a plataforma em que as informações se encontram, isso também pode ser observado pela presença de hiperlinks em algumas partes dos textos do site. No caso do infográfico, no entanto, essa adaptação poderia ter sido feita de maneira mais interessante com a utilização de um infográfico multimídia, já que esse é um formato que apresenta maior inovação e que guarda maior proximidade com a produção transmídia. Um outro exemplo das diferenças no modo de apresentação das informações no site

está na criação do título “Sobre as Espécies Gigantes” que reúne curiosidades e fatos que estão espalhados pelo caderno impresso (ver figura 9).

Figura 9 - Título "Sobre as Espécies Gigantes"



Fonte: O POVO Online. Disponível em: <https://especiais.opovo.com.br/geoparkararipe/>. Acesso em: 27 set. 2019.

As informações apresentadas sob esse título, porém, evidenciam alguns erros presentes no site e uma certa falta de cuidado com a revisão do texto na plataforma. Além de repetir os erros gramaticais e ortográficos do caderno impresso, o site apresenta ainda outros erros. Um exemplo disso pode ser observado no texto sobre dinossauros, já que na primeira linha a palavra

“outras” não concorda com o gênero da palavra “dinossauros”, esse erro não existe no caderno impresso (ver figura 10 e 11).

Figura 10 – Texto sobre dinossauros do Geopark no site

DINOSSAUROS

4 dinossauros, achadas na Chapada do Araripe, já foram descritos até hoje. Uma quinta espécie está em via, sendo investigada. As criaturas são das famílias raptoridae (raptores) e da spinosauridae (marinhos e com uma grande "vela" nas costas)



Fonte: O POVO Online. Disponível em: <https://especiais.opovo.com.br/geoparkararipe/>. Acesso em: 27 set. 2019.

Figura 11 - Texto sobre dinossauros do Geopark no caderno impresso



Fonte: O POVO Digital. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/geoparkararipe/10/09/2019/p3>. Acesso em: 27 set. 2019.


O site também apresenta uma incoerência nas informações que dizem respeito ao número de pterossauros descritos encontrados no Geopark Araripe. Enquanto o texto “Sobre as Espécies Gigantes” afirma que foram 19 espécies descritas, o texto “Santuário dos Pterossauros” afirma que foram 25 espécies (ver figura 12).

Figura 12 - Informações discrepantes no site

OPOVO online *Destino Geopark Araripe*

SOBRE AS ESPÉCIES GIGANTES

PTEROSSAUROS



19 fósseis de pterossauros, escavados na bacia do Araripe no Ceará, foram descritos. O que faz do Geopark Araripe a maior área de descobertas no mundo sobre a criatura alada. Os pterossauros descritos Geopark são de duas famílias: a Anhangueridae, que possuía crista na ponta do bico e dentes grandes. E a Papejaridae, que não tinha dentes e que apresentava uma crista na

OPOVO online *Destino Geopark Araripe*

Santuário dos pterossauros

Geopark Araripe tem pelo menos 25 pterossauros descritos por pesquisadores brasileiros e estrangeiros. Um novo fóssil do réptil voador está sendo investigado

Fonte: O POVO Online. Disponível em: <https://especiais.opovo.com.br/geoparkararipe/>. Acesso em 27 set. 2019.

No site há ainda problemas de manutenção, como por exemplo o link para a versão digitalizada do caderno impresso que não está funcionando e o expediente que não abre corretamente. Além disso o menu do site tem apenas duas seções, o que pode frustrar a expectativa do leitor.

5.2.3 A websérie

A websérie da reportagem Destino Geopark Araripe é composta por dez vídeos, sendo cada um deles correspondente a um episódio da série. Nove desses episódios foram adicionados ao site da reportagem e todos contam com uma abertura que indica a editoria e o nome do

projeto ao qual a websérie pertence. Os vídeos têm aproximadamente de um a dois minutos de duração e apesar de serem numerados de um a dez, podem ser assistidos de forma não linear, sem que haja problemas para a compreensão por parte do espectador. Ainda assim, começar a assistir a websérie pelo primeiro episódio é interessante para entender melhor do que se trata o Geopark Araripe.

A curta duração dos vídeos e a qualidade da abertura, das imagens e da narração demonstram que o material foi adaptado para a plataforma em que se encontra. Dessa forma, o conteúdo se apresenta de forma dinâmica e envolvente e é provável que consiga prender a atenção dos espectadores, que podem assistir a toda a série em pouco menos de 15 minutos. No entanto, os espectadores da série que leram os textos do caderno impresso ou do site podem reconhecer algumas partes da narração. Um exemplo dessa relação apresenta-se através da comparação entre o texto referente ao geossítio Riacho do Meio no caderno impresso (ver figura 13) e o episódio cinco da websérie.

Figura 13 - Texto sobre o geossítio Riacho do Meio no caderno impresso



Fonte: O POVO Digital. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/geoparkararipe/10/09/2019/p6>. Acesso em: 3 out. 2019.

A comparação entre o texto do caderno impresso e o áudio do episódio “O Soldadinho do Araripe e o Geopark”, transcrito abaixo, revela que a websérie utiliza partes do conteúdo do caderno impresso.

O Soldadinho do Araripe, ave que está em risco de extinção e que só ocorre na Chapada do Araripe, encontra no Geossítio do Riacho do Meio e no Geossítio das Trilhas das Batateiras, em Barbalha e no Crato, refúgio preservado de fontes de água e de vegetação nativa para se reproduzir. No habitat natural do Soldadinho há ainda vegetação densa e úmida, além de nascentes e córregos de água cristalina que abastecem comunidades que vivem no entorno do Riacho do Meio e das Batateiras. No Geossítio do Riacho do Meio está localizada a Pedra do Morcego, lugar onde o cangaceiro Lampião e seu bando teriam utilizado como acampamento e esconderijo quando estiveram no Cariri para o histórico encontro com padre Cícero em 1926 (O POVO, 2019)⁴⁴.

Alguns episódios da websérie trazem mais informações inéditas que outros, como por exemplo os episódios sete e oito. Em ambos, a narração reproduz informações do caderno impresso, no entanto, o episódio sete apresenta uma entrevista nova e o oito, uma personagem que não aparece no conteúdo matricial. Assim, observa-se que existem informações inéditas na websérie, mas essas ainda são sucintas. Desse modo, é possível afirmar que a narrativa da websérie é compatível com a plataforma para a qual foi criada e não guarda uma relação de linearidade com o material disponível nas demais plataformas. Quanto à expansão do universo narrativo da reportagem, a websérie consegue expandir esse universo, mas de forma limitada.

5.2.4 As mídias sociais

Na lista dos conteúdos do especial transmídia Destino Geopark Araripe aparecem as mídias sociais Twitter, Instagram e Facebook. No Instagram do O POVO Online encontra-se uma postagem para divulgar o caderno especial e uma postagem para divulgar o jornal impresso do dia 10 de setembro de 2019, que traz o caderno especial como encarte. Há ainda postagens com imagens relacionadas à reportagem cuja descrição reproduz parte dos textos do caderno impresso (ver figura 14) e postagens com vídeos da websérie produzida para o YouTube (ver figura 15).

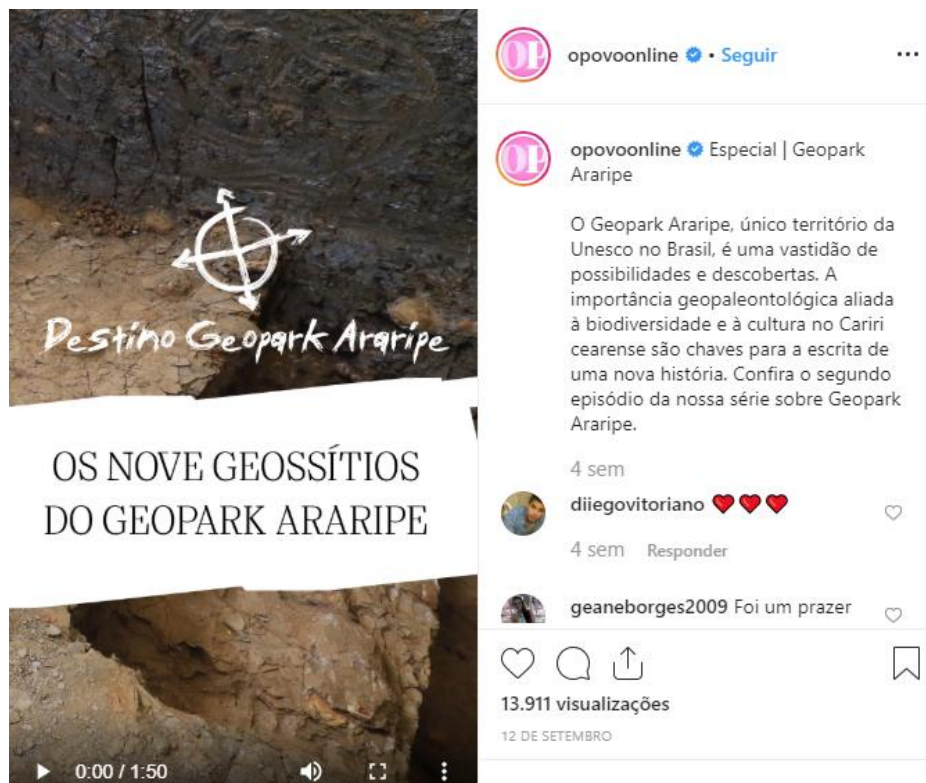
⁴⁴ O Soldadinho do Araripe e o Geopark. Edição e finalização de vídeo de P.H. Diaz. Fortaleza: O POVO, 2019. (1,16 minutos). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Z5FxOCcz_K4. Acesso em: 3 out. 2019.

Figura 14 - Exemplo de postagem que utiliza texto e imagens do caderno impresso



Fonte: Perfil @opovoonline no Instagram

Figura 15 - Exemplo de postagem com episódio da websérie



Fonte: Perfil @opovoonline no Instagram

No Facebook do O POVO Online também há postagens que divulgam e reproduzem o conteúdo do caderno impresso e site (ver figura 16). Além disso, tanto no Facebook quanto no

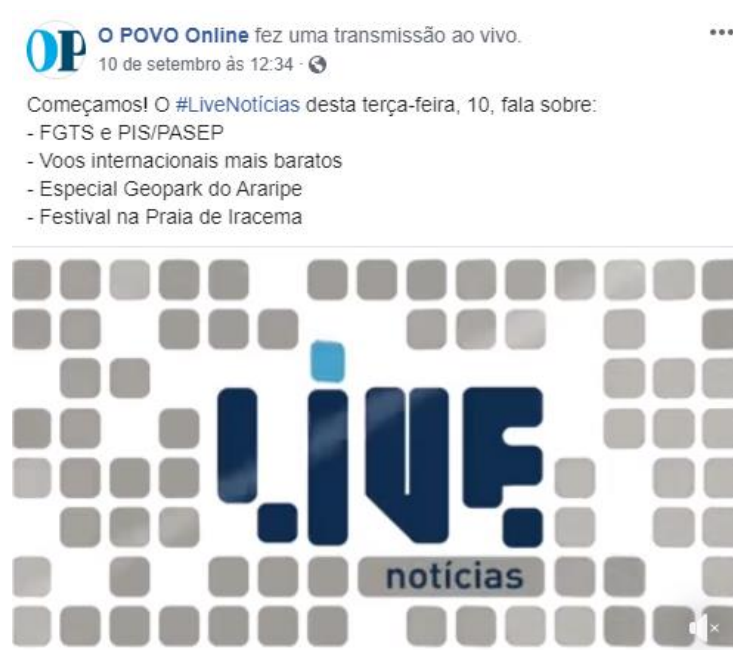
Twitter há uma postagem com o episódio do Live Notícias⁴⁵ do dia 10 de setembro de 2019 que comenta o material produzido para o especial transmídia (ver figura 17).

Figura 16 - Exemplo de postagem sobre a reportagem no Facebook



Fonte: Página O POVO Online no Facebook

Figura 17 - Postagem sobre a *live* que comenta a reportagem no Facebook



Perfil O POVO Online no Facebook

⁴⁵ Boletim de notícias transmitido através de *lives* no Facebook do O POVO Online.

O fato de as mídias sociais aparecerem na lista de conteúdos que compõem o projeto transmídia pode levar o leitor a entender que a narrativa da reportagem se estende também para essas plataformas. No entanto, o *podcast*⁴⁶ e a matéria de divulgação do especial⁴⁷ indicam que os conteúdos divulgados nesses sites são apenas “informações compartilhadas nas mídias sociais”. A partir da observação desses conteúdos pode-se concluir que as postagens referentes ao projeto transmídia encontradas nas mídias do Grupo de Comunicação O POVO realmente não expandem a reportagem, apenas reproduzem e divulgam seu material.

5.2.5 O *podcast*

O Grupo de Comunicação O POVO possui um programa noticioso em formato de *podcast* chamado Recorte, apresentado pelos jornalistas Ítalo Coriolano e Maísa Vasconcelos. O *podcast* está disponível gratuitamente no *Spreaker* e tem o intuito de discutir os principais fatos do Ceará, do Brasil e do mundo. O episódio 141 faz parte da reportagem transmídia Destino Geopark Araripe e se trata de uma entrevista com Demitri Túlio, responsável pelos textos do caderno especial.

O conteúdo expande a narrativa à medida que apresenta algumas informações e discussões novas sobre o tema, como dicas de viagem para o local e a explicação sobre o que é um geossítio, no entanto, ainda é uma expansão singela, visto que boa parte do conteúdo é composta por informações abordadas no caderno impresso, como os dados sobre os fósseis de pterossauro.

Durante essa explanação sobre os fósseis de pterossauros, há um momento em que o entrevistado tenta explicar o que é um pterossauro ao ouvinte, mas acaba levando muito tempo e chegando a uma explicação precária, isso pode não só gerar uma sensação de incômodo no ouvinte, como também levá-lo a duvidar da capacidade do entrevistado de discutir o assunto. No entanto, durante o restante da entrevista, o entrevistado consegue reverter essa impressão e demonstrar domínio e desenvoltura ao abordar o tema.

Esse episódio foi nomeado de “Geopark Araripe, um laboratório ambiental”. A escolha do nome segue os ditames do marketing digital, pois consegue transmitir ao ouvinte uma ideia do que será discutido no episódio. O arquivo de áudio tem pouco mais que dezoito minutos, o que não satisfaz a preferência da maior parte dos ouvintes de *podcast* brasileiros, que, segundo

⁴⁶ Disponível em: <https://www.spreaker.com/episode/19052433>. Acesso em: 17 set. 2019.

⁴⁷ Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/jornal/cidades/2019/09/08/especial-discute-potencial-cientifico-e-turistico-do-geopark.html>. Acesso em: 20 set. 2019.

uma pesquisa⁴⁸ realizada pela ABPod⁴⁹, em 2018, preferem arquivos que tenham de uma a uma hora e meia de duração. No entanto, é importante observar que o arquivo segue a média geral de duração dos episódios do programa Recorte, que é de 15 a 24 minutos. Quebrar esse padrão poderia causar o estranhamento ou até mesmo o desagrado dos ouvintes já habituados à proposta inicial do programa.

Quanto à linguagem, apesar de apresentarem o tema do episódio com bastante formalidade, os apresentadores utilizam uma linguagem descontraída durante a entrevista, o que torna o conteúdo agradável e contemporâneo, diferenciando-o de produtos noticiosos que optam pela manutenção da formalidade mesmo em formatos mais modernos e próprios da contemporaneidade, como o *podcast*. Essa linguagem mais descontraída adequa-se ao perfil de ouvintes de *podcasts* no Brasil, isso porque cerca de 80% desses ouvintes correspondem à classificação de adulto jovem⁵⁰.

O site em que o *podcast* se encontra permite que o conteúdo seja curtido, comentado e compartilhado no Facebook e no Twitter. Essas possibilidades de interação ajudam os consumidores do especial transmídia a disseminar e compartilhar essa narrativa uns com os outros e possibilita até mesmo que os ouvintes expandam a narrativa através da caixa de comentários (ver figura 18).

Figura 18 - Página do episódio 141 do *podcast* Recorte no *Spreaker*



Fonte: Spreaker. Disponível em: <https://www.spreaker.com/user/opovo/geopark-araripe-laboratrio-ambiental>. Acesso em: 12 out. 2019.

⁴⁸ Disponível em: <http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>. Acesso em: 12 out. 2019.

⁴⁹ Associação Brasileira de Podcasters

⁵⁰ Disponível em: <http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>. Acesso em: 12 out. 2019.

Além disso, é possível baixar o arquivo de áudio e gerar um link para a incorporação do episódio em outros sites. Há também um botão que permite que o usuário siga o perfil do O POVO no *Spreaker*. Ao lado da aba “*coments*”, que abre a caixa de comentários, há a aba “*info*”, que apresenta informações sobre o que será discutido no episódio. Logo abaixo da aba de informações observa-se a utilização de diversas *hashtags*, que podem ajudar no processo de compartilhamento e identificação do conteúdo. No entanto, algumas palavras-chave utilizadas não são tão efetivas para esses processos, como as *hashtags* “*analise*”, “*único no brasil*” e “*laboratório ambiental*”. Dessa forma, a escolha das palavras-chave parece ter sido feita sem planejamento.

Já ao final da aba *info*, nota-se a utilização de um recurso de marketing digital chamado *call to action*, que se trata da disponibilização de links que levam os consumidores a realizarem ações como seguir um perfil, acessar outro conteúdo ou comprar algo (ver figura 19). Os links localizados ao final da aba disponibilizam outras opções de acesso ao conteúdo através de diferentes plataformas, o que pode ampliar o alcance do programa e do episódio.

Figura 19 - Recurso *call to action* no episódio 141

Spreaker Search for users or shows Listen

INFO COMMENTS

News, #analise, #brasil, #geopark, #geopark araripe, #geoparque das américas, #laboratório ambiental, #único no brasil

No Recorte desta segunda-feira, 9, os jornalistas Ítalo Coriolano, Maisa Vasconcelos e Demitri Túlio, discutem sobre a importância do Geopark Araripe, considerado o primeiro geoparque das Américas e único no Brasil chancelado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e da Cultura (Unesco).

Disponível em outras plataformas RSS feed: <http://bit.ly/recortfeed>
 Assine o podcast no iTunes (e avalia a gente): <http://bit.ly/recortrssapple>
 Segue a gente no Spotify: ... See More

Fonte: Spreaker. Disponível em: <https://www.spreaker.com/user/opovo/geopark-araripe-laboratrio-ambiental>. Acesso em: 12 out. 2019.

O áudio e a edição do arquivo de áudio apresentam uma boa qualidade. Assim, levando em consideração os recursos discutidos acima, como linguagem, possibilidade de baixar o

arquivo, presença de ferramentas que promovem interação, escolha correta da nomenclatura do episódio e boa qualidade do material, o conteúdo demonstra que está adaptado à plataforma em que se encontra. Além disso, o episódio não guarda relação de linearidade com as narrativas do projeto presentes em outras plataformas.

5.2.6 Entrevistas nas rádios

As duas entrevistas veiculadas nas rádios O POVO CBN FM 95.5, O POVO CBN AM 1010 e CBN Cariri FM 93.5 não puderam ser ouvidas, pois o conteúdo não está disponível *on-line*. Foram enviados e-mails solicitando o conteúdo para as rádios, no entanto, nenhum e-mail foi respondido. O coordenador de transmídia do O POVO, Emerson Maranhão, também afirmou⁵¹ que não é possível disponibilizar o material, nem mesmo para os assinantes do O POVO Online. As entrevistas foram ao ar nos dias 10 e 11 de setembro de 2019 e os entrevistados foram personagens que também aparecem no caderno impresso, como o paleontólogo Álamo Saraiva, o empresário Demétrio Jereissati e o reitor da Urca Francisco Lima Júnior. A ausência do material *on-line* apresenta-se como um problema não apenas para pesquisadores que desejam analisar a reportagem, mas também para os consumidores do especial transmídia.

5.3 As características da narrativa jornalística transmídia na reportagem

Apesar de apresentar a maioria das características pertinentes a uma narrativa jornalística transmidiática, a reportagem Destino Geopark Araripe ainda precisa aprimorar alguns aspectos importantes para a construção desse tipo de narrativa. Uma das principais melhorias necessárias está relacionada à qualidade e dimensão da expansão narrativa através dos diferentes conteúdos da reportagem, já que esse elemento tem ligação direta com qualidade geral do produto. Ainda assim, é possível notar que a reportagem foi planejada e conseguiu se sobressair enquanto produto transmídia (ver quadro 3).

⁵¹ Depoimento recolhido por e-mail em 19 de set. 2019.

Quadro 3 - Características gerais das narrativas jornalísticas transmidiáticas na reportagem Destino Geopark Araripe

Características⁵²	Observância das características na reportagem
São contadas histórias em diversos meios que se inter-relacionam em um arranjo, sistema ou universo transmídia.	Atende
O acesso aos conteúdos que circulam nos meios pode se dar através de uma ou mais plataformas de acesso.	Não atende
Apesar de inter-relacionados, cada meio é uma unidade autônoma cujo acesso se dá independentemente das demais partes.	Atende
Tem-se um meio nativo, no qual é apresentada a narrativa central/núcleo que serve como ponto de partida/acesso para os outros meios.	Atende
Cada meio contribui de maneira distinta para a apreensão do universo narrativo e, portanto, não apresenta repetições ou redundâncias de conteúdo.	Atende parcialmente
São apresentados caminhos diversos para serem explorados pela audiência mais interessada, ao mesmo tempo em que são disponibilizadas as informações essenciais aos que têm pressa.	Atende parcialmente
São disponibilizados recursos para a interatividade, em níveis variados: desde o mais básico, inerente à trama hipertextual, até a efetiva participação do público para complementar ou ampliar a narrativa.	Atende
Há conteúdo seriado.	Atende
Há um mundo narrativo bem delimitado a fim de cumprir os propósitos jornalísticos, com volume de material suficiente para incentivar o engajamento, porém, não a ponto de impossibilitar a apreensão do todo.	Atende
Considera-se o contexto da recepção, uma vez que o uso de diferentes meios e plataformas significa que diferentes públicos poderão ter acesso, usarem e/ou apropriarem-se das histórias compartilhadas.	Atende
No planejamento da narrativa jornalística transmidiática, o número de meios ou plataformas de acesso não é o aspecto mais importante e sim a funcionalidade de cada meio, plataforma ou recurso de interatividade para a ampliação da compreensão de uma temática.	Atende parcialmente

Fonte: Adaptado de Dall'agnese e Barichello (2018)

⁵² As características que se apresentam nas linhas amarelas do quadro são opcionais quando se trata de uma narrativa jornalística transmídia.

É possível perceber que o projeto transmídia analisado possui algumas características próprias das narrativas jornalísticas transmidiáticas, assim como certos aspectos que o distanciam dessas características. Observa-se que os conteúdos disponíveis nas diferentes plataformas se organizam em um sistema transmídia cuja narrativa central é apresentada por meio do caderno impresso, sendo esse o meio nativo do projeto, que serve de ponto de partida para os demais conteúdos.

O caderno impresso apresenta as informações essenciais sobre o universo que discute, parece inclusive ultrapassar a barreira da essencialidade e tratar de questões mais periféricas, como a história contada no texto “Família de Ex-peixeiros”. Essa história, por exemplo, é interessante e pertinente ao universo narrativo, no entanto, poderia ter sido melhor aproveitada como parte dos materiais disseminados em outras plataformas. Assim, o leitor do caderno impresso conseguiria ter acesso às informações essenciais através do meio nativo e caso se interessasse, poderia complementar seus conhecimentos por meio dos conteúdos disseminados nas demais plataformas.

A escolha de colocar quase todas as informações no caderno especial prejudica não só os leitores que buscam uma versão mais sucinta da narrativa proposta, mas também os consumidores ávidos por mais informações. Isso porque, ao terem acesso aos demais conteúdos do projeto, esses consumidores poderão se frustrar com a expansão limitada oferecida, já que os outros conteúdos, como o *podcast* e a websérie, acrescentam menos informações inéditas que o esperado e acabam reproduzindo algumas partes do caderno impresso.

Outro problema notado é a falta de uma plataforma através da qual a audiência tivesse acesso a todos os conteúdos produzidos para a reportagem. Por meio do site é possível acessar a grande maioria dos episódios da websérie e há um link para a versão digital do caderno impresso, no entanto, o link não funciona. Não é apresentado um caminho para acessar o *podcast* no site e as entrevistas de rádio não estão disponíveis *on-line*, ou seja, apenas os ouvintes que conseguiram acompanhar a veiculação das entrevistas nos dias 10 e 11 de setembro tiveram acesso ao conteúdo.

Apesar disso, observa-se que as narrativas produzidas para as diferentes plataformas são autônomas, de forma que é possível compreender bem cada conteúdo sem ter acesso aos outros. Assim, a pessoa que ouvir o *podcast* conseguirá compreender a narrativa sem precisar ter visto a série ou lido o caderno impresso, por exemplo. Nota-se também que o contexto da recepção foi levado em consideração, já que o conteúdo não só se apresenta em diversas plataformas, mas foi bem adaptado para cada uma delas. Assim, o material pode ser acessado e agradar diferentes audiências.

Além disso, há disponíveis diferentes recursos para a interatividade, como os hipertextos e hiperlinks presentes no site e as caixas de comentário presentes no episódio de *podcast* e nos episódios da websérie disponíveis no YouTube. As caixas de comentário podem ser utilizadas pela audiência para complementar e ampliar o universo da narrativa. Outro fator relevante é que o universo narrativo criado pela reportagem não é inapreensível, como muitas vezes acontece nas narrativas ligadas ao entretenimento. A reportagem conta com um conteúdo vasto o suficiente para gerar engajamento e limitado o suficiente para ser apreendido em sua totalidade. Essa característica está em consonância com o esperado de narrativas jornalísticas transmidiáticas.

A partir da análise da reportagem, pode-se deduzir também que o número de plataformas nas quais os conteúdos foram disponibilizados foi um elemento privilegiado, em detrimento da capacidade de expansão narrativa desses diferentes conteúdos, isso diminui a qualidade da narrativa transmídia. É possível observar ainda que o especial Destino Geopark Araripe apresenta conteúdo seriado, no entanto, esse não é um fator obrigatório na construção de uma narrativa jornalística transmídia. Com relação às características inerentes às narrativas transmídia em ambientes digitais, a reportagem incorpora todas as características propostas (ver quadro 4).

Quadro 4 - Características das narrativas jornalísticas transmidiáticas em ambientes digitais na reportagem Destino Geopark Araripe

Características	Observância das características na reportagem
Se originam de pautas que geram grandes reportagens e, portanto, são mais propícias à transmidiação, como, por exemplo, investigações criminais, coberturas de grandes eventos, pesquisa de fatos históricos, discussão de grandes tópicos da sociedade (imigração, fome, corrupção, etc.).	Atende
Privilegiam formatos nativos do ambiente digital, como os <i>newsgames</i> , infográficos multimídia e a grande reportagem multimídia.	Atende
Evidenciam a relevância do trabalho integrado entre jornalistas, designers, desenvolvedores de conteúdo, etc., para a produção de narrativas coerentes e complexas.	Atende
Incentivam o engajamento da audiência em temas de relevância social ao promoverem o conhecimento ampliado de uma temática.	Atende
Possibilitam a efetivação do bom jornalismo alinhado às possibilidades tecnológicas do ecossistema jornalístico atual, a partir da oferta de narrativas mais diversas e plurais.	Atende

Fonte: Adaptado de Dall'agnese e Barichello (2018)

O especial transmídia Destino Geopark Araripe foi produzido por uma organização de referência, o Grupo de Comunicação O POVO. A reportagem explora não apenas a criação e consolidação do Geopark, mas diversas questões sociais e ambientais que permeiam a região da Chapada do Araripe. São apresentadas histórias que remetem ao período jurássico, acontecimentos que marcaram a região nos tempos de Padre Cícero e Lampião e as mais recentes descobertas científicas relacionadas ao lugar. Desse modo, é explorada uma narrativa ampla, que atravessa o tempo.

A pauta que originou a narrativa envolve tanto acontecimentos históricos quanto questões atuais como a degradação e a necessidade do uso sustentável do meio ambiente. Esses acontecimentos e questões foram trabalhados por meio de uma grande reportagem, que apresenta assuntos de relevância social e pode suscitar o engajamento da audiência nos temas apresentados.

A reportagem apresenta ao público narrativas plurais, que contam com os depoimentos de um cientista, um empresário, um reitor de universidade, um romeiro, um guia turístico e um escavador de fósseis. Através das narrativas é possível perceber a importância da região para as mais diferentes personagens, incluindo as crianças da Fundação Casa Grande.

Além disso, apesar de reproduzir parte significativa dos conteúdos disseminados em outras plataformas, o site do especial se aproveita da reunião dos diversos materiais para montar uma grande reportagem multimídia. O infográfico, presente no site, no entanto, desperdiça a chance de explorar a multimedialidade e se atém a recursos mais simples como a hipertextualidade e a interação. O longo expediente e o resultado final satisfatório da reportagem destacam a importância de uma equipe diversificada de profissionais de diferentes áreas para a construção de uma narrativa jornalística transmidiática.

Com relação às características gerais referentes às narrativas jornalísticas transmidiáticas, o projeto transmídia analisado atende a 90% dos elementos abordados no quadro, no entanto, desse total, 30% são de características atendidas de forma parcial. Já com relação às características referentes às narrativas transmídia em ambientes digitais, o projeto atende a 100% dos elementos. É preciso destacar, porém, que quando se trata da exploração de formatos nativos do ambiente digital, o projeto não se mostra tão inovador, já que deixa de utilizar elementos contemporâneos que têm surpreendido a audiência como *newsgames*⁵³, experiências de imersão e infográficos multimídia.

⁵³ O termo se refere a jogos eletrônicos que são embasados em fatos do mundo real, trata-se da união entre videogames e jornalismo.

6 CONSIDERAÇÕES PROVISÓRIAS

Atualmente, no que concerne às formas de estruturação narrativa para o jornalismo, as narrativas jornalísticas transmidiáticas são consideradas o ápice da inovação. O conceito oriundo do entretenimento propõe a criação de um universo detalhado e na maior parte das vezes, tecnológico. Assim, o conteúdo transmídia se desdobra em diferentes experiências, com a finalidade de envolver a audiência e incentivá-la a consumir, complementar e divulgar o universo narrativo em questão. A narrativa jornalística transmidiática deslumbra seus consumidores à medida que lhes proporciona uma imersão profunda e diferenciada em uma determinada temática.

Dessa forma, apesar de ter sido amplamente discutido por diversos autores ao longo dos últimos anos, o conceito de narrativa transmídia é considerado complexo e ainda gera discussões e controvérsias entre autores e pesquisadores. Além das problematizações que cercam a narrativa transmídia, há ainda as implicações da aplicação do conceito na área jornalística, que gera outras peculiaridades. Considerando a complexidade do tema e o reconhecimento adquirido por esse tipo de narrativa, não é incomum a existência de narrativas jornalísticas que ostentam o status de transmídia, mas não apresentam as características que definem essa espécie de conteúdo.

Assim, foi identificada a necessidade de analisar se a reportagem Destino Geopark Araripe, produzida pelo Grupo de Comunicação O POVO, pode ser considerada um exemplo de narrativa jornalística transmidiática produzida no Brasil. Para isso, foram discutidos os elementos definidores dessa forma de estruturação narrativa e suas diferenças com relação a outros tipos de narrativa com os quais é frequentemente confundida. Outro detalhe considerado importante nesse processo foi a identificação dos critérios a partir dos quais a reportagem foi construída, a fim de constatar se a produção foi norteada por uma base teórica sólida, que tenha permitido o planejamento e a execução apropriados para a construção de uma narrativa jornalística transmidiática.

A primeira indicação de que a reportagem foi desenvolvida adequadamente foi a participação de um coordenador de transmídia no planejamento dos diferentes conteúdos que compõem o projeto. Através do depoimento do coordenador, foi possível constatar que o profissional tem conhecimento teórico e busca apresentar os elementos necessários à construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas nas produções que levam o selo transmídia do O POVO.

O surgimento do cargo de coordenador de transmídia aponta uma nova necessidade do mercado que emerge nesse cenário. Além da união de profissionais de diversas áreas para a construção de um conteúdo amplo e diferenciado, cria-se ainda a demanda por um profissional que saiba planejar o projeto para que, esse, realmente possa ser nomeado como transmidiático. A partir da constatação da carência desse novo profissional na área é possível desenvolver novas pesquisas para analisar as mudanças que a narrativa jornalística transmídia exige no perfil do jornalista e no modo de construção jornalístico.

A partir da análise do objeto, nota-se que o planejamento da reportagem resultou na construção de um produto satisfatório. Unindo os quadros que apresentam as características gerais e as inerentes ao ambiente digital, verifica-se que a reportagem possui 93% dos elementos próprios de uma narrativa jornalística transmidiática. Desse modo, foi possível confirmar a hipótese inicial de que o especial Destino Geopark Araripe, produzido e veiculado pelo Grupo de Comunicação O POVO, é uma experiência de narrativa jornalística transmidiática, já que possui a maioria das características intrínsecas à essa forma de estruturação narrativa.

Ainda assim, 20% dessas características foram atendidas apenas de forma parcial, nesse caso, destacam-se as limitações apresentadas na qualidade de expansão do universo narrativo, a concentração de grande parte do conteúdo em uma única plataforma e a ocasional redundância de informações nas diferentes narrativas. Todos esses problemas poderiam ter sido resolvidos com uma melhor distribuição do conteúdo. As histórias da família de ex-peixeiros e da chacina que ocorreu no Sítio Caldeirão da Santa Cruz do Deserto não precisavam ter sido acrescentadas ao caderno impresso, mas renderiam documentários interessantes para o YouTube ou para a TV O POVO, por exemplo.

Além das características atendidas parcialmente, a reportagem não atende a um dos critérios presentes nos quadros, o que corresponde ao valor de 6% de características não atendidas. A partir desse dado, destaca-se a falta de uma plataforma que disponibilize todos os conteúdos da reportagem. A princípio, espera-se que o site do especial cumpra essa função, no entanto, o site não possui link para o episódio de *podcast* e o link para a versão digital do caderno impresso não funciona. Além disso, as entrevistas veiculadas nas rádios do grupo não estão disponíveis em lugar algum.

Apesar de não ter atendido a todos os requisitos necessários da maneira mais apropriada, a reportagem Destino Geopark Araripe pode ser considerada uma experiência adequada no que concerne à construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas no Brasil. A experiência ainda se afasta das narrativas produzidas por veículos internacionais de reputação

mundial, como os jornais *The Guardian* e *The New York Times*, que conseguem explorar as tecnologias mais avançadas e causar encantamento nos consumidores de seus produtos. Talvez o baixo orçamento disponível seja um dos motivos para que a equipe do Grupo de Comunicação O POVO não consiga ousar na utilização de recursos tecnológicos. Observa-se que o grupo contou com o patrocínio do Governo do Estado para conseguir custear a reportagem. A partir dessa problemática, surge a necessidade de novas pesquisas que apontem outras opções de financiamento para as empresas que desejam construir esse tipo de conteúdo no Brasil, já que as narrativas jornalísticas transmidiáticas demandam tempo, dinheiro e muitos profissionais envolvidos e focados em um projeto.

Ao contrário do que geralmente ocorre nas narrativas jornalísticas transmidiáticas, o conteúdo da reportagem analisada não se expandiu através das mídias sociais, essas, foram utilizadas somente para divulgar o projeto. Assim, a presença das mídias sociais na lista de conteúdos do especial apresenta-se como um fator problemático, que pode ser interpretado como uma forma de tentar enganar a audiência. O site também aparece na lista, mesmo sem expandir o universo narrativo da reportagem. Uma possível solução para esse problema seria a inclusão da palavra “divulgação” antes dos símbolos das mídias sociais e da sentença “acesso aos conteúdos” antes da indicação do site. Assim, o público poderia entender que as mídias sociais são utilizadas para divulgação e que o site serve como plataforma de acesso aos conteúdos, considerando que o ideal seria que o site desempenhasse essa função.

O Grupo de Comunicação O POVO conta com um coordenador de transmídia há quatro anos e produziu diversas narrativas sob a etiqueta transmídia nos últimos tempos. É importante constatar que a posse de diferentes veículos de comunicação facilita e incentiva a produção de narrativas jornalísticas transmidiáticas por parte do grupo. Espera-se que a análise da reportagem Destino Geopark Araripe sirva para proporcionar um vislumbre de como essas narrativas estão sendo construídas no Brasil e mais especificamente, no nordeste brasileiro e também que essa análise sirva para basear novas experiências do tipo.

REFERÊNCIAS

- ABDALA JUNIOR, B. **Introdução à análise da narrativa**. São Paulo: Scipione, 1995.
- ABPod. **PodPesquisa 2018**. São Paulo, 2018. Disponível em: <http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>. Acesso em 12 out. 2019.
- ARNAUT, R. *et al.* Era Transmídia. **Geminis**, v. 2, n. 2, p. 259–275, dez. 2011.
- BARBOSA, R. M. A tríplice concepção de mimese de Paul Ricoeur e a narrativa jurídica. *In: ENCONTRO PREPARATÓRIO PARA CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI*, 17., Salvador, 2008. **Anais do XVII Encontro Preparatório para o Congresso Nacional do CONPEDI**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/salvador/rogeriomonteirobarbosa-1.pdf>. Acesso em: 10 maio 2019.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 4 ed. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BARTHES, R. *et al.* **Análise Estrutural da Narrativa**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2013.
- BHATTACHERJEE, A. **Social Science Research: Principles, Methods, and Practices**. 2 ed. Tampa: University of South Florida, 2012.
- BRAYMAN, A. **Social Research Methods**. 4 ed. New York: Oxford University Press Inc., 2012.
- BRUNER, J. *The Narrative Construction of Reality*. **Critical Inquiry**, v. 18, n. 1, p.1-21, 1991. Disponível em: <https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdflibrary/BrunerNarrative.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2019.
- BRUNO, D. A. M.; KNEIPP, V. A. P.; OLIVEIRA JÚNIOR, N. A. A reflexão e a cultura para o telespectador cearense. *In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO*, Niterói, 2008. **Anais do 6º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho**. Niterói: Alcar, 2008. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/A%20REFLEXaO%20E%20A%20CULTURA%20PARA%20O%20TELESPECTADOR%20CEARENSE.pdf>. Acesso em: 20 set. 2019.
- BRYAN, A. **Social Research Methods**. 4 ed. New York: Oxford University Press Inc., 2012.
- CALADO, K. A.; ROCHA, H. C. L. Narrativas jornalísticas sob a luz da pragmática: uma análise das implicações ideológicas a partir da perspectiva de Motta e Habermas. *In: SOSTER, D. A.; PICCININ, F. Q. (orgs). Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas epistemológicas*. Santa Cruz do Sul: Catarse, 2017. Disponível em: <http://editoracatarse.com.br/site/wpcontent/uploads/2017/10/Narrativasmidi%C3%A1ticascontempor%C3%A2neasperspectivasepistemol%C3%B3gicas.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2019.
- CAMPALANS, C.; RENÓ, D.; GOSCIOLA, V. **Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2012.

CANAVILHAS, J. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In: RENÓ, D. et al. *Periodismo transmídia: miradas múltiples*. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

CARVALHO, C. A. A tríplice mimese de Paul Ricouer como fundamento para o processo de mediação jornalística. In: ENCONTRO DA COMPÓS, Rio de Janeiro, 2010. **Anais do XIX Encontro da Compós**. Disponível em: <http://compos.com.pucrio.br/media/gt9carlos%20albertocarvalho.pdf>. Acesso em: 10 maio 2019.

CARVALHO, C. A. É possível tecer fios de alta tensão desencapados? Comunicação, jornalismo e acontecimentos sociais que envolvem violência. **Intexto**, n. 45, p. 35-54, maio/ago. 2019.

CLINE, E. **Jogador Número 1**. 2 ed. Rio de Janeiro: Leya, 2015.

CORIOLOANO, I. VASCONCELOS, M. Geopark Araripe: um laboratório ambiental. **Recorte**. Disponível em: <https://www.spreaker.com/user/opovo/geopark-araripe-laboratorio-ambiental>. Acesso em: 12 out. 2019.

CORREIA, D.; FILGUEIRAS, L. Introdução à mídia cruzada. In: **Grupo de Estudos em interação do LTS**, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <http://tsi.pcs.usp.br/xgov/pub/TutorialMidiaCruzada.pdf>. Acesso em: 13 maio 2019.

DALL'AGNESE, C. T. W.; BARICHELLO, E. M. R. Narrativa jornalística transmídia: discussões em busca de uma definição. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 19., Cascavel, 2018. **Anais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Cascavel: Intercom, 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-1618-1.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2019.

DENA, C. *Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design*. In: **European Information Society Technologies (IST) Event**, Netherlands, 2004. Disponível em: http://www.christydena.com/Docs/DENA_CrossMediaObservations.pdf. Acesso em: 13 maio 2019.

DOMINGUES, J. A. **O Paradigma Mediológico**: Debray depois de McLuhan. Corvilhã: LabCom, 2010.

DOS SANTOS, M. C. Existe jornalismo transmídia? Considerações sobre o reuso de conceitos. **Geminis**, v. 8, n. 3, pp.136-149, set./dez. 2017.

ESPECIAL discute potencial científico e turístico do Geopark. **O POVO Online**, 10 set. 2019. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/jornal/cidades/2019/09/08/especial-discute-potencial-cientifico-e-turistico-do-geopark.html>. Acesso em: 20 set. 2019.

ESSENFELDER, R. Hibridismos Narrativos: recursos literários na grande reportagem contemporânea. **Intercom**, v. 40, n. 3, set./dez. 2017.

FECHINE, Y. Transmídiação, entre o lúdico e o narrativo. In: CAMPALANS, C.; RENÓ, D.; GOSCIOLA, V. *Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2012.

FILGUEIRAS, L. *X-Gov Planning: How to Apply Cross Media to Government Services. Proceedings of the Second International Conference on Digital Society*, p.140-145, fev. 2008.

FOLHA ONLINE. ** H**. **FOLHA ONLINE**. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_h.htm. Acesso em 10 set. 2019.

GANCHO, C. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 2002.

GANS, H. *Deciding what's news*. Nova York: Vintage Books, 1980.

GERBNER, G. *The stories we tell. Peace Review*, v. 11, n.1, p. 9-15, 1999.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas S.A., 2002.

GOLIN, C; HORN, M. R. Jornalismo e o texto da cidade: a narrativa da rua na seção Brasileira, de Carta Capital. In: SOSTER, D. A.; PICCININ, F. Q. (orgs). **Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas epistemológicas**. Santa Cruz do Sul: Catarse, 2017. Disponível em: <http://editoracatarse.com.br/site/wpcontent/uploads/2017/10/Narrativasmidi%C3%A1ticascontempor%C3%A2neasperspectivasepistemol%C3%B3gicas.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2019.

GOMES, M. B. A narrativa midiática: mediações dos acontecimentos. **Tríade**, v. 5, n. 10, p. 230-246, dez. 2017.

GONZÁLES, J. S.; NAVAS, J. S. G. *La investigación cualitativa en la comunicación y sociedad digital: nuevos retos y oportunidades*. 1 ed. Zaragoza: Egregius, 2018.

GUIMARÃES, C. Apresentação: O ordinário e o extraordinário das narrativas. In: GUIMARÃES, C.; FRANÇA, V. (orgs.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2007.

HERGESEL, J. P.; SILVA, M.C.C. Análise estrutural todoroviana do tecido narrativo confeccionado em “Record”, direção de Mess Santos, 2014. **Comunicação & Inovação**, v. 17, n. 35, p. 87-101, jul./dez. 2016.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009b.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.

JENKINS, H. Henry Jenkins: A cultura digital mistura cultura popular com conteúdo da cultura de massa. [Entrevista cedida a] Christina Lima, **Software Livre Brasil**, 09 jul. 2010a. Disponível em: <http://softwarelivre.org/portal/noticias/henry-jenkins-a-cultura-digital-mistura-cultura-popular-com-conteudo-da-cultura-de-massa>. Acesso em: 12 jan. 2019.

JENKINS, H. Os Sentidos da Convergência: entrevista com Henry Jenkins. [Entrevista cedida a] Vinicius Navarro, **Contracampo**, s.v., n. 21, p. 2-25, 2010b. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17190/10828>. Acesso em: 15 maio 2019.

JENKINS, H. *The Aesthetics of Transmedia: In Response to David Bordwell (Part One)*. **Henry Jenkins**, 10 set. 2009a. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i.html. Acesso em: 17 maio 2019.

JENKINS, H. *Transmedia Storytelling 101*, 2007. **Henry Jenkins**, 21 mar. 2007. Disponível em: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html#sthash.gSETwxQX.dpuf. Acesso em: 17 maio 2019.

LEAL, B. Saber das narrativas: narrar. In: GUIMARÃES, C; FRANÇA, V (orgs.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2007.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., Caxias do Sul, 2010. **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em: 25 out. 2019.

MARANHÃO, E. Planejamento de conteúdo editorial transmídia: O case “Aviação Ceará”. [Entrevista cedida a] Michelle Milane, **ANJ**, 26 abr. 2019b. Disponível em: <https://anj.org.br/site/autorre/124-webinarios-anj/19216-planejamento-de-conteudo-editorial-transmidia-o-case-aviacao-ceara.html>. Acesso em: 5 set. 2019.

MARANHÃO, E. RE: **Pesquisa Científica sobre Destino Geopark Araripe** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lysapolinario@gmail.com> em 19 set. 2019a.

MARCIANO, C. Newsgames, por onde começar? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., Curitiba, 2017. **Anais do XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0756-1.pdf>. Acesso em 29 out. 2019.

MARTINO, L. M. S. De Um Eu ao Outro: narrativa, identidade e comunicação com a alteridade. **Parágrafo**, v. 4, n. 1., p. 40-49, jan./jun. 2016. Disponível em: <http://www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/377/376>. Acesso em: 28 abr. 2019.

MARTINS, A. V.; SOARES, T. As Narrativas Cross e Transmídia e as Características do Webjornalismo no Globo Esporte. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., Recife, 2011. **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-0208-1.pdf>. Acesso em: 13 maio 2019.

MARTINS, E.; LONGHI, R. Transmídia, crossmídia e intermídia na grande reportagem multimídia. Um estudo das estratégias narrativas na série Tudo Sobre, da Folha de S. Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, Campo Grande,

2015. **Anais do XIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo: SBPJor, 2015.

MÉDOLA, A. Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos: os desafios para o comunicador. **E-Compós**, v. 12, n. 3, p. 1-12, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/379/376>. Acesso em: 13 maio 2019.

MÍDIA Kit. **O POVO Online**, sd. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/midiakit/>. Acesso em: 20 set. 2019.

MOLONEY, K. T. *Future of Story: Transmedia Journalism and National Geographic's Future of Food Project*. 2015. **ATLAS Institute Graduate Theses & Dissertations. 6**. Tese (Doutorado em Filosofia) - College of Engineering and Applied Sciences, University of Colorado Boulder, 2015.

MOLONEY, K. T. *Porting transmedia Storytelling to journalism*. **Electronic Theses and Dissertations. 440**. Dissertação (Mestrado em Artes) - Faculty of Social Sciences, University of Denver, 2011.

MOTTA, L. G. A análise pragmática da narrativa jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., Rio de Janeiro, 2005. **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2019.

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. 1 ed. Brasília: Editora UnB, 2013.

MOTTA, L. G. **Notícias do fantástico**. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

MOTTA, L. G. Retorno da narrativa: a busca do significado. **Signo**, v. 37, n.62, p. 53-64, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/signo/article/view/2834/1945>. Acesso em: 28 abr. 2019.

NASCIMENTO, P. N.; SOUSA, F. L. L. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Brasília: Thesaurus, 2016.

NOBRE, L. P.; RIOS, J. R. A. C. Jornalismo no Instagram Stories: Análise entre O Povo Online e Diário do Nordeste. CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 21., São Luís, 2019. **Anais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. São Paulo: Intercom, 2019. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0997-1.pdf>. Acesso em: 20 set. 2019.

O POVO ONLINE. **Destino Geopark Araripe**. Fortaleza, 10 set. 2019. Facebook: opovoonline. Disponível em: <https://www.facebook.com/OPOVOOnline/>. Acesso em: 12 out. 2019.

O POVO ONLINE. **Fóssil de crocodilo do Cariri pode ser o mais antigo descoberto no Brasil**, 10 set. 2019. Instagram: opovoonline. Disponível em: <https://www.instagram.com/opovoonline/?hl=pt-br>. Acesso em: 12 out. 2019.

O POVO ONLINE. **Live Notícias**, 10 set. 2019. Facebook: opovoonline. Disponível em: <https://www.facebook.com/OPOVOOnline/>. Acesso em: 12 out. 2019.

O POVO ONLINE. **Os Nove Geossítios do Geopark Araripe**, 12 set. 2019. Instagram: opovoonline. Disponível em: <https://www.instagram.com/opovoonline/?hl=pt-br>. Acesso em: 12 out. 2019.

O Soldadinho do Araripe e o Geopark. Edição e finalização de vídeo de P.H. Diaz. Fortaleza: O POVO, 2019. (1,16 minutos). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Z5FxOCcz_K4. Acesso em: 3 out. 2019.

PONTE, C. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso. Florianópolis: Insular, 2005.

PRATTEN, R. *Getting starting in transmedia storytelling*. 2 ed. Create Space Independent Publishing Platform, 2015.

PROSS, H. **A sociedade do protesto**. São Paulo: Annablume, 1997.

RENÓ, D. *et al.* Narrativas Transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palavra Chave**, v. 14, n. 2, p. 201-215, dez. 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/Dialnet-NarrativasTransmidia-4040446.pdf>. Acesso em: 09. jan. 2019.

RICOEUR, P. **Tempo e Narrativa** (tomo I). Campinas: Papirus, 1994.

RYAN, M. *Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience? In: Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*. Vol. 7, No. 2, **Transmedial Worlds in Convergent Media Culture**, 2015, pp. 1-19.

SARAIVA, R. Planejamento de conteúdo editorial transmídia: O case “Aviação Ceará”. [Entrevista cedida a] Michelle Milane, **ANJ**, 26 abr. 2019b. Disponível em: <https://anj.org.br/site/autorre/124-webinarios-anj/19216-planejamento-de-conteudo-editorial-transmidia-o-case-aviacao-ceara.html>. Acesso em: 5 set. 2019.

SCOLARI, C. *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, 2013.

SCOLARI, C. *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. **Anuário A/C de Cultura Digital**. 2014.

SELLTIZ, C. *et al.* **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967.
SOARES, R. L. Pequeno inventário de narrativas midiáticas: verdade e ficção em discursos audiovisuais. **Significação**, v. 37, n. 34, p. 55-72, jul./dez. 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/68122/70680>. Acesso em: 28 abr. 2019.

TIRAGEM impressa dos maiores jornais perde 520 mil exemplares em 3 anos. **PODER 360**, 31 jan. 2018. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/tiragem-impressa-dos-maiores-jornais-perde-520-mil-exemplares-em-3-anos/>. Acesso em: 20 set. 2019.

TODOROV, T. **As Estruturas Narrativas**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

TODOROV, T. **Estruturalismo e poética**. São Paulo: Cultrix, 1970.

TÚLIO, D.; LIMA, F. Destino Geopark Araripe. **O POVO Digital**, Fortaleza, 10 set. 2019. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/geoparkararipe/10/09/2019/p1>. Acesso em: 20 set. 2019.

TÚLIO, D.; LIMA, F. Destino Geopark Araripe. **O POVO Online**, Fortaleza, s.d. Disponível em: <https://especiais.opovo.com.br/geoparkararipe/>. Acesso em: 27 set. 2019.

VASCONCELOS, J. P. Categorias da narrativa. **Escola Secundária Santa Maria do Olival**. 3 jun. 2008. Disponível em: <http://www.slideshare.net/grochas1/narrativa-14720527>. Acesso em: 29 abr. 2019.

VELOSO, R. B.; MARQUES, F. P. J. A. Segurança Pública no Jornal Impresso: um estudo inicial de caso sobre o jornal O POVO. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16., João Pessoa, 2014. **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. São Paulo: Intercom, 2014.

VICCHIATTI, C. A. **Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso social**. São Paulo: Paulus, 2005.

WARSHAW, M. Apresentação: uma bússola num turbulento mar de transformações. *In*: JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.