



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CÂMPUS DE PALMAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO ACADÊMICO EM  
COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

**LYS APOLINÁRIO REIS**

**TRANSMIDIALIDADE E PROXIMIDADE**  
NARRATIVAS JORNALÍSTICAS TRANSMIDIÁTICAS NO CONTEXTO  
REGIONAL BRASILEIRO

Palmas/TO  
2022

LYS APOLINÁRIO REIS

**TRANSMIDIALIDADE E PROXIMIDADE**  
NARRATIVAS JORNALÍSTICAS TRANSMIDIÁTICAS NO CONTEXTO  
REGIONAL BRASILEIRO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade. Foi avaliada para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade e aprovada em sua forma final pelo orientador e pela Banca Examinadora.

Orientadora: Dra. Edna de Mello Silva

Palmas/TO  
2022

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

---

R375t Reis, Lys .

Transmidialidade e Proximidade: narrativas jornalísticas transmidiáticas no contexto regional brasileiro . / Lys Reis. – Palmas, TO, 2022.

148 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Comunicação e Sociedade, 2022.

Orientador: Edna De Mello Silva

1. Narrativa jornalística transmidiática. 2. Narrativa transmídia. 3. Jornalismo de proximidade. 4. Narrativa. I. Título

**CDD 302.2**

---

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

**“Transmidialidade e Proximidade: Narrativas jornalísticas transmidiáticas no contexto regional brasileiro”**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade e aprovada em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora

Data de aprovação: 29/08/2022

Banca Examinadora:



---

**Profa. Dra. Edna de Mello Silva**  
**Universidade Federal do Tocantins**  
**Orientadora**



---

**Profa. Dra. Máira Evangelista de Sousa**  
**UNAMA**  
**Primeira avaliadora**



---

**Profa. Dra. Liana Vidigal Rocha**  
**Universidade Federal do Tocantins**  
**Segunda avaliadora**

## RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de compreender como as narrativas jornalísticas transmidiáticas se configuram no contexto regional brasileiro contemporâneo. Para isso, as narrativas selecionadas foram “Londrina 87 anos”, produzida pela Folha de Londrina, sediada na cidade de Londrina/PR; “Energia Limpa”, produzida pelo Grupo de Comunicação O POVO, sediada na cidade de Fortaleza/CE e “Nativas Digitais”, produzida pela Universidade Estadual do Tocantins (Unitins), sediada na cidade de Palmas/TO. A pesquisa tem natureza básica, abordagem qualitativa e pode ser classificada como descritiva. O método utilizado na pesquisa foi o dedutivo. Fizeram parte do percurso metodológico da pesquisa as seguintes fases: observação, análise descritiva e conclusões. Para incrementar a fase de análise descritiva foram criadas oito categorias para a classificação e avaliação dos conteúdos a partir das características da narrativa jornalística transmidiática: participação; expansão; presença multiplataforma; organização; linguagem; funcionalidade da plataforma; experiência e contextualização. Através da análise foi possível confirmar a hipótese inicial de que as narrativas construídas pelos veículos regionais brasileiros não desenvolvem de forma plena as potencialidades inerentes à transmidialidade. Entretanto, o cenário de construção dessas narrativas por veículos regionais brasileiros foi considerado promissor.

**Palavras-chaves:** narrativa jornalística transmidiática; narrativa transmídia; jornalismo de proximidade; narrativa.

## ABSTRACT

This work aims to understand how transmedia journalistic narratives are configured in the contemporary brazilian regional context. For this, the selected narratives were “Londrina 87 anos”, produced by Folha de Londrina, based in the city of Londrina/PR; “Energia Limpa”, produced by the Communication Group O POVO, based in the city of Fortaleza/CE and “Nativas Digitais”, produced by the State University of Tocantins (Unitins), based in the city of Palmas/TO. The research has a basic nature, qualitative approach and can be classified as descriptive. Regarding the technical procedures used, the work adopts the case study. The method used in the research was deductive. The following phases were part of the methodological course of the research: observation, descriptive analysis and conclusions. To increase the descriptive analysis phase, eight categories were created for the classification and evaluation of contents based on the characteristics of the transmedia journalistic narrative: participation; expansion; multiplatform presence; organization; language; platform functionality; experience and contextualization. Through the analysis, it was possible to confirm the initial hypothesis that the narratives constructed by brazilian regional vehicles do not fully develop the potential inherent to transmediality. However, the scenario of construction of these narratives by brazilian regional vehicles was considered promising.

**Key-words:** transmedia journalistic narrative; transmedia storytelling; proximity journalism.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> - A narrativa fática e a função referencial como característica distintiva.....	24
<b>Figura 2</b> - Princípios para narrativas complexas no ciberjornalismo .....	32
<b>Figura 3</b> - A experiência transmídia e o consumo .....	41
<b>Figura 4</b> - Diferenças entre a transmídia e outros formatos .....	46
<b>Figura 5</b> - Dinâmica de expansão narrativa de Matrix .....	51
<b>Figura 6</b> - Pontos de acesso à narrativa de Harry Potter.....	55
<b>Figura 7</b> - Ideais e valores centrais do conteúdo transmídia .....	72
<b>Figura 8</b> - Percurso metodológico da pesquisa.....	78
<b>Figura 9</b> - Categorias para classificação do conteúdo .....	83
<b>Figura 10</b> - Elementos iniciais da reportagem.....	87
<b>Figura 11</b> - Convite para a dinâmica proposta pelo veículo.....	88
<b>Figura 12</b> - Construção que acentua o caráter de proximidade.....	89
<b>Figura 13</b> - Exemplo de estratégias de proximidade utilizadas.....	90
<b>Figura 14</b> - Exemplo de construção estranha .....	91
<b>Figura 15</b> - Exemplo de construções textuais que precisam de revisão .....	91
<b>Figura 16</b> - Segunda imagem 360° incorporada à narrativa .....	92
<b>Figura 17</b> - Trecho do texto de Zueleide .....	93
<b>Figura 18</b> - Reinvidicação de uma maior valorização do Museu Histórico de Londrina .....	94
<b>Figura 19</b> - Imagem de divulgação da caça ao tesouro .....	95
<b>Figura 20</b> - Exemplo de como o jogo reforçou a ideia de proximidade.....	96
<b>Figura 21</b> - Expediente do especial .....	96
<b>Figura 22</b> - Classificação da narrativa Londrina 87 anos.....	98
<b>Figura 23</b> - Identidade visual do projeto.....	100
<b>Figura 24</b> - Elementos iniciais da página com menu aberto.....	101
<b>Figura 25</b> - Exemplo de construções que demarcam proximidade .....	102
<b>Figura 26</b> - Início da lista de conteúdos.....	102
<b>Figura 27</b> - Exemplo de organização das informações em cada plataforma .....	104
<b>Figura 28</b> - Capa do caderno especial.....	105
<b>Figura 29</b> - Expediente e editorial do caderno.....	106
<b>Figura 30</b> - Construção que constrói uma relação de proximidade com o leitor.....	109
<b>Figura 31</b> - Página 12 do caderno especial.....	109
<b>Figura 32</b> - Elementos iniciais dos publicitários .....	110
<b>Figura 33</b> - Exemplo de informações que se repetem nas duas partes da narrativa .....	111
<b>Figura 34</b> - Exemplo de aplicação da identidade visual da narrativa nas lives .....	113
<b>Figura 35</b> - Vinheta de abertura de uma das lives .....	113
<b>Figura 36</b> - Elementos fixos das lives.....	115
<b>Figura 37</b> - vídeo de encerramento das lives .....	116
<b>Figura 38</b> - Card de divulgação da narrativa .....	118
<b>Figura 39</b> - Classificação da narrativa Energia Limpa .....	119
<b>Figura 40</b> - Exemplo de comentários nas postagens do Facebook.....	121
<b>Figura 41</b> - Identidade visual da narrativa Nativas Digitais .....	122
<b>Figura 42</b> - Elementos do site.....	123
<b>Figura 43</b> - Conteúdo sobre o buriti no site .....	125
<b>Figura 44</b> - Exemplo de participação do público no Instagram e no Facebook .....	128
<b>Figura 45</b> - Classificação da narrativa Nativas Digitais .....	129
<b>Figura 46</b> - Mascote criada para o aplicativo .....	131

## **LISTA DE QUADROS**

- Quadro 1** - Roteiro para a análise descritiva de narrativas jornalísticas transmidiáticas ..... 80
- Quadro 2** - Tópico para observação, descrição e avaliação das estratégias de proximidade .. 82

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2 NARRATIVAS JORNALÍSTICAS</b> .....	14
<b>2.1 A conceituação de narrativa</b> .....	14
<b>2.2 A narrativa jornalística</b> .....	23
<b>2.3 Narrativas jornalísticas no contexto digital</b> .....	27
<b>3 DA COMPOSIÇÃO TRANSMÍDIA À NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA</b> .....	35
<b>3.1 A origem e o percurso do termo transmídia</b> .....	35
<b>3.2 Conceitos, características, definições e diferenciações da narrativa transmídia</b> .....	39
3.2.1 Estratégia comercial <i>versus</i> enriquecimento narrativo.....	47
<b>3.3 A indústria do entretenimento e as narrativas transmidiáticas</b> .....	50
<b>4 TRANSMIDIALIDADE E PROXIMIDADE NO JORNALISMO</b> .....	57
<b>4.1 A narrativa transmídia no jornalismo</b> .....	57
<b>4.2 Jornalismo de proximidade</b> .....	62
<b>4.3 Aproximações e afastamentos entre a transmidialidade e a proximidade</b> .....	67
<b>5 METODOLOGIA</b> .....	74
<b>6 A TRANSMIDIALIDADE NO JORNALISMO REGIONAL BRASILEIRO</b> .....	85
<b>6.1 Londrina 87 anos</b> .....	86
<b>6.2 Energia Limpa</b> .....	100
<b>6.3 Nativas Digitais</b> .....	122
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	132
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	137

## 1 INTRODUÇÃO

A criação de narrativas está fortemente intrincada na história do homem por ser um dos elementos centrais para a expressão e a comunicação desenvolvida pela humanidade através dos tempos. As narrativas estão presentes na escrita, na oralidade, nas danças, nos cantos, no teatro, nas pinturas e em uma série de outras manifestações sociais e culturais. No imaginário comum, narrar pode significar criar, contar uma história que faz parte de um mundo fantasioso. Entretanto, o conceito de narrativa é tão amplo que não se limita ao universo ficcional. Ao compreender que mesmo as histórias que se referem a fatos reais são pontos de vista de um ou mais narradores e que esse tipo de relato não espelha com perfeição os acontecimentos da sociedade, a humanidade se moveu em direção à compreensão mais complexa de que a história e o jornalismo também são narrativas.

Como esperado, as formas de narrar se desenvolveram ao longo das décadas, de maneira que diferentes tipos de mídias receberam destaque em épocas diversas. Acompanhando o desenvolvimento tecnológico, a mídia digital representa hoje um ambiente desafiador, potente e privilegiado para o desenvolvimento de narrativas. No caso da construção de narrativas jornalísticas, Anderson, Shirky e Bell (2012, p.13, tradução nossa) afirmam que os veículos que desejam manter ou aumentar sua relevância atualmente “[...] terão que tirar proveito dos novos métodos de trabalho e processos propiciados pela mídia digital”. Dessa forma, a construção de narrativas jornalísticas complexas, que tendem a explorar as potencialidades do ambiente digital, configura-se como uma forte tendência.

Dentre essas narrativas, encontra-se a narrativa jornalística transmidiática, cuja relevância tem se tornado tão grande que, enquanto autores como Gonzáles e Navas (2018) falam sobre uma sociedade, uma comunicação e até mesmo uma era digital, existem autores, como Arnaut *et al.* (2011), que defendem a existência de uma era especificamente transmidiática. “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” (ARNAUT *et al.*, 2011, p. 265). De acordo com Renó *et al.* (2011), a narrativa jornalística transmidiática pode representar a inovação que o processo comunicacional vem sendo desafiado a alcançar, já que, ao incitar o fenômeno de participação, acaba tornando a comunicação mais horizontal. Além disso, Jenkins (2010, on-line) diz 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”.

Campalans, Renó e Gosciola (2012, p.1) chegam a afirmar que “construir uma narrativa a partir dos conceitos de transmídia não é mais uma opção, mas uma necessidade para se obter êxito”. Esse posicionamento é reafirmado por Renó e Flores (2018, p. 26, tradução nossa<sup>1</sup>): “[...] isso nos faz entender os motivos que definem a narrativa transmídia como fundamental para se obter um bom resultado na contemporaneidade”. Ainda assim, é preciso considerar que a produção desse tipo de narrativa é desafiadora em diversos sentidos. Desse modo, Tellería (2019, p. 273, tradução nossa<sup>2</sup>) destaca que essas narrativas “[...] ainda são raras, principalmente devido a um alto grau de complexidade, à necessidade de um conjunto diversificado, caro e muitas vezes difícil de encontrar de habilidades e recursos, bem como uma perspectiva tradicional de empresas de mídia estabelecidas em uma única direção [...]”.

Assim, a complexidade de criar um produto transmídia passa por questões práticas e culmina na resistência e conservadorismo por parte das empresas de comunicação, mas tem início ainda em um nível teórico. Pacheco (2018, p. 31, tradução nossa<sup>3</sup>) diz que “o conceito de narrativa transmídia gerou um universo semântico amplo com conceitos que explicam seu funcionamento e o diferenciam de outros formatos de narrativas relacionada às TICs<sup>4</sup>”. Entretanto, Martins e Soares (2011) e Canavilhas (2013, 2018) afirmam que há autores que igualam, de forma equivocada, a narrativa transmídia a outros tipos de narrativa, como a multimídia, a crossmídia e a intermídia. Observa-se, assim, que a discussão acerca dos elementos que definem esse tipo de narrativa é intrincada e encontram-se divergências entre autores que tratam do tema.

Dessa maneira, Scolari (2013, p. 23, tradução nossa<sup>5</sup>) diz que “quando nos aproximamos do mundo das NTs<sup>6</sup>, a primeira impressão é que nos encontramos em um terreno semanticamente instável e caótico, onde é difícil ficar em pé”. Segundo o autor, a confusão entre transmídia e outros termos como crossmídia e multiplataforma faz parte do caos semântico próprio das discussões dessa temática, por isso é indispensável entender essas questões em primeiro lugar, sendo esse o único caminho para uma discussão minimamente coerente sobre o tema. Além da necessidade de ultrapassar as barreiras teóricas e conceituais,

---

<sup>1</sup> No original: *Esto nos hace comprender los motivos que definen la narrativa transmedia como fundamental para obtener un buen resultado en la contemporaneidad.*

<sup>2</sup> No original: *[...] aún son raras, principalmente, por un alto grado de complejidad, la necesidad de diversas, costosas y, a menudo, un conjunto de habilidades y recursos difíciles de encontrar, así como una perspectiva tradicional de las empresas de medios establecidas hacia uno solo [...].*

<sup>3</sup> No original: *El concepto de narrativa transmedia a su vez ha generado un universo semántico más amplio con conceptos que explican su funcionamiento o lo diferencian de otras formas de narración vinculadas a las TICs.*

<sup>4</sup> Tecnologias em comunicação e informação.

<sup>5</sup> No original: *Cuando nos acercamos al mundo de las NT, la primera impresión es que nos encontramos en un terreno semanticamente inestable, caótico, donde resulta difícil hacer pie.*

<sup>6</sup> Narrativas Transmídia.

quando se parte para a dimensão prática encontram-se ainda outras problemáticas, que envolvem até mesmo um movimento de classificação enganosa de narrativas como transmidiáticas. Scolari (2014) e Dos Santos (2017) alertam para a existência de produtores de conteúdo que classificam seus produtos como transmidiáticos apenas para atribuir a eles um caráter de maior qualidade e inovação.

Sobre essa necessidade de transmediatizar tudo, é preciso ter em mente, como coloca Gambarato (2019, p. 16), que o fato desse tipo de narrativa carregar um grande potencial na contemporaneidade “[...] não significa que a dinâmica transmídia seja a solução para todas as dificuldades encontradas atualmente pelo cenário midiático e nem que as práticas transmidiáticas ocorram da mesma forma e com a mesma intensidade em todos os lugares do planeta”. A autora diz que a verdade é que o momento é de experimentação e que a narrativa transmídia é “[...] uma forma de contar histórias que ainda está em evolução e que é representada pelo termo *transmedia storytelling*. Entretanto, [...] as práticas transmídia são concebidas como um modo de diversificação das indústrias criativas e indicam a direção em que estamos seguindo” (GAMBARATO, 2019, p. 16). Destaca-se, assim, a relevância das pesquisas envolvendo narrativas jornalísticas transmidiáticas.

De acordo com Tellería (2019), quando a transmedialidade é aplicada na área jornalística, ou seja, no caso específico das narrativas jornalísticas transmidiáticas, existe uma lacuna de produção, uma falta de variedade que pode ser observada ao redor do mundo. Nesse contexto é compreensível que os estudos sobre a temática se voltem para veículos de relevância mundial, que parecem estar mais preparados para esse desafio. No entanto, diante da constatação de que esse tipo de produção passa a ser uma realidade também para os veículos regionais brasileiros, apesar das diferenças entre as dinâmicas e os recursos pertencentes a contextos aparentemente tão distintos, surge o seguinte problema: como as narrativas jornalísticas transmidiáticas se configuram no contexto regional brasileiro?

Partindo da ideia de que os veículos regionais possuem um menor número de profissionais e de orçamento que os veículos de relevância nacional e internacional, a hipótese inicial desta pesquisa é de que as narrativas construídas por esses veículos não desenvolvem de forma plena as potencialidades inerentes à transmedialidade. O objetivo geral da pesquisa é compreender como as narrativas jornalísticas transmidiáticas se configuram no contexto regional brasileiro contemporâneo. Os objetivos específicos da pesquisa são: (1) dissertar sobre as características das narrativas jornalísticas transmidiáticas; (2) discutir as intersecções teóricas entre narrativa jornalística transmídia e jornalismo regional e (3) identificar as

características, técnicas, estratégias e recursos utilizados nas narrativas jornalísticas transmidiáticas construídas por veículos regionais brasileiros.

Foram selecionadas para a análise três narrativas produzidas por veículos regionais que estão fora das regiões que recebem maior destaque (Sul e Centro-Oeste). A primeira narrativa selecionada foi “Londrina 87 anos”, produzida pela Folha de Londrina, sediada na cidade de Londrina/PR. A segunda narrativa selecionada foi “Energia Limpa”, produzida pelo Grupo de Comunicação O POVO, sediada na cidade de Fortaleza/CE. A terceira narrativa selecionada foi “Nativas Digitais”, produzida pela Universidade Estadual do Tocantins (Unitins), sediada na cidade de Palmas/TO.

Considerando que o jornalismo de proximidade também representa uma área que recebe destaque na atualidade e se coloca entre as novas tendências, este trabalho se justifica por sua contribuição para uma melhor compreensão do encontro entre a proximidade, que se reconfigura diante do atual ecossistema midiático e a transmidialidade no jornalismo, que se apresenta como uma nova possibilidade com muito potencial, mas repleta de complexidade. López (2017, p.119) acredita que “a proximidade tem condicionado, condiciona e condicionará o interesse pela informação”. Atualmente, as características e valores do jornalismo de proximidade se tornaram diferenciais relevantes para o desenvolvimento de conteúdo, entretanto, esse tipo de jornalismo também apresenta limitações. Dessa forma, esta pesquisa explora um cenário que ainda não foi suficientemente discutido no Brasil, tanto por tratar de narrativas jornalísticas transmidiáticas quanto por se distanciar do jornalismo realizado nos grandes centros urbanos. Além disso, a intersecção entre os dois assuntos também se apresenta como um campo que precisa de mais contribuições.

Este trabalho se divide em sete capítulos, o primeiro deles é a introdução; o segundo, o terceiro e o quarto formam a fundamentação teórica; o quinto apresenta a metodologia; o sexto traz a análise das narrativas e o sétimo contém as considerações finais. O capítulo 2, Narrativas Jornalísticas, discute o conceito básico de narrativa e aborda sua aplicação dentro da área jornalística e do contexto digital. O enfoque do conceito geral de narrativa e de sua ligação com a área ficcional mostra-se importante para uma melhor compreensão da própria história do termo transmídia e de sua conexão com as narrativas criadas na área do entretenimento. Já a abordagem da área jornalística, ajuda a levantar características que aproximam e distanciam a narrativa jornalística transmidiática do seu contexto original, o universo ficcional. Ademais, a discussão sobre as narrativas jornalísticas na era digital embasa a compreensão da relevância adquirida por conceitos como a transmidialidade diante do atual ecossistema midiático.

O capítulo 3, Da Composição Transmídia à Narrativa Transmidiática, debate o surgimento do conceito de transmídia, as características do formato e sua configuração na indústria do entretenimento. Todos esses tópicos guiam a apreensão da forma como o jornalismo se apropria da transmidialidade, abordada no capítulo seguinte. O capítulo 4, Transmidialidade e Proximidade no Jornalismo, discorre sobre a narrativa transmídia no jornalismo, o jornalismo de proximidade e o encontro entre proximidade e transmidialidade na área jornalística. A partir das reflexões propostas, é possível compreender de forma teórica algumas das potencialidades e dificuldades dessa junção. O capítulo 5 apresenta a metodologia utilizada na pesquisa, que envolveu revisão de literatura e análise descritiva. O capítulo 6 traz os resultados da análise feita, que abordam a forma como as características das narrativas jornalísticas transmidiáticas são exploradas na conjuntura regional. Por fim, o capítulo 7 propõe considerações finais a respeito da pesquisa.

## 2 NARRATIVAS JORNALÍSTICAS

O presente capítulo trabalha diferentes visões a respeito da ideia de narrativa e dos componentes que a caracterizam, em busca de uma apreensão inicial do conceito. Além disso, são abordados os tipos, formatos e gêneros narrativos que circulam pela sociedade. Em seguida, o texto se aprofunda ao redor da narrativa jornalística, de suas características e elementos, trabalhando suas similaridades e diferenciações com relação à narrativa literária. Por fim, o capítulo se debruça sobre as narrativas jornalísticas presentes no ambiente digital e suas particularidades, já que a convergência, a complexidade e a formação de um novo ecossistema midiático são pontos importantes para a compreensão das novas dinâmicas de produção jornalísticas e do funcionamento das narrativas jornalísticas transmidiáticas contemporâneas.

### 2.1 A conceituação de narrativa

De acordo com Abbott (2021), os seres humanos estão mergulhados em narrativas desde o momento em que conseguiram unir palavras umas com as outras, mesmo antes desse conceito receber um nome e começar a ser estudado, as narrativas já povoavam o universo humano. Segundo o autor, as pessoas constroem narrativas diversas vezes em um único dia e isso vai se repetindo durante todo o período de suas vidas. Barthes (2013) também defende a relevância e a onipresença das narrativas ao dizer que elas foram um elemento presente durante a completa existência das diversas sociedades pelo mundo. “[...] 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).

O conceito de narrativa conquistou tanto destaque entre os estudiosos do tema que não é incomum vê-lo ocupando um papel central na história de desenvolvimento e, sobretudo, de construção de conhecimento dos seres humanos. Segundo Ricoeur (1981, p. 285, tradução nossa<sup>7</sup>), “a forma de vida a que pertence o discurso narrativo é nossa própria condição histórica”. Já Freeman (2019) acredita que a análise narrativa é o caminho principal de exploração do reino humano. Nesse sentido, Motta (2005) diz que a narrativa exprime tanto o conhecimento objetivo quanto o conhecimento subjetivo do nosso mundo por meio de relatos. “A partir dos enunciados narrativos somos capazes de colocar as coisas em relação umas com

---

<sup>7</sup> No original: *The form of life to which narrative discourse belongs is our historical condition itself.*

as outras em uma ordem e perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico. É assim que compreendemos a maioria das coisas do mundo” (MOTTA, 2005, p. 2). Brockmeier e Harré (2003, p. 526, grifo do autor) também partilham desse pensamento:

Em particular, com relação a questões referentes à vida humana, é sobretudo através da narrativa que compreendemos os textos e contextos mais amplos, diferenciados e mais complexos de nossa experiência. É essencialmente esta noção que tem sido generalizada e ampliada assim como especificada em um largo espectro de investigações, que incluem estudos sobre as formas pelas quais organizamos nossas memórias, intenções, histórias de vida e os ideais de nosso *self*, ou nossas identidades pessoais, em padrões narrativos.

Tendo isso em vista, Bruner (1991) parece coerente ao afirmar que quando uma pessoa entra em contato com certas narrativas, estas terminam traçando sua realidade. De acordo com o autor, as narrativas com as quais um sujeito se depara ou não irão determinar aquilo que será conhecido e desconhecido por ele. Abbott (2021) acrescenta ainda que as primeiras memórias de um indivíduo são gravadas mais ou menos no mesmo momento em que ele desenvolve capacidade narrativa, por volta dos três ou quatro anos de idade. “Em outras palavras, não temos nenhum registro mental de quem somos até que a narrativa se apresente como uma espécie de armadura, dando forma a esse registro” (ABBOTT, 2021, p. 3, tradução nossa<sup>8</sup>).

Assim, Freeman (2019) diz que a partir dos vários pronunciamentos de autores notórios ao redor da importância da narrativa, torna-se nítida a existência de uma “virada narrativa” nas ciências sociais, marcada pela expansão dos estudos sobre o tema nas últimas décadas e pela sua exploração por diversos campos de conhecimento. O autor vê a narrativa sob três olhares distintos: a narrativa como método, ou seja, uma forma de investigação sobre as coisas pertencentes ao reino humano; a narrativa na conjuntura teórica sobre elementos da condição humana; e a narrativa sob o viés das práticas humanas cotidianas. “Em vista dessa tripla utilidade e valor, pode-se perguntar como a ideia de narrativa *não* estaria no centro das ciências sociais e humanas?” (FREEMAN, 2019, p. 22, grifo do autor, tradução nossa<sup>9</sup>).

Dada a presença da narrativa em quase todos os discursos humanos, não é de se admirar que existam teóricos que a colocam ao lado da própria linguagem como o traço distintivo humano. Frederic Jameson, por exemplo, escreve sobre o “processo de *narrativa* que tudo informa”, que ele descreve como “a função central ou instância da mente humana”. Jean-François Lyotard chama a narração de “a forma por excelência do conhecimento geral”. Independentemente de tais afirmações resistirem ou não ao escrutínio, o caso é que nos envolvemos em narrativas com tanta frequência

<sup>8</sup> No original: *In other words, we do not have any mental record of who we are until narrative is present as a kind of armature, giving shape to that record.*

<sup>9</sup> No original: *In view of this threefold utility and value, one might ask, how could the idea of narrative not be at the very center of the social and human sciences?*

e com tal inconsciente facilidade que o dom para isso parece ser um direito inato de todos (ABBOTT, 2021, p.1, grifo do autor, tradução nossa<sup>10</sup>).

Fora de seu papel atrelado à cognição, à construção de conhecimento e à memória, a narrativa também é vista como elemento central na construção das relações sociais do ser humano. Gerbner (1999) acredita que o conceito exerceu um papel relevante com relação à sociedade e suas origens, sendo um de seus principais benefícios a formação de vínculos entre os indivíduos. Martino (2016) também atribui essa função à narrativa, pois a considera como uma ação comunicativa que se constrói a partir do relacionamento entre pessoas. “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” (MARTINO, 2016, p. 42). Já Mar (2018) afirma que, além de ajudar a compreender melhor o outro, a narrativa promove uma maior empatia e conseqüentemente, atitudes mais éticas por parte do ser humano.

Observa-se assim, que o conceito agrega diversos aspectos, como o social, o histórico, o político, o psicológico, o cognitivo e o comunicacional, os quais influenciam os diferentes pontos de vista sobre o que é e para que serve a narrativa. Motta (2012, p. 61) acredita que a narrativa é “[...] 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”. Por outro lado, sob a visão de Aristóteles, “as narrativas eram qualquer forma de linguagem que representasse o mundo real e fornecesse uma experiência que imitasse nossas experiências reais no mundo. [...] Isso poderia ocorrer independentemente de a narrativa ter alguma base em eventos passados verdadeiros” (MAR, 2018, p. 454, tradução nossa<sup>11</sup>). Para Brockmeier e Harré (2003, p. 526), o conceito atravessa diversos dos aspectos citados e associa-se de forma destacada à comunicação:

Em seu sentido mais corrente e geral, a narrativa é o nome para um conjunto de estruturas lingüísticas e psicológicas transmitidas cultural e historicamente, delimitadas pelo nível do domínio de cada indivíduo e pela combinação de técnicas sócio-comunicativas e habilidades lingüísticas como denominado por Bruner (1991) e, de forma não menos importante, por características pessoais como curiosidade,

<sup>10</sup> No original: *Given the presence of narrative in almost all human discourse, there is little wonder that there are theorists who place it next to language itself as the distinctive human trait. Fredric Jameson, for example, writes about the “all-informing process of narrative” which he describes as “the central function or instance of the human mind” Jean-François Lyotard calls narration “the quintessential form of customary knowledge” Whether or not such assertions stand up under scrutiny, it is still the case that we engage in narrative so often and with such unconscious ease that the gift for it would seem to be everyone’s birthright.*

<sup>11</sup> No original: *Narratives were any form of language that both represents the real-world and provides an experience that mimics our actual experiences in the world. [...] This could occur regardless of whether the narrative has any basis in true past events.*

paixão e, por vezes, obsessão. Ao comunicar algo sobre um evento da vida uma situação complicada, uma intenção, um sonho, uma doença, um estado de angústia a comunicação geralmente assume a forma da narrativa, ou seja, apresenta-se uma estória contada de acordo com certas convenções.

Outro autor que defende que a narrativa se amarra à comunicação é Martino (2016), para ele, o primeiro conceito está embutido no segundo. Assim, a distinção entre a narrativa e outros tipos de comunicação estaria na maneira própria da narrativa 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” (MARTINO, 2016, p. 44). O autor acredita, desse modo, que narrar é compartilhar símbolos, ação que deve envolver dois ou mais indivíduos e que depende da existência de um referencial comum entre eles para a compreensão da mensagem. Além de se tratar do ato de relatar uma história, Martino (2016) admite que a narrativa também apresenta um viés social e político que precisa ser considerado.

Dessa maneira, para Leal (2007, p. 12), a narrativa pode ser vista enquanto “[...] espaço de visibilidade, de equacionamento das relações de poder, políticas, identitárias, etc, daquele contexto, percebido tanto diacrônica quanto sincronicamente”. Carvalho (2014, p. 85, tradução nossa<sup>12</sup>) a enxerga de forma parecida ao dizer que “[...] narrar é interpretar o mundo, defender pontos de vista, tentar fazer prevalecer uma perspectiva ética, moral, política, ideológica, econômica, etc”. Já Reis e Lopes (1988) afirmam que a narrativa literária busca atender às diversas funções socioculturais conferidas às práticas artísticas.

O atravessamento da narrativa por esses diferentes aspectos atrelados à sua função e impacto no mundo é algo que não pode ser deixado de lado quando se levanta a definição do termo. No entanto, ao se voltar a discussão para a sua característica essencial, existem também outras perspectivas sobre o que define a narrativa. Segundo Abbott (2021, p. 12, tradução nossa<sup>13</sup>), o elemento que determina uma narrativa é a ação, que também pode ser chamada de evento: “sem um evento ou uma ação, você pode ter uma ‘descrição’, uma ‘exposição’, um ‘argumento’, uma ‘letra de música’, alguma combinação disso, ou algo completamente diferente, mas você não tem uma narrativa”. O autor afirma ainda que, a despeito de sua própria visão, para outros teóricos, a simples existência de um evento não seria capaz de caracterizar uma narrativa, a menos que esse evento resultasse em uma mudança de estado com relação a

---

<sup>12</sup> No original: [...] narrar es interpretar el mundo, defender puntos de vista, intentar hacer prevalecer una perspectiva ética, moral, política, ideológica, económica, etc.

<sup>13</sup> No original: Without an event or na action, you may have a “description”, an “exposition”, an “argument”, a “lyric”, some combination of these, or something else altogether, but you won’t have a narrative.

um personagem ou ao universo narrativo, seria então essa mudança de estado o elemento essencial da narrativa.

Poucos estudiosos contestariam a necessidade de pelo menos um evento para que haja narrativa, mas há vários que exigem mais do que isso. Alguns exigem pelo menos dois eventos, um após o outro (Barthes, Rimmon-Kenan, Lamarque). E mais do que alguns vão ainda mais longe, exigindo que os eventos sejam causalmente relacionados (Bal, Bordwell, Richardson, Onega e Garcia Landa). E mais ainda exigem como condição básica que as narrativas envolvam entidades humanas ou humanóides (Fludernik, Herman). [...] Na minha opinião e na de outros ainda (Ganette, Smith), o campo das narrativas é tão rico que seria um erro passar a investir em uma definição mais restritiva que exija mais do que um evento, o sentido de conexão causal entre eventos, ou a presença de entidades humanas (ABBOTT, 2021, p.12, tradução nossa<sup>14</sup>).

De acordo com Hergesel (2020), “independentemente do percurso utilizado para sua composição, narrar tem como significado geral descrever as movimentações de um evento, real ou fictício, envolvido, de alguma forma, em um discurso idiossincrático”. Para Motta (2013, p. 71), é a sequencialidade derivada do processo de mudança que distingue uma narrativa, ou seja, é a enunciação das mudanças que a estrutura:

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.

Mesmo também levando em consideração que a transformação é um elemento indispensável ao se tratar do conceito, Todorov (2013) acredita que para criar uma narrativa é necessário que haja não apenas mudança, mas também repetição, sendo a tensão entre as duas a chave do processo. Para o autor é a repetição a responsável por ordenar o caos promovido

---

<sup>14</sup> No original: *Few scholars would dispute the necessity of at least one event for there to be narrative, but there are a number who require more than this. Some require at least two events, one after the other (Barthes, Rimmon-Kenan, Lamarque). And more than a few go even further, requiring that the events be causally related (Bal, Bordwell, Richardson, Onega, and Garcia Landa). And more still require as a base condition that narratives involve human or humanlike entities (Fludernik, Herman). [...] In my own view and that of still others (Ganette, Smith), the field of narratives is so rich that it would be a mistake to become invest in a more restrictive definition that require either more than one event, the sense of causal connection between events, or the presence of human entities.*

pela mudança, entretanto, nenhuma das duas constantes, nem a mudança nem a repetição, governam sozinhas a narrativa. Além de uma característica definidora, Todorov (1970) também elenca cinco elementos essenciais à estrutura de uma narrativa: narrador, personagens, espaço, tempo e enredo.

Apesar de afirmar que nem todas as narrativas contam com um narrador, Abbott (2021) admite que a quantidade de narrativas que contam com narradores é grande. O autor pontua que, avaliando as divergências interpretativas, a confiabilidade do narrador é algo que ainda é alvo de contenda entre os diferentes autores. “Isso porque, até recentemente, o primeiro ponto em que quase todos no campo da narrativa concordavam é que não se deve confundir narradores com autores. O narrador é descrito de várias maneiras como um instrumento, uma construção ou um dispositivo empunhado pelo autor” (ABBOTT, 2021, p. 74, tradução nossa<sup>15</sup>).

Considerando esse cenário, Zeman (2020, p. 3, tradução nossa<sup>16</sup>) diz que “a perspectiva do narrador é, portanto, um parâmetro crucial, mas problemático, tanto do ponto de vista teórico quanto empírico”. Assim, na tentativa de construir uma abordagem unificada dessa figura, o autor afirma que o narrador poderia ser melhor definido como “[...] um potencial de ponto de vista encoberto fornecido pelo contexto narrativo que pode ser atualizado em diferentes graus. Como tal, a perspectiva do narrador não deve ser identificada com a ‘narração simples’, mas [...] deve ser estabelecida por meio de pistas linguísticas” (ZEMAN, 2020, p. 3, tradução nossa<sup>17</sup>).

Quanto aos personagens, Hergesel (2020) explica que eles são criaturas animadas que agem e participam de uma sequência temporal designada através do enredo, desse modo, eles movimentam a narrativa e ajudam no seu desenvolvimento. De acordo com Reales e Confortin (2011, p. 18), “o personagem é um importante elemento da narrativa, pois ele é quem vivencia os fatos narrados, e em torno do qual, muitas vezes, organiza-se a economia narrativa”. Sobre isso, Leite (2009, p. 10) diz que “as personagens vivem das histórias que contam, existem porque têm uma narrativa a partilhar, uma experiência de vida, um ensinamento, figurado ou não. A personagem é uma história virtual, que é a história da sua vida”.

---

<sup>15</sup> No original: *This because, until recently, the first point almost anyone in the field of narrative would agree on is that narrators should not be confused with authors. The narrator is variously described as an instrument, a construction, or a device wielded by the author.*

<sup>16</sup> No original: *The narrator’s perspective is thus a crucial, but problematic, parameter from both a theoretical and empirical point of view.*

<sup>17</sup> No original: *[...] a covert viewpoint potential provided by narrative context that can be actualized to different degrees. As such, the narrator’s perspective should not be identified with “plain narration”, but [...] has to be established by means of linguistic clues.*

O terceiro elemento, espaço, tende a se basear na toponímia do mundo real, “o que permite a aproximação imediata entre ficção e realidade, mas sua atuação vai além da localização e da figuração geográficas, estando muitas vezes relacionado a significados simbólicos e ideológicos que remetem a experiências de naturezas diversas” (MATSUOKA, 2019, p. 2). Reales e Confortin (2011, p. 47-48) explicitam que o espaço está em uma posição destacada com relação à narrativa, pois configura o lugar onde a ação acontece. “Alguns teóricos dividem espaço e ambiente. Preferimos, no entanto, considerar ambos uma só categoria. Isto quer dizer que entendemos por espaço não só o lugar onde se passa a ação como também os ambientes sociais, psicológicos, morais e culturais que fazem parte da narrativa”.

Quanto ao elemento tempo, Abbott (2021, p. 4, tradução nossa<sup>18</sup>) diz que, com relação àquele marcado pelo relógio, “o tempo narrativo, em contraste, relaciona-se a eventos ou incidentes. E enquanto o tempo do relógio é necessariamente marcado por intervalos regulares com uma determinada duração, o tempo narrativo não tem necessariamente qualquer duração”. O autor explica que ao se adicionar detalhes a uma narrativa, por exemplo, a percepção de tempo é alterada. Assim, esse elemento é entendido como algo complexo dentro do conceito de narrativa e pode ser dividido em dois tipos: tempo da história e tempo do discurso. Segundo Reis e Lopes (1988, p. 220), “o tempo da história constitui um domínio de análise em princípio menos problemático do que o tempo do discurso. Ele refere-se, em primeira instância, ao tempo matemático propriamente dito, sucessão cronológica de eventos suscetíveis de serem datados com maior ou menor rigor”.

[...] o tempo que mostra a complexidade do desenvolvimento do herói é o tempo histórico presente nos romances de formação chamados de *bildungsroman*. O surgimento desse tempo possibilitou realizar, em termos da narrativa, conexões entre o herói e o mundo no qual a ação ocorre porque ele possui espacialidade, o que permite que o relato remeta, concomitantemente, ao tempo e ao espaço da ação. A espacialidade do tempo histórico resultou numa perspectiva em que é possível vislumbrar o desenvolvimento em seu ambiente, em seu mundo, porque “o tempo é introduzido no homem, entra na sua imagem, mudando de forma fundamental o significado de todos os aspectos do destino e da vida” (Bakhtin, 1986, p. 21). Este tempo, responde, portanto, por significados que dizem respeito ao desenvolvimento das pessoas, pois traça uma perspectiva dos destinos das vidas nas suas dimensões pessoal e social (RIBEIRO E LYRA, 2008, p. 67, grifo do autor).

Dessa forma, Reales e Confortin (2011, p. 61, grifo do autor) afirmam que, enquanto o tempo da história é “[...] a sucessão mais ou menos datada ou marcada temporalmente dos acontecimentos que construirão do início ao fim o quadro geral do que é narrado, ou seja, da

---

<sup>18</sup> No original: *Narrative time, in contrast, relates to events or incidents. And while clock time is necessarily marked off by regular intervals of a certain length, narrative time is not necessarily any length at all.*

significação que é possibilitada pelo enredo”, o tempo do discurso está “[...] vinculado à estrutura e à materialidade linguística do processo narrativo. A **Perspectiva Narrativa**, por sua vez, estará vinculada estritamente ao tempo do discurso no sentido em que se vale desse mesmo processo verbal estruturado pelo discurso”. Os autores explicam que os recursos de prolepse e analepse, citados como categorias opcionais por Todorov (1970), estão dentro do conceito de tempo do discurso.

Nesse sentido, o discurso poderá ser em determinados momentos mais retrospectivo, ou seja, analéptico, ou mais prospectivo, ou seja, proléptico; vale dizer que fará uso de certas estratégias formais da linguagem para alcançar determinados objetivos descritivos e dramáticos, certa complexidade ou nuance na construção de uma temporalidade específica da história. Diríamos que essa construção de temporalidade se refere justamente ao modo como o tempo do discurso se elabora em termos formais, gramaticais, estilísticos ou, em uma palavra, retóricos, para dar conta das possibilidades expressivas que advêm da pluridimensionalidade do tempo da história narrada (REALES; CONFORTIN, 2011, p. 62-63).

Por fim, sobre o último elemento essencial à narrativa, o enredo, que também pode ser chamado de intriga, Brockmeier e Harré (2003) dizem que, se a fábula se relaciona à cronologia da estória de um determinado evento, a intriga é a própria constituição desse evento. Segundo Reales e Confortin (2011, p. 34), o enredo/intriga “é o conjunto dos fatos, dos eventos, que formam a trama [...]. A intriga é o modo como uma história pode ser desenvolvida nos termos da sequência, linear ou não, das ações dos personagens entre si”. Os autores afirmam ainda que o enredo possibilita às pessoas que entram em contato com a narrativa a reflexão sobre o desencadeamento da história tendo como base a complexidade dos acontecimentos gerados a partir do encontro de personagens.

Além da diferenciação entre fábula e intriga, outra distinção que parece necessária quando tratamos da narrativa acontece entre história e discurso. Para Reis e Lopes (1988), o discurso trata-se da organização lógico-intelectual de uma história. Os autores elucidam que a história é uma “[...] seqüência de eventos temporalmente ordenados que suscitam no leitor/ouvinte o desejo de saber o que vai acontecer, desejo manifestado através de interrogações do tipo ‘e depois?’, ‘e então?’”, já o discurso envolve mistério e surpresa, “[...] desencadeia a participação inteligente da instância receptora, mobiliza a sua memória. Por outro lado, provoca geralmente um efeito estético, graças às técnicas de montagem e composição que o narrador desenvolve tendo em vista a captação do interesse do leitor/ouvinte” (REIS; LOPES, 1988, p. 220). Reales e Confortin (2011) reforçam que a diferenciação entre história e discurso é importante, pois é primordial saber o que é contado e de que maneira é contado. “Ou seja, para efeitos de análise, devemos distinguir dois planos fundamentais: o da história e o do discurso,

planos, no entanto, organicamente articulados na narração. No plano da história, observaremos o que se conta; no plano do discurso, como se contam os fatos narrados” (REALES; CONFORTIN, 2011, p. 12).

Considerando os elementos indispensáveis à estrutura narrativa citados anteriormente, é possível definir o conceito também através da dinâmica que envolve esses elementos. Hergesel (2020, p. 12) diz que a narrativa “tal como citada por Aristóteles [...], é uma produção cultural caracterizada por enunciar a apresentação de um caso, prosseguido por um conflito, acarretando no decorrimento de ações, direcionando-se a um ponto culminante que se desprende na resolução desse emaranhado”.

Para além dos vários aspectos elencados, há também diferentes visões sobre a narrativa envolvendo seus gêneros e formatos. Gerbner (1999) considera que a narrativa não está especificamente atrelada a gêneros, estruturas ou formatos, mas ocorre através do simples ato de se contar uma história. Motta (2005), por outro lado, diz que as narrativas se apresentam em diversos gêneros e formatos, sendo que esses formatos fazem uso de elementos, ou da mistura de elementos, como a escrita, a imagem em movimento e a imagem fixa. Brockmeier e Harré (2003, p. 526) também afirmam que “os gêneros e formas dos textos narrativos parecem ser inumeráveis”.

Assim, falar de *gêneros narrativos* é aludir a categorias históricas, tais como a epopéia, o *romance*, a *novela* ou o *conto*, nos quais se reconhecem implicações periodológicas mais ou menos efetivas; e também, se quisermos ter em conta *gêneros* que contemplam as propriedades da *narratividade* (v.), mas que nem sempre se inscrevem no campo da *ficcionalidade*, a *autobiografia*, a *biografia*, as *memórias* ou o *diário*, desde que neste último a dinâmica narrativa se sobreponha à propensão intimista. A partir destas categorias históricas, instituem-se eventualmente subcategorias (os *subgêneros narrativos* - v.), determinadas por específicas opções temáticas, quase sempre com reflexos inevitáveis ao nível das estratégias narrativas adotadas (por exemplo: *romance epistolar*, *romance picaresco* etc.) (REIS; LOPES, p. 46-47, 1988, grifo do autor).

No que diz respeito aos tipos de narrativas, elas podem ser divididas em três: fictícias, fáticas e híbridas. Como exemplos de narrativas fictícias é possível citar produtos que são frutos da imaginação, como filmes, romances ou cliques musicais. No caso das narrativas fáticas, que devem estar em consonância com eventos reais, alguns exemplos são relatos de acontecimentos históricos, notícias, biografias e documentários, já as híbridas, têm como exemplos os programas de auditórios e os comerciais, que precisam seduzir o consumidor remetendo-o ao seu mundo real (MOTTA, 2013). Assim, observa-se que, apesar de serem tradicionalmente estudadas no campo da literatura, as narrativas também são relevantes para os

estudos de outros campos, como o do jornalismo, dentro dos quais irão apresentar características diversas com relação àquelas percebidas dentro da literatura.

## **2.2 A narrativa jornalística**

De acordo com Hergesel e Silva (2016, p. 89) a narrativa “[...] 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”. Tal comparação, que associa o texto narrativo à leveza dos tecidos ou ao trabalho calmo e artístico dos artesãos e costureiras, é bastante comum nas discussões sobre o tema e está presente nos textos de autores como Guimarães (2015), Fossaluzza (2020), Macedo (2021) e inumeráveis outros. No entanto, quando se trata de narrativas sobre violência, por exemplo, que frequentemente aparecem em notícias e demais produtos jornalísticos, essa associação demonstra não ser mais válida.

Segundo Aguiar e Rodrigues (2019, p. 160), “privilegiar o conflito faz parte da fórmula imposta à narrativa jornalística [...]”. Dessa forma, quando esses conflitos envolvem atos violentos, “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). Assim, Carvalho (2019) defende que as narrativas de violência construídas dentro do contexto jornalístico se assemelham mais a fios desencapados de alta tensão, daí o título de seu trabalho: *É possível tecer fios de alta tensão desencapados? Comunicação, jornalismo e acontecimentos sociais que envolvem violência*.

Sob essa perspectiva, nota-se que as narrativas fáticas ou não-fictícias, categoria na qual encontra-se o jornalismo, podem divergir das fictícias em sua própria essência. Na ficção, mesmo as narrativas de horror contam com ordem, lógica, organização e uma certa leveza, própria de seu distanciamento do real, desse modo, a comparação com o processo artesanal de costura faz mais sentido nesse cenário. No caso do jornalismo e de outros textos não-fictícios, o contexto ganha um peso maior e o processo de construção e análise dessas narrativas conseqüentemente adquire outro tom, justamente por envolver pessoas e situações reais ali retratadas. Assim, os profissionais precisam tentar trabalhar com os fios soltos, as pontas desconexas e as superfícies ásperas e nem sempre o resultado será um belo tecido com acabamento perfeito.

Contudo, o fato das narrativas de não-ficção serem pretensamente reais não deve ser visto como uma desvantagem. Para Abbott (2021, p. 151, tradução nossa<sup>19</sup>), a ligação com o real é uma característica única que tem o poder de despertar o interesse dos consumidores: “esse é o apelo profundo de narrativas como história, biografia, autobiografia, documentários filmados e monólogos encenados que representam pessoas reais, muitas vezes com suas próprias palavras”. É essa ligação que irá definir os passos iniciais ou as origens desse tipo de relato, visto que o processo de construção da narrativa fática começa a partir da identificação de um fato que ocorre no mundo real. “Historiadores, biógrafos e jornalistas, desenterrando matéria-prima em suas pesquisas, encontram o esqueleto de uma história e então o apreendem transformando-o em narrativa. Contar uma história é tentar entendê-la” (ABBOTT, 2021, p. 114, tradução nossa<sup>20</sup>). Assim, Cohn (1998) diz que o que separa a ficção da não-ficção é a referência ao real, presente somente nas narrativas fáticas (ver Figura 1).

**Figura 1** - A narrativa fática e a função referencial como característica distintiva



Fonte: Adaptado de Cohn (1998).

De acordo com Araújo (2012, p. 7), para o jornalismo, a referência à realidade é um compromisso social: “embora todas as narrativas tenham efeitos sobre o público, as jornalísticas possuem uma responsabilidade com o real, que deve ser respeitada, sob pena de poderem causar graves alterações no espaço público”. Segundo Calado e Rocha (2017), o que diferencia a narrativa ficcional da jornalística é justamente a contribuição do jornalismo para a

<sup>19</sup> No original: *This is the deep appeal of narratives like history, biography, autobiography, filmed documentaries, and staged monologues representing real people, often in their own words.*

<sup>20</sup> No original: *Historians, biographers, and journalists, digging up raw material in their research, find the skeleton of a story and then grasp it by rendering it as narrative. To tell a story is to try to understand it.*

construção social da realidade. Desse modo, Gans (1980, p. 312, tradução nossa<sup>21</sup>) diz que “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”.

[...] Em detrimento de outras tradições, o compromisso da narrativa jornalística é com a realidade. O jornalismo se constitui como lugar de articulação de discursos sociais, com base no diálogo de interesse público e, conseqüentemente, agente mediador entre o mundo dos fatos e a instância de leitura/recepção. Toda a comunicação que interessa à opinião pública é mediada pela instância jornalística, que confere uma aura de importância ao que é narrado, pressupondo um processo de seleção dos fatos, apuração e articulação de vozes conflituosas etc. (DALMONTE, 2010, p. 216).

É preciso entender, porém, que a ligação da narrativa jornalística com a realidade é limitada, de forma que o jornalismo não consegue reproduzir com exatidão os acontecimentos do dia a dia, mas acaba criando uma versão da realidade. Araújo (2012, p. 7, grifo do autor) ressalta que durante muitas décadas a narrativa jornalística foi encarada como um espelho da realidade e que “somente a partir dos anos 70 do século passado, com a emergência das teorias do *newsmaking*, tomamos consciência do caráter construtivista das produções jornalísticas, consciência que os estudos narrativos, como ficou claro, poderão ter ajudado a desenvolver”.

Jeronymo (2018, p. 10), por sua vez, reafirma a impossibilidade de uma narrativa jornalística conseguir materializar a verdade ao dizer que “não existe apenas uma verdade, e sim diversos pontos de vista, e cada jornalista será capaz de visualizar um deles de acordo com sua formação pessoal, história de vida e prática profissional”. Sobre isso, Gonçalves e Santos (2017, p. 79-80) acreditam que “o entendimento de que a verdade do universo natural não se reproduz em termos de linguagem, leva-nos a considerar que o texto (qualquer que seja ele) deve ser tomado como forma de construção do universo, como representação ou recorte”.

Embora o relato jornalístico ambicione a objetividade e a informação, é sempre o resultado de uma construção que, em última instância, apresenta-se sob a forma de uma narrativa. Desde a seleção dos eventos que serão representados, através da escolha das fontes ou das personagens citadas, até à ordenação espaço-temporal de cada elemento textual, efetua-se um movimento contínuo de elaboração narrativa que culmina na forma final do relato. Esse movimento, tal como ocorre na narrativa literária, realiza-se em múltiplos níveis de representação e significação, utilizando a linguagem para adquirir materialidade discursiva e, assim, produzir seus efeitos sobre a realidade social (SOUZA, 2018, p. 11).

Considerando esse contexto, Motta (2005) pontua que o jornalismo apresenta um certo hibridismo, pois, na tentativa de cativar a audiência, esse formato termina empregando tanto

---

<sup>21</sup> No original: *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.*

efeitos de real, para induzir à ideia de realidade, quanto efeitos de sentido, tais como a dor, a ironia ou o riso. Dessa forma, é possível dizer que a narrativa jornalística “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, grifo do autor).

É importante frisar que ambas as estratégias, seja o emprego dos efeitos de sentido ou o emprego dos efeitos de real, fazem parte de uma tentativa de agregar valor ao produto jornalístico e cativar o público. De acordo com Cunha e Mantello (2014, p. 58), quando um jornalista dá ênfase em seu texto para a descrição e a narração, ou seja, quando se utiliza da técnica de *storytelling*<sup>22</sup>, “há um esforço de recriar cenas e personagens, tarefa estética de despertar sensações no consumidor de notícia, [...], para que ele se identifique com o relato e goste do texto jornalístico como apreciaria um texto mais elaborado, propriamente literário ou poético”. Por outro lado, Calado e Rocha (2017) destacam que a utilização de códigos que indicam veracidade ou realidade, assim como a utilização de depoimentos das fontes, intentam convencer o consumidor da notícia de que aquele conteúdo é confiável e condiz com os fatos.

Em uma postura pós-estruturalista que assumimos, devemos ampliar esses conceitos e entendermos que a comunicação não se restringe ao factual ou ao informativo, mas também está na arte, na poesia, no entretenimento. Da mesma forma a literatura está no jornalismo e em outras manifestações da comunicação. Portanto, a comunicação pode ser referencial, mas pode ser estruturada de maneira tão poética quanto é um texto da literatura e um texto literário pode trazer informações da sociedade na qual está inserido ou ao qual se refere, levando o leitor a formar uma ideia crítica sobre o ambiente, a sociedade e os personagens (reais ou fictícios) (GONÇALVES; SANTOS, 2017, p. 76).

Dessa forma, Soares (2010) diz que, a separação entre ficção e realidade torna-se uma ideia cada vez mais maleável em narrativas não-fictícias. No entanto, para se compreender a relação entre a realidade e a narrativa jornalística, além do contexto de produção desse tipo de formato, é preciso entender também o contexto de recepção. Assim, não só o narrador, e todos os fatores por trás dele, constroem as narrativas jornalísticas e a realidade ou a verdade ali percebida, mas também o leitor participa dessa construção ao interpretar as narrativas através de seu próprio contexto. “É um permanente jogo entre as intenções do jornalista e as interpretações do receptor” (Motta, 2005, p. 9).

---

<sup>22</sup> De acordo com Cunha e Mantello (2014, p. 58), “constitui uma técnica para narrar fatos como se fossem histórias”.

Em seu artigo intitulado “Porque todo ponto de vista é a vista de um ponto”: A subjetividade como um dos lugares para se compreender o jornalismo, Medonça (2021, p. 110) relembra o pensamento que inspirou seu trabalho: “[...] cada um lê com os olhos que tem e [...] interpreta a partir de onde seus pés pisam”. Tendo isso em vista, Carvalho, Leal e Jácome (2021, p. 53) explicam que “uma narrativa literária, histórica ou jornalística, portanto, está eternamente aberta a leituras que a situem interpretativamente para além de sentidos originalmente propostos”, desse modo, “cada gesto de leitura está imerso em contextos variados, relacionados aos mundos do texto e de quem lê, numa multiplicidade de realidades culturais, acionamentos de memórias, mas também esquecimentos”.

Posto que a referência e a leitura da realidade são um ponto característico da narrativa jornalística, é importante elencar a moral como um elemento que envolve esse processo. Segundo Araújo (2012, p. 19), as narrativas jornalísticas possuem “uma ligação moral à realidade”. Motta (2005, p. 14) também afirma que o jornalismo se baseia na ética e na moral para construir suas narrativas: “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”. Diante disso, Rocha e Alves (2020, p. 98) dizem que o jornalista “[...] necessita fazer um juízo moral sobre os acontecimentos, permitindo à opinião pública orientar a atuação das instituições democráticas”.

A partir desse contexto, reforça-se a ideia de centralidade da função referencial nas discussões sobre as narrativas jornalísticas (apesar de também existirem pontos de convergência entre o jornalismo e as narrativas fictícias, tais como a presença de enredo, conflito, personagens, narrador, tempo e espaço). Assim, considerando o cenário atual, Souza (2018, p. 2) afirma que “em meio à complexidade do real [...], um dos desafios do jornalismo contemporâneo continua a ser a possibilidade de representar esse mesmo real em linguagens e narrativas diversas, mas sem perder de vista o objetivo primordial de informar, contextualizar e interpretar os fatos”. O autor ressalta ainda que, é necessário repensar a narrativa ante às novas tecnologias que modificaram o contexto da comunicação e transformaram a produção jornalística.

### **2.3 Narrativas jornalísticas no contexto digital**

De acordo com Costa (2014, p. 61), “a indústria do jornalismo, seja por questões geracionais, seja por questões de negócio, seja por mera incompetência, levou muito mais

tempo para entender o momento disruptivo pelo qual passa”. Segundo o autor, enquanto o jornalismo iniciou seu movimento rumo ao atendimento da nova cultura digital de forma bastante tardia, mercados como o das telecomunicações, da música e do varejo tradicional conseguiram aproveitar as potencialidades desse novo ambiente de forma rápida, ampliando seus horizontes e se fortalecendo no contexto que surgia. Ito (2019, p. 85) diz que “mesmo que atualmente estejamos no patamar em que surgem investimentos em inovação, seja nos produtos ou no modelo de negócio, nos anos 90, as instituições jornalísticas reagiram feito verdadeiras tartarugas desinteressadas diante da chegada da revolução digital”.

Para discutir a revolução citada, um conceito que tem sido resgatado por diversos autores, como Gomes e Piccinin (2018), Carreira (2018), Dall’Agnese (2019) e Barichello e Schwartz (2021), é o de ecologia dos meios ou ecologia das mídias. Ito (2019, p. 35) explica como se deu o surgimento da teoria:

Na verdade, foi a partir de dois termos utilizados, em separado, numa carta de McLuhan dirigida a Postman que este último percebeu a força semântica presente na junção das palavras “ecologia” e “meios”. Era o que faltava para batizar uma teoria que abarcasse a compreensão dos fenômenos relacionados à mídia dos quais tanto Postman quanto McLuhan investigavam. Assim, é Postman quem passa a utilizar a terminologia “ecologia dos meios”, que vem a consolidar a ideia de que os seres humanos vivem inseridos em um ecossistema midiático; tal ecossistema, por sua vez, influencia a maneira de pensar e de agir das pessoas em seu cotidiano. Foi também Neil Postman o criador de um programa de estudos na área, na New York University, em 1971.

Dessa forma, no contexto atual, Gambaro (2019) diz que o ecossistema midiático é caracterizado pelo constante processo de digitalização das mídias, do qual deriva um ambiente em contínua mutação e impermanência que abarca tanto tecnologias novas quanto tecnologias antigas reconfiguradas. “Uma reorganização multidimensional está ocorrendo, com consequências como: constante emergência de novos conteúdos hibridizados; multiplicidade de formas de acesso, apropriação e consumo do conteúdo; e consequentes mudanças nos modelos de negócio como um todo” (GAMBARO, 2019, p. 118). Dominici (2021, p. 25) afirma que “o antigo modelo industrial constituído por estruturas consolidadas, hierarquias, lógicas de controle e fechamento à mudança parece estar prestes a ser desequilibrado pelo novo ecossistema do conhecimento, bem como pelo processo de convergência”.

O advento da Internet está causando uma transformação no universo, sobretudo nos meios de comunicação. As mudanças passam pela educação, saúde, enfim por todas as áreas. O olhar sobre os “meios como ambientes” continua atual e vivo, num cenário digital. A ecologia dos meios sintetiza uma ideia básica, em que as tecnologias da comunicação desde a escrita até os meios digitais, geram ambientes que afetam os

sujeitos que as utilizam, principalmente na atualidade mergulhada numa revolução causada com as tecnologias digitais, em que o receptor virou usuário ativo, com voz e poder de participação nos canais digitais, sobretudo nos ambientes das redes sociais (BARCELLOS *et al.*, 2018, p.14-15).

Souza (2018) também acredita que o jornalismo contemporâneo tem passado e continuará passando por diversas mutações. Para o autor, o surgimento de uma variedade de novos gêneros discursivos, linguagens e formatos indica que a mudança na área jornalística ultrapassa a questão das rotinas produtivas. “As próprias formas de narrar os fatos, tais como estes são reconstruídos discursivamente pelo jornalismo, ressignificam-se e engendram outras novas, como sintoma do espírito de um tempo marcado por constantes e vertiginosas transformações” (SOUZA, 2018, p. 1). Gomes e Piccinin (2018, p. 43) vão ao encontro desse pensamento ao dizerem que “com as transformações sócio-técnico-discursivas na sociedade, contextualizadas pela transição para a Pós-modernidade, é que de forma gradativa as reconfigurações também impactam no campo das narrativas, incluindo as jornalísticas”.

Para Ito (2019) o surgimento desses novos formatos jornalísticos está ligado, entre outros motivos, à preocupação de conquistar a audiência, proveniente tanto dos veículos tradicionais quanto dos veículos nativos digitais. A autora defende que, mesmo não havendo lucro imediato, para que os veículos jornalísticos se mantenham vivos nos próximos séculos, “é primordial que se adaptem aos novos tempos e aos novos contextos de consumo de informação, além de mergulharem fundo no ambiente digital e continuarem apostando em iniciativas inovadoras” (ITO, 2019, p. 92). Assim, destaca-se um outro conceito dentro da discussão sobre as narrativas jornalísticas no ambiente digital: a complexidade. Segundo Dominici (2021, p. 22), “ao contrário das narrativas hegemônicas, o digital tem levado a um aumento exponencial da complexidade das dinâmicas, de processos, sistemas, e não a sua simplificação”.

De acordo com Renó, Guimarães e Barcelos (2021), na contemporaneidade o jornalismo é marcado por características como a gamificação, a navegação mental e a narrativa complexa, no entanto, os autores destacam essa última como a grande protagonista perante o ecossistema midiático atual. Abib (2020, p. 190) vê a complexidade como “prática e recurso narrativo a conduzir as arquiteturas textuais nas novas plataformas – uma técnica jornalística, portanto, a permear, e contribuir com a dinâmica noticiosa”. Já Longhi (2020) diz que vivemos um momento em que a própria maneira de refletir sobre o presente se transformou a partir do surgimento de linguagens marcadas pela inovação, tais como a hipermídia, o que reconfigurou as formas de se contar histórias. “Com o surgimento do hipertexto e das formas digitais de

comunicação, começava a delinear-se o ambiente para as narrativas complexas” Longhi (2020, p. 41).

Em uma sociedade onde a criação de novos espaços midiáticos é uma rotina, torna-se fundamental a compreensão sobre tais novidades mediadoras, suas linguagens e, obviamente, os seus limites. No cenário do ecossistema comunicacional contemporâneo, de maneira intensa, as narrativas complexas ocupam um lugar relevante e desafiador. A estrutura multilinguagem construída a partir de um emaranhado de nós neurais, com características que se alteram de acordo com o usuário, proporciona uma navegação que supera a não linearidade visual. Ela extrapola ao espaço cognitivo, onde a interpretação também é experimentada pelo usuário (RENÓ, GUIMARÃES E BARCELOS, 2021. p. 325).

Desse modo, Abib (2020, p. 204) elucida que, “ao universo do jornalismo, a complexidade se manifesta como um caminho para a tessitura de narrativas abertas às múltiplas vozes e sentidos, um estímulo à abordagem densa, resistente às visadas dualistas e atenta às pluralidades - de causas, ângulos, personagens”. A autora afirma que o pensamento complexo tem o intuito de costurar diferentes domínios que se encontram separados, mas que têm mais valor quando unificados. No caso das narrativas jornalísticas, a complexidade significaria a construção de “[...] reportagens abertas à polifonia e à polissemia dos mundos, sublinhando condutas e mentalidades noticiosas de tipo relacional que, sob um tom dialógico, são capazes de integrar diferentes perspectivas, ângulos e personagens” (ABIB, 2020, 190).

Diante disso, a profundidade se sobressai como um dos grandes potenciais do ambiente digital. “Em um cenário marcado por tantas transformações sociais e culturais, a possibilidade de interpretação e contextualização dos fatos, aliada à profundidade espacial advinda da internet, contribuem à compreensão de problemas importantes [...]” (ABIB, 2020, p. 202). Assim, Ito (2019) afirma que o ambiente digital oportuniza um ressurgimento aos gêneros que estavam sumindo dos veículos jornalísticos tradicionais, tais como a grande reportagem e os ensaios fotográficos. Esse retorno, no entanto, se alinha não apenas à complexidade de conteúdo, mas também aos formatos complexos, à estética e à experiência complexa, ou seja, os gêneros ressurgem utilizando linguagens como a hipermídia e se tornando interativos e imersivos. Dessa forma, eles “destacam-se em relação ao webjornalismo fragmentado e padronizado que (geralmente) orienta a cobertura factual, e essa distinção confere o status de inovadores – algo que [...] é um valor importante para a monetização de tais iniciativas” (ITO, 2019, p. 19).

Segundo Renó, Guimarães e Barcelos (2021, p. 331), “apesar de não ser um tema de estudo novo, o desenvolvimento de modelos narrativos complexos tem sido um desafio constante, impulsionado pelas tendências comunicacionais manifestadas pelos usuários, que

exploram as possibilidades tecnológicas existentes”. Assim, observa-se que, no atual ecossistema midiático, a estética e a experiência proporcionadas por uma narrativa complexa estão fortemente ligadas ao ambiente digital, às novas tecnologias e à cultura que daí surge. Sobre isso, Ureta (2015) diz que a internet proporciona um ambiente comunicacional marcado pela experimentação contínua, que propicia a apresentação de formatos diversos de conteúdo, os quais se diferenciam dos outros pela originalidade dos temas abordados e do tratamento estético.

Baseando-se no exemplo das ficções televisivas, Lemos (2020) diz que a estética da narrativa complexa gera na audiência a impressão de experienciar um tipo de efeito especial, que ela chama de efeito especial narrativo. “Tal efeito se dá dentro da própria forma narrativa, e faz o telespectador parar de acompanhar a história em si para se deter na técnica que foi utilizada – e que lhe causou tanto arrebatamento” (LEMOS, 2020, p. 184). A partir disso, Longhi (2020, p. 38) afirma que novas tecnologias como a realidade aumentada e a realidade virtual, “em um cenário no qual a noção de interface é expandida, têm propiciado um incremento à imersão nos relatos e colaborado para uma maior complexidade das narrativas”, ou seja, a autora entende a imersão como uma forma de experiência complexa.

O ambiente da interface é o local - virtual, cognitivo, visual, operacional - onde se manifesta a narrativa contemporânea. Nessa condição, este espaço apresenta duas perspectivas principais: a primeira é relativa a ambiente – e aqui entra o ambiente virtual, cognitivo, operacional e visual como citada acima. A segunda perspectiva é o espaço da experiência, que, em última instância, traz a noção de imersão (LONGHI, 2020, p. 46).

Drum (2019) explicita que a imersão é um conceito antigo que surgiu ainda antes da realidade virtual. “Bem antes disso, desde as primeiras narrativas orais, depois com a literatura, na sequência a televisão e o computador já se apropriavam dos efeitos que esse conceito, quando bem aplicado, pode causar no público receptor” (DRUM, 2019, p. 20). Já Longhi (2020) vai ainda mais longe e diz que o conceito existe desde a pré-história, mas que foram as tecnologias ligadas à realidade virtual que impulsionaram a apropriação da imersão pela área jornalística. “[...] A realidade virtual permite que o usuário se coloque dentro do conteúdo e experiencie determinada situação como se fosse parte integrante daquela narrativa. Para isso conta com a sua principal característica: a imersão” (DRUM, 2019, p. 23). Desse modo, perante a forte ligação entre imersividade e complexidade, Longhi (2020) propõe alguns princípios para as narrativas complexas no contexto do ciberjornalismo (ver Figura 2).

**Figura 2 - Princípios para narrativas complexas no ciberjornalismo**

## NARRATIVAS COMPLEXAS

sinalizações para uma melhor compreensão das possibilidades da narrativa imersiva no ciberjornalismo

### 1 Imersão



A narrativa complexa é imersiva - permite ao visualizador sentir-se no ambiente retratado pela narrativa. Esta imersão se dá em dois pilares fundamentais do relato: o da *interface*, no qual se dá, efetivamente, esta sensação de presença no lugar dos fatos, de sentir-se no próprio ambiente retratado pela narrativa, e o pilar do *conteúdo*, no qual se dá uma experiência de atuação com o relato.

### 2 Fluidez



A narrativa complexa é fluída à medida que os espaços imagéticos - ainda que possam se produzir numa tela - flutuam sobre ela. Fluidez implica transformação e movimento - um movimento que atua em três instâncias, a da própria imagem, a do visualizador e o próprio movimento mental, de acordo com Catalá ... Segundo o autor, não se trata unicamente de superar os limites do quadro pictórico, entendido como imagem estática e delimitada, mas da imagem que se transforma ao ritmo das atuações do observador.

### 3 Experiência



É experiencial - No sentido de manipulável, navegável e escalável. Retoma-se aqui a experiência com o conteúdo, já apontada no princípio da imersão, de que para compreender e apreender um conteúdo em RV, é preciso experienciá-lo (Longhi, 2017). Experiencial no sentido de que se vivencia esta narrativa. No caso da imagem, diz respeito às possibilidades de experimentar a imagem, por exemplo: navegando-a - caso da realidade virtual, e atuando na sua escala, caso da realidade aumentada.

### 4 Ambiente



É ambiental - Substitui o enfoque espectral, que propunha uma separação estrita entre o sujeito observador e o objeto observado e coloca ambos no mesmo plano. Considera a ação do sujeito no processo, em paisagens que o envolvem. Neste sentido, a interface é o ambiente. Refere-se ainda, a uma concepção ecológica e complexa da representação visual, reforçada pelo princípio do *Umwelt*: entendido como mundo particular, nos remete claramente ao espaço da imagem, visto como algo mais do que uma proposta externa, ou seja, que pode ser um habitáculo ou nicho.

### 5 Elasticidade



A narrativa complexa é elástica - no caso da imagem, esta se manifesta tanto de forma englobadora, nas quais o observador encontra-se no seu "centro", caso da imagem em 360 graus e da realidade virtual, como pode ser percebida enquanto um elemento exógeno, ou seja, quando se sobrepõe ao ambiente ocupado pelo visualizador, caso da realidade aumentada.

Fonte: Adaptado de Longhi (2020).

De acordo com Longhi (2020, p. 54), a sugestão dos princípios inerentes às narrativas complexas/imersivas é uma “tentativa de construir um quadro de referências que colaborem no entendimento não apenas das formas de contar, mas de todo um conjunto de ações e permanências dentro do contexto do ciberjornalismo”. Pensando nesse cenário, Abib (2020) diz que a narrativa complexa apresenta uma conexão com as três principais características do webjornalismo: a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade. Para a autora, uma visão simplista das causas de um fato não contempla mais as atuais demandas da sociedade, dessa maneira, o atrelamento da narrativa complexa às características do webjornalismo “permite explorar registros relacionais e resgates históricos, valorizando a probabilidade de conexões entre os fatos e a coautoria com os *prossumidores*<sup>23</sup>” (ABIB, 2020, p. 204, grifo do autor).

Cada um desses recursos - hipertextualidade, multimídia e interatividade -, ao conferirem novo fôlego à arquitetura textual clássica, também se revelam mecanismos convergentes a um tratamento noticioso complexo, sob uma conciliação que enseja conduzir coberturas polifônicas e polissêmicas, em sintonia com os anseios de nosso tempo histórico. A possibilidade de integrar conteúdos e plataformas e explorar interfaces diretas com o consumidor, quando empregada em diretiva complexa, vitaliza os saberes de reconhecimento, procedimento e narração da tribo jornalística [...], conferindo novos contornos à prática profissional (ABIB, 2020, p. 205-206).

Diante dessa conjuntura, Ito (2019) destaca que o desenvolvimento de novos formatos no webjornalismo está ligado a uma profunda modificação nos processos de produção jornalística. A autora alerta que o ambiente digital representa o aparecimento de uma série de desafios para os profissionais da área, tais como o planejamento dos formatos mais adequados e interessantes para cada narrativa, das maneiras de conectar e aprofundar essas histórias e também das formas de interação com a audiência. Além da necessidade de readequação imposta aos jornalistas, Ito (2019) aponta também para a necessidade de incluir profissionais de diferentes áreas, tais como programadores e estatísticos, na construção dessas novas narrativas jornalísticas.

A adaptação ao novo ecossistema midiático e conseqüentemente às novas culturas de consumo, pode decidir a sobrevivência ou não de um veículo midiático. Assim, diversos esforços precisam ser empreendidos, “como a mudança na cultura profissional, a reorganização das equipes, o investimento em treinamento e em ferramentas de trabalho avançadas, e a criação e implementação de softwares que publiquem conteúdo automaticamente em diversas

---

<sup>23</sup> O termo *prossumidor* (tradução de *prosumer*) foi originalmente utilizado por Alvin Toffler no livro “A Terceira Onda”, publicado em 1980. A palavra é a união de produtor (*producer* em inglês) e consumidor (*consumer* em inglês) e é usada para se referir a um consumidor que também desempenha o papel de produtor.

plataformas” (ITO, 2019, p. 18). Esse cenário ganha mais peso através da visão de Dias e Oliveira (2019, p. 92) de que “o espectador ideal das narrativas complexas se caracteriza por exigir novas respostas criativas para o desejo de tomar parte nas histórias que acompanha”. Desse modo, “mais do que conviver ou aceitar tais transformações, é preciso enraizá-las e considerar seus desdobramentos, a exemplo de ter que lidar com uma audiência mais crítica e participativa e precisar entender seu comportamento para não perdê-la para a concorrência” (MARTINS, 2018, p. 46).

Dominici (2021) agrega ainda ao panorama das narrativas jornalísticas no contexto digital uma mudança na forma de ocupação do espaço público que serve às discussões da sociedade e à construção da opinião pública.

[...] A natureza das mídias interativas e as arquiteturas complexas do novo ecossistema global - além da hipervelocidade do digital - forçaram os sistemas sociais, juntamente com os processos de produção, de distribuição, processos políticos e culturais que os caracterizam, estruturar-se de acordo com lógicas de rede (inclusividade versus exclusividade) que, pelo menos inicialmente, pareciam ser capazes de minar velhas hierarquias e processos de tomada de decisão; mas, acima de tudo, destacaram a inadequação, as anomalias e as fragilidades dos modelos tradicionais interpretativos e culturais, anteriormente capazes de tornar a vida social e organizacional relativamente previsível (DOMINICI, 2021, p. 28).

Ante a essas diversas modificações sofridas pelo processo de comunicação, Abib (2020, p. 201) reitera a defesa de “[...] uma guinada complexa, na esteira das proposições de Morin (2003) e Künsch (2005), como caminho narrativo possível a [...] contribuir com os desafios do fazer jornalístico na contemporaneidade”. Nesse sentido, Jenkins (2009, p. 170) afirma que “[...] estamos descobrindo novas estruturas narrativas, que criam complexidade ao expandirem a extensão das possibilidades narrativas, em vez de seguirem um único caminho, com começo, meio e fim”. Assim, considerando os vários tipos de narrativas que têm surgido, o autor destaca as narrativas transmidiáticas como um formato com grande potencialidade para a exploração e desenvolvimento da complexidade.

### 3 DA COMPOSIÇÃO TRANSMÍDIA À NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA

Este capítulo apresenta a trajetória do termo transmídia e seus diferentes marcos através das visões de variados autores. Trata também das características que definem uma narrativa transmídia e das disparidades entre autores com relação à sua conceituação, de forma a tentar definir de maneira mais consistente o que caracteriza o conceito e como ele se diferencia de outros com os quais é constantemente confundido. Por fim, o capítulo discute a construção de narrativas transmidiáticas em seu contexto original, a área do entretenimento, explorando alguns exemplos da indústria.

#### 3.1 A origem e o percurso do termo transmídia

Gosciola (2019) afirma que a primeira utilização do termo transmídia veio das feiras hippies que aconteciam no interior dos Estados Unidos da América nos anos 70. Esses eventos contavam com expressões artísticas diversas, apresentadas a partir de diferentes suportes e foram nomeados como *trans-medium* e *trans-media*. Segundo o autor, só depois o termo teria sido utilizado por Stuart Saunders Smith. No entanto, há textos, como os de Renó e Flores (2018) e Vissoto *et al.* (2018), que consideram que o termo surgiu só em 1975, em referência ao método de composição empregado por Stuart Saunders Smith na peça *Return and Recall*.

Essa forma de estruturação musical consistia na construção de melodias e cadências distintas para os instrumentos utilizados, de maneira que, no final, seria constituída uma obra musical harmônica a partir da contribuição de cada instrumentalista. “O efeito pretendido era algo como transmedializar os elementos musicais de um instrumento a outro, de um músico a outro, para melhor explorar seus rudimentos e favorecer uma expressividade melhor a cada peça musical” (GOSCIOLA, 2019, p.36). Tal técnica já era praticada no mundo da música, antes mesmo de *Return and Recall*, no entanto, Welsh (1995) afirma que Stuart Saunders Smith foi o primeiro a utilizar a nomenclatura *trans-media composition* ao se referir ao método. Já Renó e Flores (2018) afirmam que o termo utilizado pelo compositor teria sido *trans-media music*.

Apesar de ter surgido na área musical, a ideia de transmedialidade passou a ser explorada também na Comunicação. Gosciola (2019) defende que o responsável por reutilizar e trazer o conceito para esse novo campo foi o famoso teórico do cinema David Bordwell, ainda em 1989: “para tratar daquelas teorias que faziam uso de instrumentos da psicanálise ao tentar compreender o cinema daquele período em toda a sua continuidade simbólica e força

interpretativa por transitar de uma mídia a outra, ele criou o termo *transmedia symbols*” (GOSCIOLA, 2019, p. 36).

Já sob a visão de Renó e Flores (2018), Macedo e Fachine (2019) e Carmo (2019) foi Marsha Kinder, ao lançar o livro *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, a responsável pela nova aplicação do conceito à área da Comunicação. Macedo e Fachine (2019) e Carmo (2019), inclusive, afirmam que essa foi a origem do termo, desconsiderando todas as suas utilizações anteriores. Em seu livro, Kinder (1991) relata estratégias comerciais percebidas por ela a partir de conteúdos interligados que seu filho consumia por meio de diferentes produtos, ela caracterizou o fenômeno como um sistema de superentretimento.

Marsha Kinder, professora de Estudos Críticos na Escola de Cinema-Televisão da *University of Southern California*, relata em seu livro *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, as impressões que teve ao observar que seu filho pela manhã assistia na tv a série das Tartarugas Ninja, à tarde brincava com um amigo seu de Tartaruga Ninja, dessa vez criando sua própria história e à noite ia ao cinema com a família assistir a um filme das Tartarugas Ninja, mas que contava uma história diferente das mencionadas anteriormente (VISSOTO *et al.*, 2018, p. 232-233).

Apesar de não concordar com os outros autores e considerar que foi David Bordwell e não Marsha Kinder quem estreou o termo *transmídia* na área da Comunicação, Gosciola (2019, p. 37) admite que o livro de Kinder foi um balizador do tema na área: “ainda que não tivesse a conexão direta com Narrativa, em todo o seu texto é possível perceber a precisão de observadora clínica que detecta a real novidade *transmidiática* que vem tomando espaço entre as mais diversas modalidades de comunicação”.

Por outro lado, Evans (2011) destaca que o fenômeno chamado por Kinder (1991) de *transmedia intertextuality* estava relacionado a estratégias de mercado que nem sempre se preocupavam com uma expansão expressiva da narrativa, já que ela o utilizava também para se referir a simples adaptações de conteúdos para outras plataformas. Observa-se, assim, que os primeiros usos da palavra “*transmídia*” na área da comunicação endossaram uma confusão que permeia o assunto até hoje, a falsa relação de igualdade entre conteúdo *transmidiático*, estratégia *crossmídia* e adaptações de histórias para outras mídias.

Depois de Kinder, o termo foi utilizado novamente por Laurel (2000) em seu artigo *Creating Core Content in a Post-Convergence World*. Brenda Laurel publicava livros com temáticas que envolviam sociedade e tecnologia. Além disso, era professora, designer e foi criadora e diretora da *Purple Moon*, empresa de comunicação *transmídia*. “O texto foi fruto de

uma prática de Laurel em sua empresa de produção de conteúdo em que, para cada projeto, as mais diversas histórias se relacionavam de modo complementar, sem se repetir entre as plataformas” (GOSCIOLA, 2019, p. 37). Kinder (1991) denominou esse processo de *think transmedia* e abordou a importância de deixar para trás o antigo modelo de produção calcado na noção de propriedade exclusiva e focado na apropriação de um único meio ou mídia.

Assim, apesar de Laurel (2000) já defender a criação planejada de conteúdo transmidiático, foi só em 2001 que a temática começou a se delinear de forma destacada, quando Jenkins iniciou sua discussão sobre a famosa *transmedia storytelling*, uma subcategoria da transmídia que recebe amplo destaque no meio acadêmico e profissional contemporâneo. Mesmo tendo sido mencionada em 2001, a narrativa transmídia foi melhor explorada pelo autor apenas dois anos depois, de maneira que Pacheco (2018) afirma que foi em 2003, com a publicação do segundo artigo de Jenkins a respeito do tema, que a narrativa transmídia ganhou maior importância e Scolari (2014) considera que a criação do conceito ocorreu apenas em 2003.

Foi somente em 2001 que Henry Jenkins definiu, em seu artigo *Convergence? I Diverge*, os conceitos *transmedia exploitation of branded properties* -como o comportamento transmídia das grandes conglomerações-, e *transmedia storytelling* - a convergência das mídias como promotora da narrativa no desenvolvimento de conteúdos através de múltiplas plataformas (JENKINS, 2001). Mas a definição completa de narrativa transmídia de Jenkins surge em 2003, no artigo *Transmedia Storytelling* (GOSCIOLA; RODRIGUES; PAROLLO JUNIOR, 2016, p. 7).

Depois disso, Jenkins começou a publicar diversos artigos sobre a temática, até que em 2006 surgiu o livro *Cultura da Convergência*, resultado da compilação desses trabalhos. “Para além de simplesmente reproduzir os artigos, ele revê a definição do conceito como uma nova estética da arte de criar mundos narrativos, porque a convergência de mídia exige novos modos de consumo e participação ativa de comunidades de conhecimento” (GOSCIOLA, 2019, p. 37). Entretanto, apesar de admitir que as publicações de Jenkins foram responsáveis pela consolidação do conceito de transmídia, Gosciola (2019, p. 38) destaca que Jenkins deu poucos créditos aos autores que discutiram o tema antes dele:

É curioso observar como Jenkins não se referiu, em seu livro de 2006, a Laurel, Kinder ou Bordwell, como os teóricos pioneiros da transmídia. Ele apenas cita a Kinder duas vezes em seu livro de 2006, para dizer que ela “identificou tendências semelhantes já em 1991” (Jenkins, 2006, p. 269) e como o verbete do glossário “Entertainment Supersystem” (Jenkins, 2006, p. 284), que ela seria autora no livro de 1991, sem relacionar seu nome nenhuma dessas duas únicas vezes ao conceito Transmídia. Vale lembrar que no livro de 1991 de Marsha Kinder aparecem inúmeras vezes os conceitos “Transmedia Intertextuality” (Kinder, 1991, pp. 1, 3, 38-40, 47, 53, 61, 71, 74, 116,

119, 126) e “Superentertainment System” (Kinder, 1991, pp. 116, 119, 154, 164), nunca aparecendo o termo “Entertainment Supersystem” como referido no glossário de Jenkins. Somente em 2017, Jenkins relaciona Kinder ao conceito Transmídia, ainda que em uma citação indireta a ela [...].

Outra polêmica que envolve o tema está relacionada à desqualificação do caráter de inovação trazido por Jenkins (2006) diante das colocações de alguns autores que consideram que esse tipo de narrativa já existe há muito tempo. Para Dos Santos (2017), por exemplo, o conceito de narrativa transmídia pode ser observado em narrativas míticas, bíblicas, folclóricas e religiosas, as quais serviram de base para a criação de obras artísticas e de entretenimento durante diversas gerações. O autor salienta, contudo, que as narrativas transmidiáticas produzidas na contemporaneidade se destacam das anteriores devido ao teor “[...] 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).

David Bordwell, mentor do próprio Jenkins, expressou um pensamento similar no texto *Now leaving from platform 1*, publicado no blog *Observations on Film Art*.

Nesse sentido, a narrativa transmídia é muito, muito antiga. A Bíblia, os épicos homéricos, o Bhagavad-gita e muitas outras histórias clássicas foram reproduzidas em peças e artes visuais ao longo dos séculos. Existem pinturas que retratam episódios da mitologia e peças de Shakespeare. Mais recentemente, o cinema, o rádio e a televisão criaram suas próprias versões de obras literárias, dramáticas ou operísticas. Toda a área do que hoje chamamos de adaptação é uma questão de histórias transmitidas pela mídia (OBSERVATIONS ON FILM ART, 2009, tradução nossa<sup>24</sup>).

Jenkins (2009a), porém, rebate esse argumento em uma postagem de seu site chamada *The Aesthetics of Transmedia: In Response to David Bordwell (Part One)*. O texto afirma que as adaptações de histórias bíblicas ou de histórias clássicas divergem daquilo que ele considera conteúdo transmídia. Segundo o autor, esse tipo de produto trata-se apenas da reprodução das mesmas narrativas em diferentes formatos e plataformas midiáticas. Assim, considerando que não há uma expansão significativa do universo narrativo e sendo essa uma importante característica da narrativa transmídia, como destacado por Gambarato (2019), não é possível classificar esses conteúdos como transmidiáticos.

---

<sup>24</sup> No original: *In this sense, transmedia storytelling is very, very old. The Bible, the Homeric epics, the Bhagavad-gita, and many other classic stories have been rendered in plays and the visual arts across centuries. There are paintings portraying episodes in mythology and Shakespeare plays. More recently, film, radio, and television have created their own versions of literary or dramatic or operatic works. The whole area of what we now call adaptation is a matter of stories passed among media.*

A noção de transmidialidade envolve a prática abrangente da aplicação de variadas técnicas/tecnologias para contar histórias que pertencem a um mesmo universo narrativo, enquanto a essência da noção de narrativa transmídia [transmedia storytelling] – uma subcategoria de transmidialidade (Freeman, 2018) – é mais especificamente relacionada à expansão da narrativa no interior de um mesmo universo, usando diferentes formatos e tecnologias para oferecer ao público uma experiência potencialmente mais envolvente e significativa (GAMBARATO, 2019, p. 14).

Canavilhas (2013) e Renó (2019) chamam atenção para a complexidade do tema e para a constante confusão entre teóricos, pesquisadores e produtores de conteúdo com relação à definição e às características da narrativa transmídia. De acordo com Martins e Soares (2011), Canavilhas (2013, 2018) e Renó (2019), um dos grandes equívocos que envolvem o tema é a equiparação por parte de alguns estudiosos entre narrativa transmídia e outros conceitos como multiplataforma, crossmídia, multimídia e intermídia. Assim, torna-se notória a importância da discussão acerca dos elementos que definem esse tipo de narrativa.

### **3.2 Conceitos, características, definições e diferenciações da narrativa transmídia**

Gosciola (2019, p. 34-35) diz que “o conceito transmídia seria algo delicado, porque quando estudada uma particularidade sua, aparecem outros termos, outros autores, haja vista o número de autores que tratam da conceituação de narrativa transmídia”. Desse modo, observa-se que a transmidialidade ainda representa um território conflituoso e, por vezes, confuso. Assim, antes de explorar cada característica, é importante ter uma definição mais ampla do conceito, para que posteriormente seja possível compreender a fundo seus elementos e suas diferenciações com relação a outros conceitos que o permeiam.

De forma geral, a narrativa transmídia, trabalhada por Jenkins (2006), deve apresentar conteúdos complementares e independentes em diferentes plataformas. Além disso, “os conteúdos precisam ser projetados objetivando aproveitar o potencial e as especificidades de cada meio. [...] Desta forma, cada mídia contribuiu para a narrativa com aquilo que sua natureza (ou linguagem) oferece de melhor” (BOZZETTO; PICCININ, 2019, p. 220). Dall’Agnese, Barichello e Belochio (2018, p. 43) afirmam ainda que “a produção transmídia se relaciona com a serialização (a exemplo das novelas, folhetins, histórias em quadrinhos) e inclui estratégias para manter leitores comprometidos em acompanhar atualizações e conectar os segmentos que compõem a narrativa”. Outra característica que envolve o conceito é a não-exigência de um consumo linear, ou seja, a compreensão das partes não pode depender do consumo em uma

determinada sequência, o público deve poder escolher acessar qualquer parte da narrativa em qualquer ordem, essa característica está embutida no conceito de independência entre as partes.

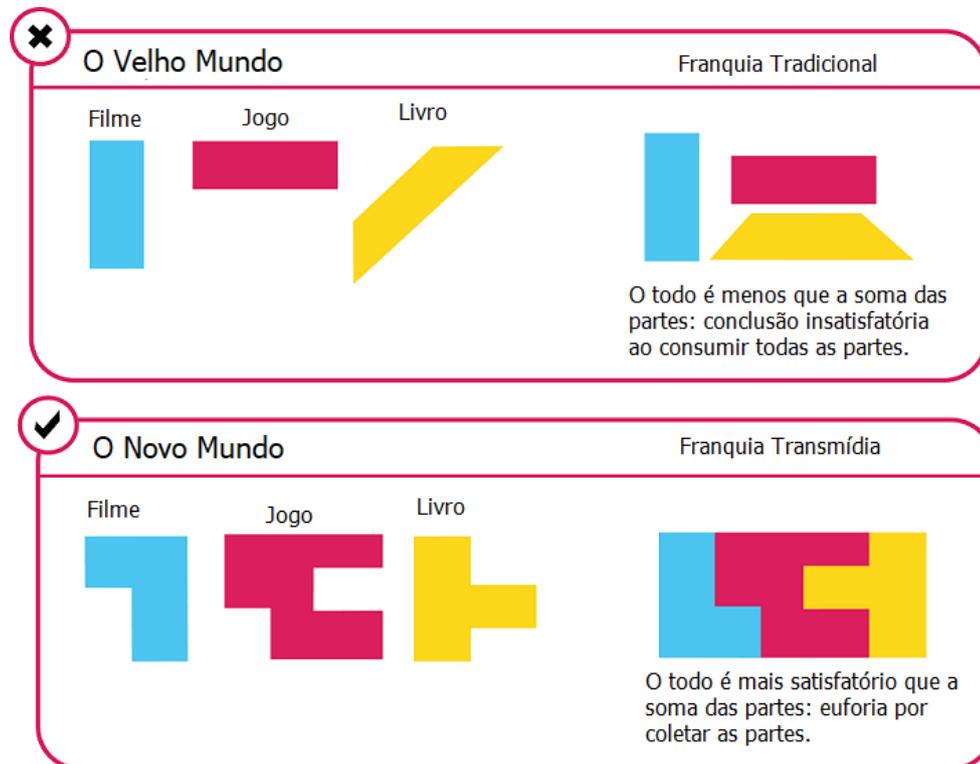
Trata-se de uma história que se desenrola por meio de várias plataformas de mídia, cada uma contribuindo de maneira distinta para a compreensão de um todo, que é melhor que a soma de todas as partes. Cada pedaço da narrativa transmídia deve ser planejado para que funcione como ponto de acesso à narrativa central e deve ofertar novas informações, sem repetições ou redundâncias. Além disso, ao mesmo tempo que as partes são complementares, deve ser possível acessá-las de forma independente (DALL’AGNESE, BARICHELLO e BELOCHIO, 2018, p. 43).

Além disso, para que uma narrativa seja considerada transmidiática também é necessário que ela conte com a interação do público para divulgar e manter vivo seu universo. É possível dizer que, apesar de ser uma característica inerente ao contexto digital midiático contemporâneo, conforme indica Hallage e Teixeira (2018) e Ito, Renó e Renó (2018), a interação desempenha um papel ainda mais impactante quando se trata de um mundo transmídia. Jenkins (2009b) diz que a concretização de um universo transmidiático só se realiza a partir do momento em que os consumidores se tornam “[...] caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs [...]” (JENKINS, 2009b, p. 47).

Essa interatividade é impulsionada por algumas características da estética transmídia apontadas por Jenkins (2010a), são elas: a construção de mundos complexos, a distribuição do conteúdo em diferentes parcelas e o desenvolvimento mais profundo e variado das histórias de personagens secundários. O autor afirma 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.

Dessa forma, a narrativa transmídia se apresenta aos consumidores como um conteúdo não só extenso e complexo, mas também marcado pela qualidade. Isso, faz com que o consumo desse tipo de narrativa se torne uma experiência para o público, algo que gera entusiasmo, que envolve paixão. Jenkins (2010b) afirma que cada pessoa pode ter acesso a diferentes detalhes de um universo transmidiático, já que as partes são muitas e não precisam ser consumidas em uma ordem específica. Assim, os consumidores criam uma comunidade ao redor da narrativa para compartilhar conhecimentos, teorias e explicações que ajudem outros fãs a terem uma visão mais ampla (ver Figura 3).

**Figura 3 - A experiência transmídia e o consumo**



Fonte: Pratten (2015, tradução nossa).

Gambarato (2019) afirma, desse modo, que o ambiente de um sistema transmídia é formado pela comunidade de fãs daquele determinado universo e que o tipo de envolvimento dessa comunidade com o mundo transmidiático é um elemento essencial, sendo que o público pode se envolver de maneira participativa, configurando um sistema aberto, ou apenas interativa, configurando um sistema fechado. De acordo com Dall’Agnese e Barichello (2018), a participação é frequentemente apontada por autores como a principal característica de um sistema transmídia. Scolari (2013), inclusive, destaca a expansão do universo narrativo pelos consumidores como um elemento essencial para a denominação de uma narrativa transmidiática. “A participação dos usuários na expansão faz com que seja impossível saber onde termina um universo narrativo transmídia” (SCOLARI, 2014, p. 73, tradução nossa<sup>25</sup>). Já Sens (2019, p. 358) acredita que a expansão propiciada pelos usuários é algo que “[...] não só torna imprevisível o desenvolvimento das histórias, mas que ainda permite estabelecer uma longevidade dessas estruturas narrativas ao longo do tempo”.

<sup>25</sup> No original: *La participación de los usuarios en la expansión hace imposible saber dónde termina un mundo narrativo transmedia.*

Quanto mais conteúdo e camadas o universo narrativo possuir, mais atenção e participação do espectador serão necessárias. Neste caso, devemos pensar no prosumidor, como um elemento crucial para a propagação das narrativas expandidas. Essa colaboração e participação demandam a produção constante e múltipla de conteúdo. Este material precisa ser assimilado e novamente, fragmentado, justamente, pela criação de narrativas paralelas, seja em blogs, redes sociais ou canais de YouTube. Quanto mais complexo for o universo narrativo, mais se exige que o espectador participe, e por ser complexa, a própria narrativa vai fornecer subsídios para que o fluxo de informações de usuários se intensifique. Assim, os fãs podem comentar, fazer relações, propagar teorias, e até mesmo criar narrativas à margem do cânone. Essa participação é crucial para que a narrativa se consolide como uma grande história (RIBEIRO, 2019, p. 92).

Ryan (2015), no entanto, não acredita que o sucesso ou a audiência de uma narrativa transmídia esteja atrelada à expansão resultante de materiais produzidos por fãs e sim à forma de criação atrativa e instigante dos universos transmidiáticos. A autora considera que um posicionamento contrário a esse seria ingênuo e que “[...] não há necessariamente uma relação entre a participação ativa dos usuários e a transmidialidade” (RYAN, 2015, p. 10, tradução nossa<sup>26</sup>). Ryan (2015) destaca, no entanto, a importância do incentivo à interatividade, de ofertar ao público algumas escolhas e missões. Além disso, apesar de destituir a participação de uma certa centralidade no conjunto de características inerentes à narrativa transmídia, é possível observar que a autora partilha de um pensamento comum aos outros autores: a existência de diversas partes pertencentes a um mundo grandioso, prontas para serem descobertas, muitas vezes desperta uma audiência ávida, que legitima o impacto e a relevância do desenvolvimento adequado do caráter de complementariedade e independência necessário à esse tipo de narrativa.

Observa-se, desse modo, que uma narrativa transmídia apresenta um conjunto de elementos que se retroalimentam e a presença desses elementos constrói a demarcação do território transmídia. Esse território, no entanto, é continuamente confundido com outros e por isso, faz-se necessário distinguir não só o que é transmídia, mas também o que não é. Uma das principais confusões envolve os termos multiplataforma e crossmídia, isso porque há produtores de conteúdo e autores, como Dena (2004), Correia e Filgueiras *et al.* (2008) e Médola (2009), que se atêm exclusivamente à necessidade da presença de conteúdo em diferentes plataformas para considerar que transmídia é o mesmo que crossmídia ou multiplataforma.

Amaya (2019) explica que uma narrativa multiplataforma é aquela em que uma mesma história é adaptada para diferentes suportes. No caso da narrativa transmídia, “mais que o

---

<sup>26</sup> No original: *I Would like to argue that there is no necessary relation between active user participation and transmediality.*

número de meios ou plataformas, o importante é que cada espaço acionado para compor uma história represente uma contribuição única. Logo, a mera duplicação de conteúdos [...] não é transmídia” (Dall’Agnese, Barichello e Belochio, 2018, p. 44). Já em uma estratégia crossmídia, assim como em um conteúdo multiplataforma, “também existem várias plataformas de distribuição, mas cada produto fornece informações para construir a história que é contada e é por isso que o telespectador **precisa** consumir todos os conteúdos pertencentes ao universo nos diferentes suportes” (AMAYA, 2019, p. 174-175, tradução nossa<sup>27</sup>, grifo nosso). Segundo Filgueiras *et al.* (2008), esse tipo de estratégia direciona o consumidor de uma plataforma a outra, explorando sempre as potencialidades de cada suporte para que o receptor fique interessado em seguir para a próxima plataforma.

Mesmo também sendo caracterizada pela dispersão através de múltiplas plataformas e pela exigência de compatibilidade e adaptação do conteúdo aos diferentes formatos e ambientes em que ele se encontra, a narrativa transmídia não deve ser confundida com a estratégia crossmídia. Amaya (2019) considera que ambas têm ideias semelhantes, mas apresentam características distintas, como a exigência de independência entre as partes da narrativa transmídia e a contribuição do público consumidor para sua expansão. Ao contrário do que acontece com o conteúdo crossmídia, na narrativa transmidiática o público pode ter acesso a somente uma parte de um determinado universo e conseguirá compreendê-la com perfeição.

Gambarato (2016), no entanto, afirma que há um tipo de narrativa transmídia específica, chamada *portmanteau*, que não exige independência entre as partes. “Portmanteau refere-se a plataformas variadas que contribuem para uma experiência única. Como se fosse um quebra-cabeça, para que as pessoas possam compreender a narrativa, é necessário que elas percorram todas as plataformas” (GAMBARATO, 2016, p. 17). Contudo, há uma gama de autores, incluindo o próprio Jenkins (2009b), que não concebem a existência de uma narrativa transmidiática sem a exigência de independência entre as partes, sendo essa característica considerada fundamental para a caracterização desse tipo de narrativa. Além disso, é possível observar que a descrição da narrativa *portmanteau* se assemelha mais com a definição de crossmídia trazida por Amaya (2019) que com o conceito de transmídia.

Embora para alguns teóricos a crossmedia seja a mesma que a transmídia, esse é um equívoco conceitual comum em novos formatos de linguagem ou estratégia. De fato, a crossmedia é uma estratégia de comunicação, enquanto a transmidiação é uma linguagem, uma narrativa, como o próprio nome a define (RENÓ, 2019, p. 196-197).

---

<sup>27</sup> No original: [...] también existen varias plataformas de distribución, pero cada producto aporta información para construir la historia que se narra y por ello es que el espectador precisa consumir todos los soportes del universo.

Freeman (2016) diz ainda que a narrativa transmídia se difere das adaptações e até mesmo da lógica crossmídia pela necessidade mais robusta de expansão do conteúdo através das diferentes partes. Assim, sua estruturação é feita a partir de um conteúdo matricial, mas é importante que os materiais complementares contribuam de forma expressiva para a expansão da narrativa, ou seja, não é aconselhável que os conteúdos complementares se diferenciem do conteúdo principal apenas por detalhes e pequenas informações acrescentadas. A expansão da narrativa transmídia precisa ter qualidade, como apontam Dall<sup>28</sup> Agnese e Barichello (2018). Dessa forma, Martins e Soares (2011, p. 5) reforçam a diferença entre as duas lógicas, considerando que “[...] na narrativa crossmídia, 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”.

Além da confusão com os conceitos de multiplataforma e crossmídia, Canavilhas (2018) afirma que os termos multimídia e intermídia também são frequentemente confundidos com a narrativa transmídia, apesar de considerar “[...] óbvio que não há como confundir multimídia com transmídia” (CANAVILHAS, 2018, p. 3, tradução nossa<sup>28</sup>). Dall<sup>28</sup> Agnese (2019, p. 97-98) explica que “multimídia pressupõe o arranjo, em um mesmo suporte, de elementos de linguagem ou formatos comunicativos: textos, gráficos, fotografias, ilustrações, vídeos, músicas, etc”. Sendo assim, a autora ressalta que a noção é antiga e não é exclusiva do contexto digital, estando presente em formatos como a televisão, que combina imagem e som.

Apesar das diferenciações evidentes, Martins e Longhi (2015) destacam que os dois conceitos têm algumas características em comum, pois a narrativa transmídia, sobretudo no contexto digital, frequentemente apresenta multimídia, interatividade e hipertextualidade, assim como a narrativa multimídia. Entretanto, os autores afirmam que não se pode igualar ambas as ideias, considerando que a narrativa multimídia se define pela utilização de variados recursos midiáticos na construção de um discurso unificado, enquanto 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).

Quanto à intermidialidade, Prata, Pessoa e Brandão (2019) enxergam o conceito como algo ligado a transmidialidade. “No sentido amplo, como campo de estudos das relações entre mídias, vistas no cenário de convergência e amplo entrelaçamento entre mídia e cultura, o

---

<sup>28</sup> No original: *It seems obvious that there is no possibility of confusing multimedia with transmedia.*

conceito parece ter relação com transmídia, como característica da cultura de convergência de Jenkins” (PRATA; PESSOA; BRANDÃO, 2019, p. 106). É preciso esclarecer, porém, que a relação entre intermídia e transmídia não é de igualdade. De acordo com Dall’Agnese (2019, p. 99) “[...] narrativas transmídia transitam e se expandem de um ambiente midiático a outro, deslocando características, linguagens e sentidos próprios desses ambientes, em uma dinâmica intermídia. Assim, toda a experiência transmídia é também intermídia, embora o inverso não se aplique”.

Para entender essa dinâmica é necessário compreender que há características determinantes de uma narrativa transmidiática que não são exigidas por uma narrativa intermidiática. Canavilhas (2018) diz que o conceito de intermídia ignora o papel das audiências no processo narrativo e não exige complementariedade. Dessa forma, uma narrativa que apresente uma relação ou arranjo entre diferentes mídias, mas não tenha partes que se complementam, será intermidiática, no entanto, não poderá ser chamada de transmidiática. Já o conceito de transmídia pressupõe necessariamente a expansão através de outras mídias, portanto, a narrativa transmídia sempre será intermídia também.

Mesmo quando se considera a intermídia sob uma visão menos ampla, observa-se que seus sentidos específicos denotam características geralmente presentes nas narrativas transmidiáticas, mas que ainda não dão conta de sua totalidade e complexidade. Segundo Rajewsky (2012) e Prata, Pessoa e Brandão (2019), a intermedialidade pode ser estudada enquanto transposição midiática, como no caso de adaptações de livros para filmes; enquanto combinação de mídias, como nos formatos multimídia ou enquanto referências intermidiáticas, como ocorre quando um filme faz referência a um livro ou uma pintura. Nota-se, dessa forma, que cada conceito que permeia a transmedialidade tem suas próprias características e o fato de um formato poder englobar outro não equipara os diferentes conceitos (ver Figura 4).

**Figura 4** - Diferenças entre a transmídia e outros formatos

Esclarecendo as diferenças

# Cross, multi, inter e transmídia



**Crossmídia/  
Multiplataforma**

Crossmedia é um termo que significa a transmissão do mesmo conteúdo por diferentes plataformas [...] essa estratégia de comunicação é comumente adotada nos processos de marketing, onde os resultados de vendas são os maiores objetivos a serem alcançados (RENÓ, 2019, p. 197).



**Multimídia**

Combinação de linguagens ou de formatos – texto, som, imagem, vídeo... Esta terceira acepção de multimídia é a mais usual e, de fato, a única que consta no dicionário da Real Academia Espanhola (RAE). Para esta instituição, o adjetivo “multimídia” designa aquilo “que utiliza conjunta e simultaneamente diversos meios, como imagens, sons e texto, na transmissão de uma informação” (SALAVERRÍA, 2014, p. 29).



**Intermídia**

O embasamento da intermídia está na fusão conceitual de meios diferentes entre si que, quando conjugados no nível de seu significado, formam um terceiro meio, este, diferente dos seus anteriores, e, por isto mesmo, apto a uma nova classificação e denominação. Tal “fusão conceitual” é mais do que uma mistura, é uma inter-relação orgânica entre diferentes formas artísticas e seus significados estéticos, reunidos em um mesmo modo de representação (LONGHI, 2002, p.3).



**transmídia**

Transmídia é uma linguagem contemporânea e social composta por vários conteúdos através de diferentes plataformas de linguagem com significados independentes, mas relacionados entre si, oferecendo coletivamente um novo significado. A participação em redes sociais e por dispositivos móveis é fundamental (RENÓ, 2019, p. 192).

Fonte: Adaptado de Renó (2019); Salaverría (2014); Longhi (2002).

A partir dessas diferenciações entre a narrativa transmídia e outros formatos que giram ao seu redor, torna-se possível distinguir um produto transmidiático quando diante de um. Isso acontece à medida em que se tem domínio de seu conjunto de características e da dinâmica que o envolve, de maneira que ficam claros os elementos que distanciam esse tipo de narrativa de outros conceitos. Entretanto, as dúvidas que permeiam o tema não estão voltadas apenas para suas características, mas também para sua própria essência. Quando se fala em narrativa transmídia ainda é difícil saber se ela se trata de um fenômeno, de uma estratégia ou de uma estrutura narrativa. Outra dúvida que frequentemente se infiltra na temática é com relação à polaridade marketing *versus* qualidade da narrativa.

### 3.2.1 Estratégia comercial *versus* enriquecimento narrativo

“Forma de linguagem, configuração narrativa, fenômeno cultural, estratégia da indústria de mídia, arte da criação de universos... Dependendo do ângulo pelo qual se olha, a transmídia pode ter inúmeras interpretações que renderiam páginas e páginas de discussão teórica” (DALL’AGNESE; BARICHELLO, 2018, p. 8). Assim, nota-se que as especulações sobre o cerne da narrativa transmídia são vastas e dependem dos ângulos adotados para a observação, apesar disso, Dall’Agnese e Barichello (2018) afirmam que as características e os elementos presentes nesse tipo de narrativa desenharam os limites necessários para o tratamento do tema. Desse modo, é possível estudar a transmídia enquanto um tipo de linguagem, uma forma de estruturação narrativa, uma estratégia de mercado, uma arte ou um fenômeno da cultura emergente, desde de que suas características essenciais sejam consideradas. Massarolo e Mesquita (2014, p. 4) também reforçam a ideia de que há variados enfoques sob os quais o conceito pode ser visto:

Neste aspecto, os procedimentos analíticos que buscam uma maior compreensão da complexa e inovadora prática, fazem convergir para si o olhar proveniente das redes de saberes transdisciplinar. Normalmente, os estudos sobre a dispersão de conteúdos nas redes consideram o conceito de narrativa como uma acepção restritiva ou limitadora para um fenômeno específico. Outras formas de compreender os fenômenos da transmídia se focam em estudar suas práticas de sinergia como estratégias para construção de um mundo narrativo como marca. Há também esforços metodológicos em analisar as dinâmicas das comunidades em rede que operam com a narrativa transmídia. Além de perspectivas teóricas que interpretam questões cognitivas ligadas as narrativas dispersas pelas mídias, ou que se preocupam em discutir as dinâmicas da ecologia de mídia convergente.

Entretanto, mesmo com essa ampla possibilidade de posicionamentos metodológicos e teóricos, Massarolo e Mesquita (2014, p.4) afirmam que o caráter indeterminado do conceito e

a complexa estrutura de seus produtos “tendem a promover uma saudável tensão, reveladora da natureza constitutiva de um campo de pesquisas sujeito a diversas abordagens, com consequências para a teoria da comunicação e para a prática de transmídiação”. Dessa maneira, os autores reforçam que a existência de distintas abordagens não é um problema, mas um fato que enriquece tanto as discussões teóricas sobre o tema quanto a construção de produtos transmidiáticos.

Assim, se um pesquisador observa a narrativa transmídia enquanto fenômeno cultural, por exemplo, ele irá recortar a transmídiação ocorrida através de acontecimentos que não podem ser controlados, mas que são inerentes ao novo contexto cultural, como quando uma narrativa transmídia expande seu universo por meio da participação do público, nesse caso, não se força o público a trabalhar na expansão da narrativa, pois a participação tende a ser uma ação orgânica. Por outro lado, se um pesquisador analisa a narrativa transmídia sob o viés da construção narrativa ou da estratégia de mídia, ele irá recortar narrativas planejadas e construídas para serem transmidiáticas, que, apesar de contarem com a interação e o engajamento do público, não dependerão da participação dele para que ocorra a transmídiação.

É importante frisar, no entanto, que ainda que a narrativa transmídia seja considerada uma forma de estruturação narrativa ou uma estratégia de mercado, por exemplo, não se pode reduzi-la a uma técnica e excluir dessa prática sua forte ligação com o funcionamento e os comportamentos próprios da sociedade atual. Gambarato (2019, p. 15) diz que “supersistemas transmidiáticos representam universos narrativos complexos, nos quais o conjunto de seus componentes estruturais em diálogo com o ambiente é maior que a soma das partes do sistema”. A autora conclui, assim, que as estruturas, técnicas e estratégias para a transmídiação são indissociáveis da complexidade do contexto cultural, político, social e econômico.

Jenkins (2006) problematizou como cultura da convergência o momento em que vivemos, no qual narrativas transmídia funcionam como catalizadores da convergência tecnológica e cultural em conjunção com mudanças sociais e de comportamento, oferecendo às pessoas uma experiência midiática mais significativa e satisfatória, excedendo a comercialização e comodificação identificadas por Kinder. Estamos imersos num complexo sistema global interconectado e os supersistemas transmidiáticos, tanto ficcionais quanto não ficcionais, parecem ser parte inerente desse contexto (GAMBARATO, 2019, p. 16).

Assim, mais uma vez, um ponto de vista não anula o outro, mas o incrementa, percebe-se que a leitura comercial da narrativa transmídia não se sobrepõe à uma leitura artística, cultural ou contextual da mesma, todas as funções são capazes de coexistir em quase perfeita harmonia. A narrativa transmídia pode ser usada como estratégia comercial, como forma de

enriquecer uma narrativa, como instrumento para a compreensão da cultura e dos comportamentos na sociedade contemporânea ou como forma de manifestação de uma arte. Por mais que ainda haja uma tensão entre o comercial e o artístico e que se pergunte até que ponto o comercializável permite que a arte se manifeste, é possível afirmar que a narrativa transmídia apresenta-se como uma oportunidade para a criação de um conteúdo diferenciado e rico.

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 (JENKINS, 2007, *on-line*, tradução nossa<sup>29</sup>).

Desse modo, observa-se que a discussão teórica e metodológica sobre transmídia muitas vezes significa um processo de ampliação de ideias ao redor do conceito, em vez da simplificação do mesmo. Para debater transmídia é preciso passar por uma série de termos e compreender até mesmo o que está fora desse universo temático. Isso não significa, no entanto, que a definição de suas características e a delimitação de suas fronteiras não seja algo importante, grandes autores da área, inclusive, como Jenkins, Scolari, Ryan, Canavilhas, Gomez e muitos outros, se dedicam constantemente a esse trabalho.

Certamente, a dificuldade no tratamento do assunto envolve o fato de que o pesquisador, para dar conta da narrativa transmídia precisa complexificar enquanto busca simplificar suas ideias, precisa permitir o embaraço enquanto visa sistematização e organização, precisa lidar com uma multiplicidade de questionamentos que insistem em surgir durante uma jornada

---

<sup>29</sup> No original: *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.*

supostamente feita para resolver dúvidas. O caminho para a apreensão da narrativa transmídia pode ser simbolizado por um longo rio com diversas confluências. Esse rio certamente deságua em um mar, que representa as infinitas possibilidades de produções e discussões que o conceito suscita, mas antes de chegar ao mar, é preciso conhecer a nascente do rio: a indústria do entretenimento, aquilo que Barichello e Dall’Agnese (2018) chamam de contexto tradicional e Dos Santos (2017) chama de contexto original da narrativa transmídia.

### 3.3 A indústria do entretenimento e as narrativas transmidiáticas

Entre as franquias que trabalham a transmidialidade mais famosas e marcantes da indústria do entretenimento destacam-se Guerra nas Estrelas, Matrix e Harry Potter, consideradas por Scolari (2014) como cânones da transmídia, o autor ainda cita outros exemplos como *Lost*, *Star Trek* e Piratas do Caribe. Essa lista de produções que foram paradigmáticas para a discussão do tema sofre algumas transformações de autor para autor, Pacheco (2018), por exemplo, acrescenta o universo de Senhor dos Anéis e *World of Warcraft* aos casos em maior evidência. De qualquer maneira, a partir desses vários exemplos é possível observar como a dinâmica transmídia se desenvolve sob diferentes aspectos e como cada franquia pode se iniciar e se expandir de forma distinta, já que não há uma regra ou um consenso sobre o tipo de plataforma ou conteúdo que deve ser utilizado como matriz.

Assim, Scolari (2014, p. 73, tradução nossa) ressalta que o conteúdo matricial desse tipo de narrativa pode surgir a partir de qualquer material, “[...] 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 de uma atração em um parque de diversões (Piratas do Caribe)”<sup>30</sup>. O autor, no entanto, aponta duas características que unem todas as obras citadas: a expansão da narrativa para outras plataformas e a expansão da narrativa através da participação dos fãs. Desse modo, tomando como exemplo Matrix, observa-se que o conteúdo matricial (o filme) se expandiu para outras plataformas através de quadrinhos, jogos e animações. Além disso, o mundo narrativo também foi expandido através dos fãs, que contribuíram com a produção de suas próprias histórias sobre o universo (ver Figura 5).

---

<sup>30</sup> No original: *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).*

**Figura 5** - Dinâmica de expansão narrativa de Matrix



Fonte: Elaboração Própria.

Jenkins (2013), ao retratar a criação de Matrix, diz que o universo foi desenvolvido com inteligência, explorando de forma satisfatória as potencialidades da narrativa transmídia. Matrix mexeu profundamente com a curiosidade dos fãs desde sua frase de promoção, “O que é Matrix?”, até a forma como a narrativa jogou o público em um mundo amplo e complexo e o desafiou a correr atrás de mais conhecimento sobre a trama. A franquia criou um exército de fãs ávidos por seguir pistas e desvendar seus mistérios, assim, além do lucro gigantesco vindo da bilheteria dos filmes, as outras partes da narrativa também se incluíram no sucesso, o videogame de Matrix, que expandia o universo com informações novas, chegou a vender mais de um milhão de cópias durante sua primeira semana à venda.

Entretanto, apesar de ser constantemente mencionada como um exemplo de narrativa transmidiática, Matrix não deixou de receber críticas. Em uma entrevista<sup>31</sup> para a *Unitec Institute of Technology*, Jeff Gomez, CEO da *Starlight Runner Entertainment* e um dos pioneiros na produção e expansão de universos transmídia, concordou com as reclamações dos fãs de que as diferentes partes da franquia não eram suficientemente independentes, o que confundia a audiência do filme que não havia consumido os outros conteúdos. Jenkins (2013)

<sup>31</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pf-MDZm2wsU>.

afirma que além das diversas críticas sobre a falta de independência das partes, alguns fãs também se revoltaram por acharem que suas próprias teorias sobre o universo foram mais interessantes que o desenrolar oficial da narrativa. Mesmo com esses apontamentos, o autor defende que Matrix pode ser considerada uma experiência ousada na área da transmídia e que mesmo que a franquia fosse tida como um fracasso no que concerne ao caráter transmidiático, seria no mínimo um fracasso interessante e com inegável valor.

Matrix foi um projeto planejado para a transmidialidade desde o início, seus produtores já sabiam como ocorreria a expansão da narrativa antes mesmo de saberem se o filme seria bem recebido ou não. A franquia é reconhecida por sua genialidade e desperta interesse até hoje, de forma que um quarto filme, que dará sequência à história, já foi oficialmente anunciado, mesmo tendo mais de vinte anos de distância entre a nova produção e a estreia do primeiro filme. Dessa forma, mesmo com a necessidade de melhorias, não é difícil afirmar que essa experiência pode ser nomeada como transmidiática, já que se alinha com as características desse tipo de narrativa que foram formuladas a partir das ideias de Jeff Gomez e compiladas por Pacheco (2018, p. 32, tradução nossa<sup>32</sup>):

O conteúdo é criado por alguns poucos visionários; a transmidialidade deve ser prevista no início da franquia; o conteúdo é distribuído em três ou mais plataformas de mídia; o conteúdo é único, aproveita a especificidade de cada meio e não é reaproveitado por outra plataforma; o conteúdo é baseado em uma visão única do mundo narrativo; deve haver um esforço concentrado para evitar as fraturas e divisões do mundo narrativo; a integração deve ser vertical e abranger todos os atores; inclui a participação do público.

Considerando tais princípios, é interessante observar que o planejamento prévio de uma narrativa transmídia favorece uma expansão de qualidade. Quando se pensa na transmidialidade antes da expansão é mais fácil garantir a independência entre as partes e também a presença de uma nova história robusta, em vez do mero acréscimo de pequenos detalhes. No entanto, existem casos de franquias que simplesmente se tornam transmídia, sem que haja um planejamento para que isso aconteça. Assim, Scolari (2014) acredita que toda narrativa carrega em si o potencial para se tornar transmidiática. Harry Potter é um exemplo clássico de história

---

<sup>32</sup> No original: *El contenido es creado por unos o pocos visionarios; la transmedialidad debe ser prevista al comienzo de la franquicia; el contenido se distribuye en tres o más plataformas de medios; el contenido es único, aprovecha la especificidad de cada medio y no es reutilizado por otra plataforma; el contenido se basa en una visión única del mundo narrativo; debe existir un esfuerzo concertado para evitar las fracturas y divisiones del mundo narrativo; la integración debe ser vertical y abarcar a todos los actores; incluir la participación de las audiencias [...].*

que se tornou transmídia sem uma ação organizada com esse intuito. Jenkins (2013) considera que a narrativa se expandiu através da produção de conteúdos produzidos por fãs.

A franquia tem como matriz os livros da escritora J. K. Rowling, que deram origem a diversos outros produtos como filmes, jogos e até um parque temático, porém muitos desses conteúdos adicionam poucos detalhes ou somente adaptam a história já contada nos livros, ou seja, não expandem a narrativa principal. Assim, na entrevista<sup>33</sup> para a *Unitec Institute of Technology*, Jeff Gomez afirmou que Harry Potter não era uma experiência pura de narrativa transmídia, pois os produtos derivados dos livros, apesar de representarem diferentes portas de entrada para aquele universo, eram apenas adaptações.

[...] É importante distinguir entre as adaptações ou remediações<sup>34</sup> da mídia - como a versão cinematográfica de um romance - e a narrativa transmídia no senso mais estrito. Enquanto o primeiro aponta para o movimento unidirecional de um meio para outro, o último se refere a uma expansão muito mais ampla de estrutura narrativa por meio de atividades de narração de histórias em uma variedade de sistemas semióticos (verbal, icônico, comportamental) e práticas de mídia históricas (cinema, quadrinhos, televisão, videogames), todos contribuindo para a construção do mundo geral da história transmídia [...] (SCHILLER, 2018, p. 99, tradução nossa<sup>35</sup>).

A discussão sobre o caráter de expansão das adaptações é algo recorrente quando se debate narrativa transmídia, isso acontece porque alguns autores, como Pacheco (2018), acreditam que as adaptações que não se preocupam tanto com a fidelidade ao conteúdo matricial podem expandir o universo narrativo de uma franquia, ou seja, algumas adaptações seriam também validadas como expansões. Há, porém, certas questões que rodeiam esse posicionamento, como o fato desse tipo de expansão ter mais chance de apresentar repetição exagerada do conteúdo matricial e também a fragmentação da narrativa em versões diferentes, caso que ocorre com os universos da Márvel e da DC, nos quais há diversas realidades sobre a história de um mesmo personagem. Ribeiro (2019), no entanto, considera isso uma vantagem, por significar que as possibilidades narrativas desses mundos se tornam infinitas. Schiller

<sup>33</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pf-MDZm2wsU>.

<sup>34</sup> De acordo com Bolter and Grusin (1999, p. 59), “[...] é maneira pela qual um meio é visto por nossa cultura como uma reforma ou melhoria de outro”.

<sup>35</sup> No original: [...] it is important to distinguish between media adaptations or remediations – like the film version of a novel – and transmedia storytelling in the stricter sense. While the first points to the unidirectional movement from one medium to another, the latter refers to a much broader expansion of narrative structure through storytelling activities in a range of different semiotic systems (verbal, iconic, behavioral) and historical media practices (cinema, comics, television, video games), all of which contribute to the construction of the overall transmedia story world.

(2018, p. 102, tradução nossa<sup>36</sup>), por sua vez, lembra que essa fragmentação narrativa também ocorre através da participação do público:

Como as histórias transmídia podem ser contadas de diferentes pontos de vista, com troca de narradores e mudanças na focalização, esses universos narrativos são tipicamente abertos. Como resultado da criação de fan fictions e da participação do usuário, a composição temporal dessas narrativas torna-se cada vez mais complexa, uma vez que, por sua própria natureza, as histórias transmídia se desdobram em diferentes sequências e em diferentes períodos de tempo para cada membro do público (Kustritz 2017). Além disso, como Kustritz observa, as narrativas dos fãs não apenas incluem eventos fora de sequência, mas também podem conter várias interpretações e versões alternativas dos mesmos eventos.

Voltando ao universo de Harry Potter, Scolari (2014) afirma que, mesmo com a grande quantidade de conteúdo adaptado, Harry Potter se transformou em uma marca transmídia a partir do lançamento, em 2011, do site Pottermore, que trouxe narrativas inéditas sobre a saga. Depois disso, a franquia continuou lançando novos conteúdos, como a peça de teatro Harry Potter e a Criança Amaldiçoada e a série de filmes Animais Fantásticos, que ainda não foi finalizada. Desses dois produtos, apenas os filmes são independentes dos livros e podem ser consumidos separadamente sem nenhum problema. A série, por se tratar de uma continuação da história principal em outra plataforma, não estabelece essa relação de independência com o conteúdo matricial. Assim, a franquia conta com diferentes pontos de acesso à narrativa (ver Figura 6), mas só alguns deles apresentam tanto uma independência com relação aos outros conteúdos quanto uma expansão significativa da história.

---

<sup>36</sup> No original: *As a result of fan-fiction and user participation, the temporal composition of these narratives becomes increasingly complex, since by their very nature, transmedia stories unfold in different sequences and across different timeframes for each audience member (Kustritz 2017). Additionally, as Kustritz observes, fan narratives not only include events which are out of sequence, but may also contain numerous alternate interpretations and versions of the same events.*

**Figura 6 - Pontos de acesso à narrativa de Harry Potter**



Fonte: Elaboração Própria.

Além, de proporcionar reflexões relevantes sobre a necessidade de haver uma qualidade na expansão das diferentes partes, Harry Potter também é um ótimo exemplo para a observação da forma como ocorre a participação do público. A saga conta até hoje com fãs apaixonados que consomem e produzem suas próprias histórias sobre o mundo bruxo. Dentre essas produções há filmes, canais no YouTube, sites e também incontáveis *fan fictions*, histórias produzidas por fãs utilizando os personagens de um determinado universo narrativo em um enredo próprio.

Jenkins (2013) comenta que a Warner Bros., produtora dos filmes da franquia, simplesmente não conseguiu lidar com o fenômeno que se tornou a participação dos fãs e com a impossibilidade de controle desses conteúdos. “As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender” (JENKINS, 2013, p. 236). Assim, surge a necessidade de compreender melhor o surgimento desse novo contexto para criar outras táticas de ação no futuro, já que o enfrentamento aos fãs tem se mostrado falho.

As narrativas transmídia, à medida que se movem por diferentes mídias, problematizam noções de autoria: esses universos narrativos fazem isso não apenas se expandindo através de múltiplas mídias, o que requer autoria coletiva, mas também permitindo e encorajando ativamente a participação do público. [...] A fan fiction #BlackHermione, por exemplo, que identifica a amiga de Harry Potter, Hermione, como uma pessoa negra, foi incorporada ao universo "oficial" de Harry Potter quando a personagem (agora adulta) foi interpretada por uma atriz nascida na Suazilândia, Noma Dumezweni, na produção teatral londrina de 2016 de Harry Potter e a Criança Amaldiçoada - uma continuação dos romances originais de Harry Potter. Portanto, agora as perguntas são: **Quem determina os traços de personalidade de um personagem? Quem faz as regras no universo ficcional? E quem decide o que realmente aconteceu?** (SCHILLER, 2018, p. 102-103, tradução nossa<sup>37</sup>, grifo nosso).

Mesmo com diversos questionamentos ainda pairando sobre o assunto, o cenário atual mostra que “a multiplicação de conteúdos transmídia e de análises em torno desse fenômeno têm propiciado sua expansão para além da indústria do entretenimento e a conquista de novos territórios” (IRIGARAY; GOSCIOLA; PIÑEIRO-OTERO, 2019, p.20, tradução nossa<sup>38</sup>). Com relação aos estudos sobre narrativa transmídia na área da comunicação, Renó (2019) diz que o campo do jornalismo foi inicialmente deixado de lado, mas atualmente o conceito é considerado como inovador e até mesmo como essencial. “É cada vez mais necessário, além do conhecimento específico, saber produzir conteúdos que ofereçam uma narrativa transmídia para permitir à sociedade contemporânea navegar através de uma informação intertextual moderna” (RENÓ, 2019, p. 192).

---

<sup>37</sup> No original: *Transmedia narratives, as they move through different media, problematize notions of authorship: these narrative universes do so not only by expanding across multiple media, which necessitates collective authorship, but also by allowing and actively encouraging audience participation. [...] The #BlackHermione fan fiction, for instance, which identifies Harry Potter's friend, Hermione, as a Person of Color, has now been incorporated into the "official" Harry Potter universe when the character (as an adult) was played by Swaziland-born actress, Noma Dumezweni, in the 2016 London stage production of Harry Potter and the Cursed Child – a prequel to the original Harry Potter novels. Therefore, the questions are now: Who determines a character's personality traits? Who makes the rules in the fictional universe? And who decides what "really" happened?*

<sup>38</sup> No original: *La multiplicación de contenidos transmedia, y de análisis en torno este fenómeno, han propiciado su expansión más allá de la industria del entretenimiento, conquistando nuevos territorios.*

## **4 TRANSMIDIALIDADE E PROXIMIDADE NO JORNALISMO**

Este capítulo trata da aplicação dos conceitos de transmidialidade e proximidade ao contexto jornalístico, assim como da união entre narrativa transmídia e jornalismo de proximidade. Inicialmente é debatida a transição do conceito de transmídia para a área jornalística, sendo estabelecidas diferenças entre narrativas transmídia e narrativas jornalísticas transmidiáticas. Depois, busca-se discutir o conceito de jornalismo de proximidade e suas diferentes visões teóricas. Por último, analisa-se em que pontos transmidialidade e proximidade se aproximam e se afastam.

### **4.1 A narrativa transmídia no jornalismo**

De acordo com Renó (2019, p. 199-200), as narrativas transmidiáticas começam a ganhar terreno nas redações jornalísticas “[...] não porque os jornalistas decidem, mas porque a sociedade impõe a cada momento uma nova mudança de comportamento e linguagem para que as notícias cheguem e circulem entre os usuários [...]”. Nesse sentido, Kneipp (2019, p. 242) diz que “no jornalismo transmídia existe uma narrativa diferente porque permite aproveitar as possibilidades de comunicação presentes na sociedade pós-moderna”. Dessa forma, observa-se que há uma demanda social por esse tipo de narrativa no contexto jornalístico, mas isso não significa que existe um número suficiente de profissionais e organizações preparados para a sua produção.

Tellería (2019) diz que as experiências de jornalismo transmídia ainda são raras e aponta como principal causa o alto nível de complexidade que envolve o tema. Além disso, a autora destaca algumas dificuldades para a produção desse tipo de narrativa, como a necessidade de profissionais com diferentes habilidades e de recursos caros, que podem ser até mesmo difíceis de achar. Canavilhas (2018, p. 3) pontua ainda que trazer o conceito de transmidialidade para o jornalismo é uma tarefa mais complicada que utilizá-lo no entretenimento, porque na área jornalística os conteúdos “[...] estão sempre relacionados com acontecimentos reais, o que dificulta a criação de múltiplas portas de entrada, mas também pelas atuais redações reduzidas e pelo fato dos ciclos de produção em jornalismo serem bastante diferentes daqueles na indústria de ficção”. Outra explicação para a escassez de narrativas jornalísticas transmidiáticas trazida por Tellería (2019) diz respeito ao olhar muito tradicional que ainda direciona os negócios de mídia na atualidade, ideia reforçada por Renó (2019, p. 199):

A narrativa transmídia é uma linguagem frequentemente usada para conteúdo de entretenimento, mas ainda subutilizada por jornalistas, talvez por falta de conhecimento, mas provavelmente por causa de um perfil conservador nas redações (como poderíamos testemunhar com a chegada da Internet, por exemplo, quando jornais eletrônicos apenas reproduziam suas versões impressas).

Dessa maneira, é possível dizer que existem diversos fatores que explicam a carência de conteúdos transmidiáticos no mercado jornalístico, muitos deles ligados a uma dificuldade ou resistência de adaptação às tecnologias e formas de produção que surgem na contemporaneidade. Além disso, considerando que a narrativa transmídia veio da indústria do entretenimento, observa-se também um problema na adaptação do conceito para esse novo campo. Se a tarefa de compreender suas nuances no território de origem já era apontada como difícil, sua transição para o jornalismo pode demandar um esforço ainda maior. Gambarato (2016, p. 19), no entanto, esclarece que “os princípios da lógica transmidiática são gerais e mantêm-se os mesmos nas diversas áreas de aplicação da dinâmica transmídia. Isso não significa que não haja especificidades que possam ser identificadas e trabalhadas de maneira pontual em diferentes áreas”.

Segundo Canavilhas (2018), essas especificidades surgem no jornalismo a partir das próprias características do campo, como a periodicidade das notícias, os ciclos curtos de produção e o caráter imprevisível dos fatos que darão origem às matérias. Assim, observa-se que “as notícias classificadas como Hard News acabaram desqualificadas do mundo da transmídia, não apenas pelo curto tempo de produção, mas também pela falta de profundidade nas notícias” (RENÓ, 2019, p. 201).

Esse pensamento também é defendido por Bozzetto e Piccinin (2019, p. 220), que explicam que a transmidialidade não é compatível com todos os gêneros do jornalismo, “[...] ela é mais adequada para formatos longos, ao Slow journalism - também conhecido como longform storytelling -, produzido sem a pressão diária imposta pelo conteúdo factual, por exemplo”. Canavilhas (2013, p. 65) acrescenta que a grande reportagem possibilita uma produção com maior liberdade, profundidade e contextualização e que o gênero não é algo “[...] tão perecível como uma notícia, o que lhe permite ter um ciclo de vida mais longo”.

Fora a compatibilidade com as soft news e com o formato longform, Pacheco (2018, p. 36, tradução nossa<sup>39</sup>) diz que “no jornalismo transmídia, é interessante verificar que além das características apontadas por Jenkins para as narrativas transmídia em geral, considera-se a

---

<sup>39</sup> No original: *En el periodismo transmedia resulta interesante ver que además de las características señaladas por Jenkins para las narrativas transmedia en general, se considere la inmersión, es decir, aquella propiedad que permite sumergir al lector o usuario en la historia que se está narrando.*

imersão, ou seja, aquela propriedade que permite ao leitor ou usuário mergulhar na história que está sendo narrada”. A autora considera a gamificação das notícias como parte do jornalismo imersivo. Já Dos Santos (2017) separa as duas categorias, mas mesmo assim atribui ambas à lista de produtos jornalísticos que têm afinidade com a narrativa transmídia, o autor acrescenta ainda produtos que utilizam realidade aumentada, Internet das Coisas (IoT) e aplicativos de segunda tela. Canavilhas (2013, p. 64) arremata dizendo que “os gêneros jornalísticos verdadeiramente adaptados à narrativa transmídia são os gêneros nativos do jornalismo na Web” e dá o exemplo dos news games e dos infográficos multimídia interativos. É importante lembrar que esses produtos jornalísticos estão associados a tecnologias sofisticadas como scanners 3D, câmeras 360 e softwares para construção de games.

Assim, Dos Santos (2017) destaca uma experiência de realidade virtual produzida pelo jornal *The Guardian*, intitulada “6x96”, que tinha a intenção de fazer com que a audiência sentisse como era estar confinada dentro de solitárias do serviço penitenciário dos Estados Unidos. Para esse projeto foi utilizado um software 3D na construção da parte visual e coletados sons reais desses ambientes para o áudio.

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).

Outra tendência jornalística que tem grande potencial para a construção de conteúdo transmídia é o Jornalismo de Dados. Evidentemente, nem todo projeto desse tipo é desenvolvido de forma transmidiática, mas a afinidade entre essas duas categorias de produto é inegável. Em ambos os casos é necessário que haja uma equipe reforçada de profissionais que possuam diferentes habilidades, entre elas o domínio de ferramentas tecnológicas atuais para a produção jornalística. Também é necessário que a pauta envolva um conteúdo robusto, que realmente precise de construção e apresentação mais extensa, demorada e palatável. Outra característica que perpassa os dois casos é a possibilidade destacada de uso no combate à *fake news* e na promoção de transparência de informações e acessibilidade da população em geral a

conteúdos complexos. Diante disso, salienta-se o exemplo do *The Guardian*, que utilizou essa combinação em suas primeiras experimentações transmídia.

Em fevereiro de 2012, o jornal britânico *The Guardian* publicou um vídeo apresentando o que no futuro seria jornalismo multiplataforma. Foi uma primeira olhada no jornalismo transmídia a partir de um meio jornalístico tradicional, que considerou diferenciais gamificação, blogosfera, diversidade de plataformas de idiomas, mídias sociais, mapas interativos, mobilidade e feedback. Mesmo assim, o jornal não seguiu o vídeo de alguns exemplos reais de jornalismo, começando a experimentar a linguagem anos depois através do jornalismo de dados. Para isso, criaram um site especializado em Jornalismo de Dados, onde são publicadas várias histórias transmídia (RENÓ, 2019, p. 202).

Necessita-se frisar, porém, que mesmo que as narrativas jornalísticas transmidiáticas sejam extensas e tragam uma grande quantidade de conteúdo, seu mundo narrativo não pode ser quase infinito, como Scolari (2014) aponta que ocorre na indústria do entretenimento. Moloney (2015) defende que, em contraposição ao que acontece com as narrativas transmidiáticas ficcionais, o jornalismo precisa de um conteúdo limitado, para que a proporção de informações não chegue a intimidar a audiência. Dessa forma, segundo Dall’Agnese e Barichello (2018, p. 5), “[...] a NJT<sup>40</sup> 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 diferença entre as narrativas transmídia tradicionais e as narrativas jornalísticas transmidiáticas está na característica multiplataforma. Enquanto na indústria do entretenimento os produtores são donos de conglomerados midiáticos, usados para a expansão da narrativa, no jornalismo, cuja expansão do conteúdo acontece geralmente através das mídias sociais, os donos das empresas não controlam as plataformas utilizadas para a expansão. Assim, as mídias sociais tendem a ocupar um lugar de concorrência, no qual a presença das narrativas ocorre mais como forma de sobrevivência que como estratégia para expandir um determinado universo. No entanto, não é só o problema de controle do ambiente que prejudica o conteúdo, observa-se também que a qualidade da expansão no jornalismo é prejudicada pela falta de adaptação adequada às diferentes plataformas, o que não costuma ocorrer no contexto ficcional (DOS SANTOS, 2017).

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

---

<sup>40</sup> Narrativa Jornalística Transmidiática

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

Ainda sobre o caráter multiplataforma, Scolari *et al.* (2014) declaram que a transmidialidade existia no jornalismo há muito tempo, já que as notícias transitavam entre a televisão, o rádio e o impresso, além disso, o público participava mandando cartas e telefonando para os veículos. Assim, os autores acabam associando a transmidialidade à mera presença de conteúdo em diferentes plataformas, ideia refutada por Dall’Agnese, Barichello e Belochio (2018, p. 43-44) ao afirmarem que “[...] apesar de o caráter multiplataforma ser um dos pilares do jornalismo digital, essa característica não é o bastante para que uma narrativa jornalística seja considerada transmídia”.

Mais que o número de meios ou plataformas, o importante é que cada espaço acionado para compor uma história represente uma contribuição única. Logo, a mera duplicação de conteúdos – por exemplo, uma narrativa que é repetida na web, na TV, no rádio, sem adaptações – não é transmídia. Nesse sentido, Canavilhas (2014) propõe uma definição de narrativa transmídia aplicada ao jornalismo como aquela que atende a mais três requisitos: é hipermultimidiática, ofertando itinerários de leitura diferenciados; permite a participação; e adapta-se a diferentes contextos de recepção. Para o pesquisador, a interatividade é essencial nessa forma de contar histórias, e a possibilidade de desencadear um processo de participação imediato, por meio de comentários e da distribuição dos conteúdos nas mídias sociais, é o fator com mais potencialidade de desenvolver a notícia transmídia. (Dall’Agnese; Barichello; Belochio, 2018, p. 44)

Desse modo, a importância de ações como curtidas, comentários e compartilhamentos para a narrativa jornalística transmidiática é reconhecida por diversos autores da área, como Canavilhas (2013), Ryan (2015) e Dall’Agnese e Barichello (2018). Ainda assim, Canavilhas (2018, p. 4) apresenta uma questão que, segundo o autor, é “a que mais divide os pesquisadores na área: se o papel dos usuários pode ser limitado a uma participação de baixo envolvimento (por exemplo, comentário) ou a participação deve necessariamente influenciar o desenvolvimento da história”. No caso da transmídia no entretenimento, a participação do público, inclusive com interferências na narrativa, é considerada uma das principais características, como colocado por Dall’Agnese e Barichello (2018). No entanto, Ryan (2015) acredita que existem temas que simplesmente não são adequados para esse tipo de interferência.

Por fim, Dos Santos (2017) pontua outra especificidade das narrativas jornalísticas transmidiáticas: a motivação financeira. O autor afirma que, apesar de também ser dotada de

interesses comerciais, no jornalismo a narrativa transmídia não é desenvolvida enquanto produto com essencial potência para a monetização, como ocorre na indústria do entretenimento. Dall’Agnese, Barichello e Belochio (2018, p. 44) reforçam esse pensamento ao destacarem que “ainda que o fator econômico esteja presente no jornalismo, os critérios para seleção das histórias não se resumem a ele”. Para as autoras, a forma como as narrativas jornalísticas transmídia são desenvolvidas permitem que o jornalismo cumpra seu principal papel social, o de informar, evidenciando a tentativa de ofertar pluralidade no olhar sobre um tema, algo que se contrapõe às estratégias utilizadas na área do entretenimento, que, segundo as autoras, carregam um teor puramente comercial.

Assim, mesmo diante de um cenário de complexidade e com a presença de barreiras para a sua produção, Renó (2019, p. 200) afirma que “o contexto atual da transmídia jornalística é posicionado por uma consolidação da linguagem, com sua aceitação pelas principais mídias jornalísticas”. O autor aponta como exemplos o jornal americano *New York Times*, a corporação espanhola *RTVE*, o jornal brasileiro *Folha de S. Paulo*. e o jornal britânico *The Guardian*, que foi um dos pioneiros e aposta na transmídia enquanto o futuro do jornalismo. Renó (2019, p. 200) diz ainda que “tudo passa por um momento de experimentação de formatos, linguagens e estratégias, tanto na produção quanto na distribuição de conteúdo”. Nota-se, dessa forma, que a narrativa jornalística transmídia é uma realidade para os grandes jornais de relevância mundial. No entanto, apesar dos autores que discutem o tema voltarem majoritariamente os olhares para as produções desse tipo de veículo, a transmidialidade começa a associar-se também ao jornalismo de proximidade, aos poucos começando a fazer parte também do contexto regional.

#### **4.2 Jornalismo de proximidade**

De acordo com Jerónimo e Correia (2020) a pesquisa voltada para o jornalismo de proximidade vem recebendo destaque na academia durante os últimos anos. Segundo os autores, em contrapartida à tendência de globalização, contextualizada pelo surgimento de novas tecnologias, especialmente o surgimento da internet, abre-se agora um caminho para o retorno ao local. “Na essência deste retorno está o reconhecimento da importância de (re)visitar territórios e comunidades e (re)descobrir identidades” (JERÓNIMO; CORREIA, 2020, p. 11). Assim, Macedo (2018, p. 34) diz que “a localização geográfica e o vínculo de identidade nesta região são elementos fundamentais do jornalismo de proximidade”. Em sua pesquisa sobre os jornais locais de Arouca, em Portugal, Cardoso (2020, p. 28) constatou que, “sobre as razões

pelas quais leem os jornais locais, 62,7% dos inquiridos respondeu que é porque há notícias sobre o concelho [de Arouca] que não saem nos jornais nacionais e 54,5% referiu que é para manter a ligação à sua terra, o que revela o papel dos jornais na identidade da localidade”.

Quanto ao conceito de identidade, Bavaresco e Locatelli (2019) acreditam que ele está fortemente atrelado ao de memória, de forma que a preservação da memória figura entre os atributos inerentes aos veículos jornalísticos. “A seleção do que preservar e do que esquecer se dá no bojo de relações de poder, tendo em vista que a memória é ativada como legitimadora de determinadas tradições e identidades” (BAVARESCO; LOCATELLI, 2019, p. 113). Diante disso, Amaral, Santana e Santos (2010, p. 1) afirmam que “na história da imprensa brasileira, há escassez de registros dos periódicos regionais, pois, durante muito tempo, a bibliografia da área se especializou em produzir estudos sobre a trajetória de veículos nacionais e personagens da grande imprensa”. A partir desse relato, reafirma-se a ideia de que a ascensão dos estudos e demais registros acerca do jornalismo de proximidade são relevantes para preencher uma lacuna deixada e iniciar um processo de valorização de identidades antes desvalorizadas.

Ao tratar dos telejornais locais, Becker (2012) diz que os depoimentos da população, que aparecem frequentemente nesse tipo de produção, dão visibilidade a comunidades antes excluídas, além de criarem um espaço através do qual essas comunidades podem observar a si mesmas e a realidade que as oprime. Segundo a autora, a inclusão de falas populares nutre um relacionamento pautado pelos sentimentos de confiança e pertencimento entre jornalistas e sua audiência, desse modo, as empresas jornalísticas consolidam sua identidade e criam vínculos com seu público. “Nesse processo, os noticiários televisivos regionais transformam o espaço urbano em um espaço comunicativo porque os processos de comunicação não são modos de imposição de saber, mas são fenômenos dinâmicos através dos quais os saberes transitam” (BECKER, 2012, p. 78).

Assim, Bavaresco e Locatelli (2019) consideram que não só o jornalismo carrega o poder de caracterizar uma certa região, mas a própria região também caracteriza o jornalismo feito ali, sobretudo quando se trata de um conteúdo estreitamente ligado à comunidade local, configurando uma comunicação que parte de dentro da comunidade (já que o veículo está ali enraizado) em direção à própria comunidade. Dessa maneira, para Terossi, Vicente e Souza (2018, p. 46), a proximidade age inclusive sobre a forma como os jornalistas encaram as premissas de verdade e objetividade dentro desse tipo de produção, já que “o contexto de compartilhamento de experiências cotidianas entre emissores e receptores na comunicação local constrói um contrato diferente entre eles”. Os autores acreditam que esse é um dos grandes potenciais do jornalismo de proximidade, pois “a relação de pertencimento do jornalista ao local

o exime de uma suposta imparcialidade, permitindo que atue mais ativamente na comunicação da sociedade com o poder público, forçando este último a dar respostas às demandas expostas” (TERESSI, VICENTE E SOUZA, 2018, p. 46).

Tendo isso em vista, Dornelles (2010, p. 241) diz que isso faz com que a proximidade, pelo menos de forma ideal, ofereça um maior pluralismo, “uma vez que tem a oportunidade de representar mais diretamente a sociedade, tanto as minorias como as maiorias, bem como a todos os grupos ou entidades sociais que não têm acesso a outros espaços comunicacionais”. Apesar desse ideal, Becker (2012) lembra que, mesmo ganhando espaço dentro dos veículos locais, a audiência ainda tem o seu papel muito bem delimitado.

Os discursos dos noticiários televisivos valorizam mais aos enunciadores como atores sociais principais e a necessidade de sua existência do que a população no exercício de suas mediações. Os telejornais locais não cumprem apenas seu papel informativo essencial nas sociedades democráticas, mas intervêm nas relações sociais e funcionam como uma engrenagem mecânica invencível que absorve o acaso e as tensões do cotidiano, reelabora e redimensiona os problemas e a relevância das novidades; os telejornais se mantêm enfrentando conflitos e marchando, simbolicamente, com determinação e coragem em direção à conquista do bem-estar social, sob os aplausos da população, que pode se expressar, mas em funções previamente permitidas, para afirmar ou negar proposições elaboradas pelo próprio noticiário (BECKER, 2012, p. 85).

Desse modo, observa-se que a proximidade perpassa não só o relacionamento entre a audiência e os veículos, mas também outros diferentes âmbitos do jornalismo. Assim, ela “muitas vezes é vista como uma construção teórica para explicar a seleção, formatação e apresentação das notícias, assim como prever e explicar as expectativas do público e as interpretações do jornalismo” (FILHO, 2019, p. 104). Considerando isso, se por um lado a proximidade existe enquanto conexão com identidades e territórios, um espaço simbólico importante para uma determinada população, por outro, ela existe ainda enquanto mera técnica ou característica de mercado. Camponez (2012, p. 35) diz que “a proximidade é entendida com frequência, no jornalismo, numa dimensão essencialmente estratégica, quer seja como valor-notícia orientador dos critérios noticiosos do jornalista, quer ainda como um produto comercial”. Apesar disso, o autor esclarece que o conceito não está ligado apenas à questão territorial, mas que inclui ainda outras dimensões, que também são exploradas pelas empresas de comunicação.

Na sua dimensão geográfica, a proximidade pode funcionar numa lógica de criação de interesses e de fragmentação de públicos. Por isso, é também explorada em estratégias comerciais visando franjas de mercado ou as potencialidades dos denominados mercados de confiança, através de técnicas como o *geomarketing*, entre

outras, que incluem a utilização dos órgãos de comunicação social regional e local. A proximidade temporal, por seu lado, estrutura não só o ciclo comercial das notícias, como determina a própria noção de actualidade. Encarada numa perspectiva psico-afetiva, a proximidade possibilita ainda a criação de alguns conteúdos e modelos comunicacionais mais ou menos “intimistas”, apelando aos aspectos mais emocionais, de carácter mais ou menos psicologizante. Nesta polissemia de sentidos, ouvimos editores falar em opções por uma “informação mais próxima” ou em “jornalismo de proximidade, que fala diretamente com as pessoas” (CAMPONEZ, 2012, p. 36, grifo do autor).

Essa miscelânea de significados relacionados à proximidade, perpassando os aspectos linguísticos, simbólicos e os meramente estratégicos, é facilmente apropriada pelo cotidiano dos veículos de proximidade, entretanto, a diversidade de aplicações do conceito ainda representa uma dificuldade nos estudos da temática (FILHO, 2019). Melo (2007), por exemplo, encara o jornalismo de proximidade como sendo aquele produzido longe das capitais, em cidades do interior em que o jornalista tem intimidade com os cenários e personagens que retrata. Já Peruzzo (2005) acredita que a geografia é um parâmetro superado e dimensões como a proximidade de interesses e a identificação histórica e cultural passam a ter mais relevância para a definição do jornalismo de proximidade ou regional. López (2017), por sua vez, afirma que a geografia segue sendo importante, mas que os outros tipos de proximidade indicados por Peruzzo (2005) estão sendo igualmente cobrados. Diante desse contexto, Godinho e Pereira (2020, p. 70) discutem um pouco dessa dificuldade ao revisitarem as visões de autores da área:

Definir aquilo que é jornalismo de proximidade é, na sua essência, uma tarefa difícil. Primeiramente, porque não existe uma linha clara que permita fazer a distinção entre jornalismo local e regional (ERC, 2010) e, em segundo lugar, devido ao facto de “existirem centenas de meios, milhares de jornalistas e pontuais investigadores a debruçarem-se sobre esses contextos” (Jerónimo, 2017, p. 28). Ainda assim, entendemos por imprensa regional “todas as publicações periódicas de informação geral” que, de forma regular, publicam informações sobre as “comunidades a que se destinam e a territórios que atingem, no mínimo, a dimensão de um distrito”, na linha daquilo que defende Jerónimo (2015, p. 11). O mesmo autor prossegue referindo que “as notícias que são publicadas na imprensa regional resultam daquilo a que vulgarmente se chama de jornalismo de proximidade” (p. 6). Para Carlos Camponez (2002), o jornalismo de proximidade é aquele que é feito por profissionais em compromisso com as pessoas e a região a que se destina, apreendendo as realidades sociais que as rodeiam ou os serviços de que dispõem, por exemplo.

Além das muitas definições para o conceito de proximidade, há também diferentes nuances sobre os termos regional, local e hiperlocal, contudo, como já dito, a separação não é unânime. Assim, Reis (2018, p. 64) diz que “uma das principais questões enfrentadas pelos estudos de jornalismo regional diz respeito à sua própria definição, que se confunde com a de jornalismo do interior, local ou mesmo comunitário [...]”. Segundo Cardoso (2020, p. 16), “o jornalismo local aproxima-se mais do conceito de jornalismo regional, que informa sobre o que

se passa em determinada região, embora este último seja geograficamente mais abrangente”. Para a autora, ambos os termos estão inseridos no conceito de jornalismo de proximidade.

Sobre a nomenclatura hiperlocal, Rodrigues (2012) a situa enquanto um tipo de jornalismo consumido e produzido por comunidades específicas, abrangendo locais bem definidos, a exemplo dos conteúdos sobre ruas ou bairros. Sob essa visão, esse tipo de conteúdo poderia facilmente fazer parte do cotidiano de pessoas que moram em grandes centros urbanos. “Alguns *media mainstream* têm enveredado por este caminho na tentativa de atrair novos públicos, estabelecer novas relações com os leitores, criar uma maior proximidade, incentivar a partilha e a colaboração, trocar conhecimentos e descobrir novas histórias” (RODRIGUES, 2012, p. 193, grifo do autor). Por outro lado, Morais e Souza (2012) acreditam que o jornalismo hiperlocal está dentro do conceito de jornalismo regional, sendo um conteúdo que consegue atingir lugares que não contam com nenhum outro tipo de informação noticiosa, ou seja, um conteúdo bem afastado das grandes metrópoles.

Ambas as visões apostam no hiperlocalismo para ocupar espaços que precisam ser ocupados, sejam esses espaços mais simbólicos ou mais ligados a uma determinada geografia. Destaca-se, porém, que a questão geográfica é tão importante quanto a simbólica, ambas são dimensões políticas da proximidade e estão ligadas ao exercício da cidadania, uma por meio da cobertura de pautas sobre identidades invisíveis para a imprensa tradicional (mesmo em espaços geográficos onde há grande cobertura) e a outra por meio da atenuação de desertos de notícias. De acordo com Medeiros (2020), a percepção que os indivíduos têm da realidade está altamente conectada aquilo que é veiculado pela mídia, portanto, a existência de desertos de notícias acaba representando um ônus de desinformação para as populações que sofrem com esse fenômeno. “Correlato a isso, os desertos de notícias deixam ainda espaço para fontes de informação não confiáveis e para a propagação de *fake news*<sup>41</sup> que afetam diretamente a vida das pessoas, sobretudo as que vivem em áreas com menos desenvolvimento social” (MEDEIROS, 2020, p. 372, grifo nosso). Além disso, o autor pontua que os locais afetados pelos desertos de notícias apresentam um IDH<sup>42</sup> menor que aqueles que não sofrem com o problema e ressalta a importância dos veículos locais.

As desigualdades sociais brasileiras também podem ser verificadas pelo acesso aos meios de comunicação nas diferentes regiões e em uma comparação entre distintas realidades. A internet, por exemplo, chega a 75% dos domicílios urbanos e em apenas 41% dos domicílios rurais (IBGE, 2018). Essa realidade desigual de acesso à informação é verificada também pela existência de desertos de notícias no Brasil, isto

---

<sup>41</sup> Notícias falsas

<sup>42</sup> Índice de Desenvolvimento Humano

é, municípios que não contam com sequer um meio jornalístico local. [...] Pesquisa divulgada em fevereiro de 2020 pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (ProJor), mantenedor do Observatório da Imprensa, mapeou cerca de catorze mil veículos de comunicação e constatou que 18% da população nacional, em 62% dos municípios, vive em desertos de notícia – municípios sem a presença registrada de veículos jornalísticos locais, como jornais, sites noticiosos, emissoras de TV e rádios. Além disso, quase 20% dos municípios brasileiros são considerados quase desertos, contando com apenas um ou dois canais noticiosos, assim, 64 milhões e 800 mil pessoas vivem em desertos ou quase desertos de notícias [...] (MEDEIROS, 2020, p. 370).

Dessa maneira, considerando a relevância e a demanda do jornalismo de proximidade na contemporaneidade, para além do sólido papel desempenhado pelos veículos tradicionais nesse contexto, nota-se o surgimento de um conteúdo regional que incorpora as tendências e características da rede e adquire uma força ainda maior. López (2017, p. 119) evidencia que “a sociedade em rede não tem posto ponto final a esta constante histórica, senão que a situou numa nova dimensão, [...], isto é, as múltiplas perspectivas da proximidade. O próximo volta a ser relevante para estar com voz própria no palco comunicativo mundial”. Aranha e Miranda (2015, p. 152) destacam o potencial do jornalismo de proximidade ao afirmarem que “juntamente com a criatividade, a prática jornalística calcada na localidade pode trazer grandes ganhos ao jornalismo atual”.

Para López e Rodríguez-Vázquez (2017), o jornalismo de proximidade tem demonstrado, por meio de exemplos de sucesso na última década do segundo milênio, que seu lugar de destaque está garantido também no ecossistema comunicativo do terceiro milênio. “Agora a história desses eventos aparece com o multimídia, a hipertextualidade e a interatividade, como já foi mencionado, mas o conteúdo do núcleo e os atores envolvidos na sua formação são definidos pela proximidade, que tem um impacto no interesse (LÓPEZ E RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, 2017, p. 138). Com isso, parcerias consideradas improváveis, como a união entre transmidialidade e jornalismo de proximidade, começam a se desenhar no atual ecossistema midiático.

### **4.3 Aproximações e afastamentos entre a transmidialidade e a proximidade**

Ao se buscar semelhanças entre a narrativa transmidiática e o jornalismo de proximidade, alguns elementos comuns surgirão e irão apresentar grande afinidade entre si, entretanto, em um primeiro momento, vale ressaltar um componente obviamente compartilhado, mas bastante relevante: a contemporaneidade. Uma vez que ambos os tipos de conteúdo habitam o atual ecossistema midiático, esse simples fato já os torna próximos, à

medida em que compartilham, mesmo que em diferentes intensidades, as características de um determinado momento social. Segundo Dugnani (2021, p. 85) “[...] o alcance da extensão humana se expandiu enormemente, facilitando, apesar das distâncias, das línguas, e das culturas, uma troca mundial de informação, que tende a ser cada vez mais pessoal com a evolução tecnológica dos meios”. O autor diz que a pós-modernidade é caracterizada pela interação e pela mobilidade, desse modo, esse tipo de característica acaba influenciando ambos os tipos de produção.

A participação, por exemplo, é um desses elementos que ganharam grande relevância no período atual e sua potência pode ser compreendida “[...] no uso dos meios de comunicação digitais, pela internet, e pelas redes sociais. Esse uso constante, dinâmico e intenso acaba por influenciar, fortemente, na velocidade em que ocorrem as transformações no comportamento da sociedade contemporânea, dita pós-moderna” (DUGNANI, 2021, p. 86). Assim, ao se voltar o olhar para a narrativa transmídia e para o jornalismo de proximidade, observa-se que a participação é um componente que carrega grande relevância na construção de ambos. No primeiro caso, ela atua como parte da expansão do universo narrativo criado e, apesar de poder representar um problema na delimitação de fronteiras, muitas vezes é considerada como algo característico do formato. Já no segundo caso, ela tem uma dimensão política mais marcada e vai ao encontro das ideias de representatividade, pluralidade e cidadania: “a participação tem a ver com a co-decisão dentro de normas e regras democráticas” (TEIXEIRA, 2020, p. 50). As duas práticas se encontram, no entanto, quando se trata do uso estratégico desse elemento para a fidelização e aproximação com o público, com o intuito de gerar um sentimento de pertencimento por parte da audiência.

No atual ecossistema midiático, o crescente valor da participação é constantemente atrelado à necessidade de atender a uma nova forma de consumo, contudo, também se entende que as possibilidades trazidas por esse tipo de interação/intervenção podem significar ganhos com relação à cidadania e à pluralidade. Para Teixeira (2020, p. 62), por exemplo, a produção noticiosa em plataformas de mídias sociais pode ser vista como “[...] uma nova prática de sociabilidade mediada. Esta nova prática trouxe com ela reivindicações de transformação das relações entre a cidadania e os meios de comunicação e a facilitação de novas formas de participação política”. Já Tellería (2019, p. 263, tradução nossa<sup>43</sup>) acredita que a participação

---

<sup>43</sup> No original: *La participación significativa de la audiencia usuaria, estar realmente involucrado en una comunidad y confiar en ella, nos devuelve a los valores centrales del periodismo (5 W y las razones por las que existe esta profesión), desde lo global a lo local e hiperlocal, o viceversa, la proximidad y la relevancia son las claves para fortalecer la comunidad en torno a los medios, de la sociedad y la relación entre ambos. El “periodismo inmediato” y el “periodismo lento” deben equilibrarse para combinarse eficazmente seleccionando*

representa o resgate da função social do jornalismo, sendo a proximidade um fator destacado na criação de laços entre mídia e sociedade:

A participação significativa do público usuário, estando realmente envolvido em uma comunidade e confiando nela, nos traz de volta aos valores centrais do jornalismo (5 W e as razões pelas quais essa profissão existe), do global ao local e hiperlocal, ou vice-versa, proximidade e relevância são as chaves para o fortalecimento da comunidade em torno da mídia, da sociedade e da relação entre ambos. O “jornalismo imediato” e o “jornalismo lento” devem ser equilibrados para se combinarem de forma eficaz, selecionando entre todas as ecologias de mídia possíveis e ambientes tecnológicos acessíveis (da convergência ao cross, multi e transmídia).

A partir desse pensamento, torna-se pertinente a afirmação de Ramos e Grupillo (2020, p. 35) de que, “além de utilizar características do próprio jornalismo de proximidade para se reinventar, os jornais locais podem explorar outras características da Internet para se viabilizarem no meio digital”. No caso da participação, destaca-se que esse atributo já era um ponto forte do jornalismo de proximidade, mesmo antes do momento atual, mas agora ele pode ser redesenhado para se adaptar à contemporaneidade. Além disso, formatos, plataformas e linguagens pertencentes ao atual ecossistema midiático podem ser agregados para deixar o conteúdo mais atraente e consonante com as novas formas de consumo, sendo o desenvolvimento de conteúdo transmídia uma das possibilidades para isso. Nota-se que a importância da participação também para a transmidialidade salienta uma afinidade favorável à associação entre o jornalismo de proximidade e o formato narrativo transmidiático. Faz parte ainda dessa afinidade a constatação de Ahva e Wiard (2018) de que, no jornalismo local, a participação ganha espaço sobretudo através das soft news, notícias com temáticas leves que se aproximam mais do entretenimento, as quais Pacheco (2018) considera mais compatíveis com o conteúdo transmídia.

Outro ponto que torna interessante a junção entre transmidialidade e proximidade se refere à construção de um jornalismo que incentive o desenvolvimento social. Características como a participação, o relacionamento com a audiência e a pluralidade de fontes levaram o jornalismo de proximidade a ser visto como um conteúdo fortemente ligado à defesa do interesse público. De acordo com Moloney (2015, p. 16, tradução nossa<sup>44</sup>), a junção desse tipo de produção noticiosa com a transmidialidade aumenta ainda mais seus benefícios: “o

---

*entre todas las ecologías de medios posibles y entornos tecnológicos asequibles (desde la convergencia hasta el cross, multi y transmedia).*

<sup>44</sup> No original: *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.*

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”.

No entanto, destaca-se que, apesar do grande potencial trazido pelas novas plataformas e formatos narrativos, características como a participação, que ganharam força através desses ambientes e estruturas, não garantem o exercício da cidadania, o debate social ou a pluralidade, elas representam apenas um potencial. Segundo Correia (2012, p. 57) “A participação de audiências não significaria (pelo menos, necessariamente) um aumento da qualidade da cidadania”. O autor diz que a preferência das pessoas pela formação de grupos com outros indivíduos que tenham opiniões parecidas com a suas acaba gerando um ambiente polarizado no qual as ideias opostas são repelidas, ou seja, há uma tendência a conformidade, que afasta a ideia de pluralismo. Ahva e Wiard (2018, p. 64-65, tradução nossa<sup>45</sup>) também salientam que a participação do público na produção do jornalismo, apesar do potencial democrático, carrega alguns impasses.

A comunidade de pesquisa está ansiosa para estudar as possibilidades democratizantes que o jornalismo participativo oferece (Borger *et al.*, 2013). Por exemplo, mudanças sociais e políticas recentes desencadearam debates acirrados sobre como a participação está ligada às questões de confiança e credibilidade e seus potenciais efeitos positivos sobre a democracia (*e.g.*, Peters & Broersma, 2012). Por um lado, o jornalismo participativo aparece enquanto possibilidade democratizante. Por outro, perguntas sobre a natureza pouco profissional, incontrolável e indisciplinada da participação cidadã parecem traçar limites para este potencial (*e.g.*, Lewis 2012). A este respeito, alguns estudiosos têm indicado que a participação, especialmente no contexto digital, tem sido enquadrada como um projeto excessivamente individualizado, em oposição ao objetivo do jornalismo de representar e envolver coletividades (Peters & Witschge, 2015; Kreiss & Brennan, 2016).

Além de dividirem questões relacionadas às possibilidades, benefícios e impasses para lidar com a participação; transmidialidade e proximidade podem se encontrar ainda para solucionar outro problema inerente à contemporaneidade: a crise que se instaurou no atual ecossistema midiático, que também impacta o jornalismo de proximidade. “As preocupações sobre o estado do jornalismo local têm sido generalizadas, pois as mudanças tecnológicas

---

<sup>45</sup> No original: *The research community has been eager to study the democratizing possibilities that participatory journalism offers (Borger et al., 2013). For example, recent social and political shifts have sparked intensified debates over how participation is connected to the issues of trust and credibility, and its potential positive effects on democracy (e.g., Peters & Broersma, 2012). On the one hand, participatory journalism thus appears as a democratizing possibility. On the other, questions regarding the unprofessional, uncontrollable and unruly nature of citizen participation seem to draw limits to this potential (e.g., Lewis 2012). In this regard, some scholars have indicated that participation, especially in the digital context, has become framed as an overly individualized project, as opposed to journalism’s aim to represent and engage collectivities (Peters & Witschge, 2015; Kreiss & Brennan, 2016).*

afetam drasticamente a economia do negócio de notícias comerciais e a dinâmica de como os consumidores acessam, compartilham e até produzem jornalismo” (NAPOLI *et al.*, 2016, p. 374). De acordo com Ramos e Grupillo (2020, p. 35, grifo do autor), uma das possibilidades para que o jornalismo de proximidade enfrente a crise é através do aproveitamento de suas próprias características: “um *medium* regional conhece o público melhor que os jornais de atuação nacional e internacional e tem a possibilidade de personalizar os conteúdos para atender as demandas do público com maior precisão”. Além disso, os autores afirmam que os veículos locais podem, por exemplo, fidelizar seus clientes aproveitando-se de sua contribuição para a identidade cultural regional. Por outro lado, Tellería (2019, p. 261-262, tradução nossa<sup>46</sup>) acredita que a filosofia transmídia pode ser a chave para atravessar esse momento.

A mídia enfrenta desafios profundos que vão desde o modelo de negócio, a sua estrutura interna e a procura de novas competências, entre outros. Neste sentido, a dinâmica (lógica) de produção, ideais e valores transmídia estão em alta: autenticidade, credibilidade e transparência; criatividade, inovação e originalidade; qualidade e confiança; a relevância de pertencer a uma comunidade/sociedade e participar, sentir-se parte de uma solução; estabelecer parcerias entre profissionais, projetos e usuários; de temas hiperlocais, locais, alcances e perspectivas para questões globais; a experiência do usuário; 360°, realidade aumentada-virtual-mista, internet das coisas, inteligência artificial e Big Data; design e arquitetura de interfaces em formação; integração dos meios como quebra-cabeça e alfabetização midiática. Assim, apesar da falta de uma grande variedade de projetos jornalísticos transmídia plenamente desenvolvidos, seus ideais, lógica e valores foram incorporados, seguidos em várias escalas e níveis.

Contudo, ao se considerar a ideia de Tellería (2019) de que a transmidialidade é uma filosofia, que abriga ideais e valores centrais, é possível notar que, de acordo com a lista de valores criada pelo autor (ver Figura 7), nem todos os itens apontam uma afinidade entre transmidialidade e proximidade.

---

<sup>46</sup> No original: *Los medios se enfrentan a profundos desafíos que van desde el modelo de negocio, su estructura interna y la demanda de nuevas competencias, entre otros. En este sentido, se aprecia cómo la dinámica (lógica) de producción, los ideales y valores transmedia están en alza: autenticidad, credibilidad y transparencia; creatividad, innovación y originalidad; calidad y confianza; la relevancia de pertenecer a una comunidad / sociedad y participar, sentirse parte de una solución; establecer colaboraciones entre profesionales, proyectos y usuarios; desde temas hiperlocales, locales, alcances y perspectivas hasta temas globales; la experiencia de usuario; 360°, realidad aumentada-virtual-mista, internet de las cosas, inteligencia artificial y Big Data; diseño de interfaz y arquitectura de la información; integración de los medios como un puzzle y alfabetización mediática. Por lo tanto, a pesar de carecer de una amplia variedad de proyectos periodísticos transmedia completamente desarrollados, sus ideales, lógica y valores se han incorporado, seguido a varias escalas y niveles.*

**Figura 7** - Ideais e valores centrais do conteúdo transmídia



Fonte: Adaptado de Tellería (2019).

Dessa maneira, sobretudo quando se trata dos itens relacionados à construção de um relacionamento com uma comunidade, é possível perceber que pode haver um laço entre os dois conceitos, no entanto, quando se trata das dinâmicas e conteúdos que envolvem tecnologias avançadas, observa-se que a contratação de profissionais da área e a compra de equipamentos

pode representar uma dificuldade a ser superada dentro dos veículos regionais, que tendem a contar com orçamentos mais baixos e uma menor estrutura. De acordo com Dall’Agnese, Canavilhas e Barichello (2019), o conteúdo transmídia tem grande afinidade com as tecnologias contemporâneas. No entanto, se o financiamento de um conteúdo longo, complexo e que geralmente envolve múltiplos profissionais e tecnologias é desafiador até mesmo para grandes veículos de relevância nacional e mundial, no contexto do jornalismo de proximidade isso pode ser ainda mais difícil. Segundo Reis (2018, p. 63), “o jornalismo não apresenta o mesmo padrão em todos os lugares, mas ganha contornos da realidade que o rodeia”. Assim, seria interessante compreender como a transmidialidade se adapta à realidade do jornalismo de proximidade.

## 5 METODOLOGIA

Dall’Agnese (2019) afirma que o ambiente de mídia contemporâneo é caracterizado pela digitalização e pela disseminação de mídias fundamentadas em bases de dados e softwares. Tal contexto tem se mostrado desafiador para a produção jornalística sob diversos ângulos, de forma que muito se discute sobre as novas formas de produção, distribuição e consumo para a área. Nessa conjuntura, a narrativa jornalística transmidiática adquire um caráter de grande relevância, isso porque, de acordo com Dall’Agnese, Canavilhas e Barichello (2019), as estratégias transmídia são potencializadas pelos meios e tecnologias contemporâneos, de forma que a opção por conteúdos com formatos nativos do ambiente digital é colocada por Dall’Agnese e Barichello (2018) como uma das características desse tipo de narrativa em ambientes digitais.

Assim, esta pesquisa trata de narrativas jornalísticas transmidiáticas no contexto do jornalismo regional brasileiro. A escolha de estudar a narrativa transmídia foi guiada pela relevância desse tipo de conteúdo no cenário midiático atual, pontuada por diversos teóricos como Jenkins (2013), Renó (2019), Gambarato (2016, 2019), Dall’Agnese (2019), Dos Santos (2017), Gosciola (2019) e vários outros. No entanto, apesar de seu lugar destacado, observa-se que o tema ainda é pouco explorado no meio acadêmico brasileiro. Na busca pela expressão “narrativa transmídia” no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES é possível localizar apenas 92 trabalhos registrados na plataforma, destaca-se que há um intervalo de 10 anos entre o primeiro trabalho encontrado e o último. Ao se aplicar o filtro de ano para dar enfoque nos últimos cinco anos, o resultado mostra 58 trabalhos escritos, 28 deles classificados pela plataforma como pertencentes à área da Comunicação.

Quando o termo é associado especificamente ao jornalismo, no entanto, é possível notar uma carência ainda mais significativa de pesquisas acadêmicas na área. Ao se digitar “jornalismo transmídia” aparecem apenas cinco trabalhos catalogados. Já com relação às construções “narrativa jornalística transmidiática” e “narrativa jornalística transmídia”, que ligam o termo ao conceito de *transmedia storytelling* de Jenkins (2013), não há resultados. Renó (2019), que atualmente figura entre os principais autores do tema no contexto brasileiro, diz que quando começou a pesquisar sobre narrativa transmídia em 2010 simplesmente não existiam estudos aplicados à área jornalística. Segundo o autor, enquanto outros campos da comunicação começaram a desenvolver pesquisas sobre o assunto, o jornalismo foi deixado de lado. Assim, é compreensível que a primeira dissertação sobre narrativa jornalística transmidiática catalogada pela CAPES tenha sido publicada apenas em 2014.

Outro aspecto inovador trazido pela pesquisa relaciona-se à abordagem do objeto como forma de construção narrativa previamente planejada. Renó (2019) diz que a narrativa transmídia já é aceita e utilizada pelas principais mídias jornalísticas e cita os exemplos dos veículos *The Guardian* (Inglaterra), *New York Times* (Estados Unidos), *Radiotelevisión Española* (Espanha) e Folha de S. Paulo (Brasil). Ao afirmar isso, o autor se refere a uma visão da transmídia enquanto linguagem ou forma de construção narrativa planejada para a transmidialidade e não como um fenômeno que ocorre em decorrência de outros fatores, conforme discutido no item 3.2.1, que trata das diferentes abordagens da narrativa transmídia. Além disso, o autor destaca produções de grandes veículos com relevância mundial, contexto que recebe evidência nas pesquisas que se valem dessa abordagem.

Assim, considerando que a produção desse tipo de narrativa ainda se encontra em um momento de experimentação, surgem trabalhos que tentam explorar e conhecer melhor a produção jornalística transmidiática, como a tese de doutorado de Dall’Agnese (2019, p. 13), que, a partir de um estudo de caso do *Guardian Media Group*, buscou “compreender como a produção jornalística transmídia se configura em organizações de referência no ecossistema midiático contemporâneo”. De fato, ao se analisar as tecnologias, os formatos e os gêneros jornalísticos que possuem mais afinidade com a narrativa transmídia é possível compreender porque as pesquisas tendem a se voltar para o contexto das organizações de referência, já que essas geralmente podem contar com um maior número de profissionais e um maior orçamento para contratar especialistas de diferentes áreas e comprar equipamentos avançados para a produção de materiais.

No entanto, diante da presença desse tipo de narrativa também no cenário regional, surge a necessidade de descobrir como esse formato se configura em uma conjuntura tão diferente. Desse modo, esta pesquisa teve o objetivo geral de compreender como as narrativas jornalísticas transmídias se configuram no contexto regional brasileiro contemporâneo. Partindo da ideia de que os veículos regionais possuem um menor número de profissionais e de orçamento que os veículos de relevância nacional e internacional, a hipótese inicial foi de que essas narrativas não desenvolvem de forma plena as potencialidades inerentes à transmidialidade. Os objetivos específicos da pesquisa são: (1) dissertar sobre as características de narrativas jornalísticas transmidiáticas; (2) discutir as intersecções teóricas entre narrativa jornalística transmídia e jornalismo regional e (3) identificar as características, técnicas, estratégias e recursos utilizados nas narrativas jornalísticas transmidiáticas construídas por veículos regionais brasileiros.

Considerando o fato de que a construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas no contexto regional trata de fenômenos e aspectos estabelecidos socialmente e associados a atores

sociais, é possível dizer que esta pesquisa segue um posicionamento ontológico subjetivista. De acordo com Bryman (2012, p. 33, tradução nossa<sup>47</sup>), esse posicionamento se caracteriza pela compreensão de que “[...] fenômenos sociais e seus significados estão sendo realizados continuamente pelos atores sociais”.

Com relação ao posicionamento epistemológico, a pesquisa pode ser caracterizada como interpretativista, pois entende-se que existem diferenças e subjetividades que separam os fenômenos estudados pelas ciências sociais e os fenômenos estudados pelas ciências naturais. Bryman (2012, p. 30, tradução nossa<sup>48</sup>) afirma que 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”.

Levando em consideração que a pesquisa se apresenta em um contexto científico, foi importante que houvesse também um método para guiar a sua realização. Bhattacharjee (2012, p. 5, tradução nossa<sup>49</sup>) esclarece que “o método científico refere-se a um conjunto padronizado de técnicas para a construção de conhecimento científico, [...]”. Dessa forma, o trabalho se valeu do método dedutivo. “Na pesquisa dedutiva, o objetivo do pesquisador é testar conceitos e padrões teóricos usando novos dados empíricos” (BHATTACHERJEE, 2012, p. 3, tradução nossa<sup>50</sup>). De acordo com Bhattacharjee (2012), esse tipo de método é marcado por observações geradas pelo teste de hipóteses a partir de teorias.

Além disso, com relação à sua natureza, a pesquisa pode ser categorizada como básica, pois busca a promoção do avanço científico através da construção de novos conhecimentos e pretende dar origem a verdades de interesse amplo que, apesar disso, podem ter caráter relativo e temporário (NASCIMENTO; SOUSA, 2016). A abordagem do problema, pode ser classificada como qualitativa, uma vez que “depende principalmente de dados não numéricos, como entrevistas e observações [...]”(BHATTACHERJEE, 2012, p. 103, tradução nossa<sup>51</sup>).

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

<sup>47</sup> No original: [...] social phenomena and their meanings are continually being accomplished by social actors.

<sup>48</sup> No original: 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.

<sup>49</sup> No original: Scientific method refers to a standardized set of techniques for building scientific knowledge, [...].

<sup>50</sup> No original: In deductive research, the goal of the researcher is to test concepts and patterns known from theory using new empirical data.

<sup>51</sup> No original: Qualitative research relies mostly on non-numeric data, such as interviews and observations [...].

permitem entender os fenômenos contemporâneos (GONZÁLES; NAVAS, 2018, p. 9, tradução nossa<sup>52</sup>).

Sob a perspectiva de seus objetivos, esta pesquisa classifica-se como descritiva. Segundo Bhattacharjee (2012, p. 6, tradução nossa<sup>53</sup>), “a pesquisa descritiva tem como objetivo fazer observações cuidadosas e documentação detalhada de um fenômeno de interesse. Essas observações devem ser baseadas no método científico (ou seja, deve ser replicável, preciso etc.) [...]”. Gil (2002) diz que esse tipo de pesquisa também pode ser utilizada para estabelecer relações entre variáveis. “São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática” (GIL, 2002, p. 42).

A pesquisa descritiva objetiva conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la (CHURCHILL, 1987) [...]. Pode-se dizer que ela está interessada em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los. Além disso, ela pode se interessar pelas relações entre variáveis e, desta forma, aproximar-se das pesquisas experimentais. A pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou de determinado fenômeno, mas não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação (VIEIRA, 2002, p. 65).

Para dar início à pesquisa, primeiramente foi feita uma revisão de literatura, de acordo com Bhattacharjee (2012, p. 21), esse passo tem três objetivos: “(1) pesquisar o estado atual do conhecimento na área de inquérito, (2) identificar os principais autores, artigos, teorias e descobertas nessa área e (3) identificar lacunas de conhecimento nessa área de pesquisa”. As plataformas e bancos de dados nacionais utilizados nesse processo foram o Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, os anais dos eventos da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom) e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), além do Google Acadêmico. Já as plataformas internacionais utilizadas foram a plataforma Scientific Electronic Library Online (SciELO) e o catálogo de coleções da Ria Editorial. A pesquisa foi feita pelo intermédio das palavras-chave em português, inglês e espanhol ligadas aos temas desenvolvidos no referencial teórico e o filtro de tempo incluiu os

---

<sup>52</sup> No original: *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.*

<sup>53</sup> No original: *Descriptive research is directed at making careful observations and detailed documentation of a phenomenon of interest. These observations must be based on the scientific method (i.e., must be replicable, precise, etc.), and therefore, are more reliable than casual observations by untrained people.*

últimos cinco anos. As fases da pesquisa incluíram observação, análise descritiva e conclusões (ver Figura 8).

**Figura 8** - Percurso metodológico da pesquisa



• Fazer uma discussão sobre como se configuram as narrativas jornalísticas transmidiáticas produzidas por veículos regionais brasileiros a partir do cruzamento entre teoria e descobertas empíricas.

**Conclusões**

3) apontamentos sobre a configuração das narrativas jornalísticas transmidiáticas produzidas por veículos regionais brasileiros.

• Formular as considerações finais sobre a pesquisa.

Fonte: Elaboração Própria.

Na fase de observação foram selecionadas para compor o *corpus* do trabalho três narrativas jornalísticas transmidiáticas produzidas por veículos regionais brasileiros. Diante do tempo estimado para a pesquisa, observa-se a impossibilidade de um *corpus* maior devido à extensão desse tipo de narrativa, que tende a abarcar diversos conteúdos em diferentes suportes, entre os quais frequentemente se encontram grandes reportagens multimídia. As narrativas selecionadas foram “Londrina 87 anos”, produzida pela Folha de Londrina, sediada na cidade de Londrina/PR; “Energia Limpa”, produzida pelo Grupo de Comunicação O POVO, sediada na cidade de Fortaleza/CE e “Nativas Digitais”, produzida pela Universidade Estadual do Tocantins (Unitins), sediada na cidade de Palmas/TO.

De acordo com Reis (2018, p. 63) “as singularidades regionais e locais da prática jornalística são um assunto que merece atenção, ganhando força no campo do jornalismo brasileiro. Situação oriunda da desconcentração dos meios de comunicação de massa fora do eixo da mídia nacional”. Segundo a autora, fazem parte desse eixo as regiões Sudeste e Centro-Oeste, sobretudo o Distrito Federal e os estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Dessa forma, as narrativas selecionadas pertencem a regiões cujas produções têm menor visibilidade: Norte, Nordeste e Sul.

O especial transmídia “Londrina 87 anos”, publicado em 01 de novembro de 2021, conta com uma reportagem longform, divulgada no site da Folha de Londrina e publicada em caderno impresso e um jogo interativo de caça ao tesouro, que ocorreu no dia 10 de novembro de 2021. Como o caderno impresso não foi disponibilizado para os assinantes do veículo, foram analisados somente a versão digital da reportagem e o jogo de caça ao tesouro. Já o especial “Energia Limpa”, publicado em 16 de março de 2021, conta com uma página no portal O

POVO; uma reportagem longform, disponível em versão impressa e digital; cinco publiceditoriais veiculados no portal do veículo; 13 postagens no Facebook; cinco *lives* na plataforma YouTube e uma websérie com três episódios na mesma plataforma. A série transmídia “Nativas Digitais”, que estreou dia 15 de outubro de 2020 e foi veiculada entre os anos de 2020 e 2021, possui conteúdos no site e nas contas do Twitter, YouTube, Instagram e Facebook, criadas exclusivamente para o projeto.

O site do projeto indica que existe também um aplicativo de realidade aumentada, que está em desenvolvimento, entretanto, o aplicativo não foi encontrado. Entre os 85 vídeos presentes na plataforma YouTube e as diversas postagens nas outras mídias sociais, há conteúdos criados para veiculação na Rádio Unitins FM e na Unitins TV (antiga TVE Tocantins). A primeira temporada do projeto contemplou 12 espécies da flora nativa do Cerrado presentes em Palmas, no entanto, diante do grande volume de material, foi selecionado para a análise apenas um recorte do conteúdo referente à última espécie tratada, o buriti. No total, foram publicadas 51 postagens sobre o buriti, três no YouTube, 25 no Instagram e 23 no Facebook. As postagens do Twitter não foram analisadas por não conterem conteúdos sobre o buriti. Ainda na fase de observação, foram levantados dados e informações a partir das narrativas selecionadas.

Em seguida, na fase da análise descritiva, foi feita a descrição das narrativas a fim de compreender como a transmidialidade se caracteriza dentro dos produtos jornalísticos regionais. Essa fase foi guiada pelo roteiro para a análise descritiva de narrativas jornalísticas transmidiáticas de Dall’Agnese (2019) (ver Quadro 1). Para auxiliar a apreciação do material, foi utilizado o recurso de captura de tela através do aplicativo *GoFullPage*.

**Quadro 1** - Roteiro para a análise descritiva de narrativas jornalísticas transmidiáticas

<p><b>Dados de identificação do produto transmídia</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nome:</b> título do projeto ou temática geral que se desenvolve em uma dinâmica transmídia.</li> <li>• <b>Ano de lançamento:</b></li> <li>• <b>Timeline:</b> qual o período entre a primeira e a última publicação referente ao produto em análise?</li> <li>• <b>Equipe:</b> quem, de quais áreas/especialidades/setores?</li> <li>• <b>Editorias envolvidas:</b> se identificáveis</li> <li>• <b>Financiamento:</b> informar se houve parcerias ou patrocínios para a produção.</li> </ul>
------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><b>Estratégias de definição do <i>storyworld</i> jornalístico</b> Identificar como é delimitado o universo narrativo não-ficcional, os personagens, contextos, histórias principais e secundárias.</p>	<p><b>Exemplos de questões a serem respondidas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que acontecimento, tópico ou personagem origina o produto transmídia?</li> <li>• Quais são os objetivos?</li> <li>• Qual é ou quais são os principais personagens?</li> <li>• Qual é a história principal?</li> <li>• Quais são as histórias secundárias?</li> <li>• A que locais e períodos se refere o <i>storyworld</i>?</li> </ul>
<p><b>Estratégias para a expansão narrativa, multimídia e multiplataforma do <i>storyworld</i></b> Identificar os meios e plataformas escolhidos pelos produtores para contar uma ou várias histórias expandidas, em que formatos e recursos narrativos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quais são os meios e plataformas (próprias ou externas) utilizados para expansão? Observar quais efetivamente contribuem para expansão e quais apenas distribuem conteúdo adaptado (lógica crossmídia).</li> <li>• A expansão se dá por meio de parcerias com outras organizações?</li> <li>• Que tipos de conteúdos são identificados - matérias em geral, reportagens, artigos de opinião, documentários audiovisuais, <i>podcasts</i>?</li> </ul>
<p><b>Estratégias de engajamento da audiência</b> Identificar elementos que estimulam o envolvimento da audiência na narrativa por meio da exploração dos vários segmentos e o aprofundamento no tópico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como os diferentes segmentos são interligados - há presença de links, recomendações, <i>hashtags</i>, episódios seriados? A navegação é facilitada ou limitada?</li> <li>• Quais são os pontos de acesso? É possível chegar ao produto transmídia por meio de plataformas externas?</li> <li>• Há uma identidade visual que identifique claramente o produto?</li> <li>• São ofertados mecanismos para acompanhar as atualizações (notificações, <i>newsletters</i>)?</li> <li>• Há presença de formatos e recursos imersivos (<i>newsgames</i>, imagens em 360°, realidade virtual e aumentada)?</li> </ul>
<p><b>Estratégias de Participação</b> Identificar as estratégias dos produtores para fomentar a participação da audiência.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como a audiência pode participar do produto transmídia?</li> <li>• Há espaços para comentários?</li> <li>• São oferecidos quizzes ou pesquisas cujas respostas e/ou resultados podem ser utilizados pela organização ou compartilhados pelos usuários?</li> <li>• São disponibilizados mecanismos para envio de materiais - texto, fotos, vídeos, áudio?</li> <li>• Se sim, essas contribuições estão visíveis a outros usuários?</li> <li>• A participação pode ocorrer em plataformas externas (redes sociais) ou somente nos espaços organizacionais?</li> <li>• As regras de como possíveis contribuições serão selecionadas pelos produtores estão claras?</li> </ul>

<p><b>Estratégias de Propagação</b> Identificar recursos disponibilizados para fomentar a circulação do conteúdo jornalístico por iniciativa da audiência, jornalistas ou de outras organizações, por meio de redes sociais, e-mails e agregadores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que recursos para compartilhamento são identificados? Eles estão presentes em todos os segmentos transmídia?</li> <li>• Como é possível recomendar o conteúdo?</li> <li>• São disponibilizados documentos brutos e/ou dados em formato aberto que possam ser reutilizados pela audiência ou outras organizações?</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Dall’Agnese (2019, p. 128-129).

Foi acrescentado a esse roteiro o tópico “Estratégias de proximidade”, para melhor atender ao contexto do jornalismo regional, compreendendo, porém, a partir do pensamento de Tellería (2019), que o sentimento de comunidade também é inerente à filosofia transmídia e que, portanto, esse novo ponto pode ser adaptado para atender a outros contextos. A criação desse tópico levou em consideração alguns elementos narrativos comuns no jornalismo de proximidade que podem gerar no leitor um sentimento de pertença a uma comunidade.

**Quadro 2** - Tópico para observação, descrição e avaliação das estratégias de proximidade

<p><b>Estratégias de Proximidade</b> Identificar recursos utilizados para promover o sentimento de pertença a uma comunidade por parte do leitor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A temática da narrativa aborda identidades ou locais com os quais o leitor pode se identificar?</li> <li>• O narrador utiliza linguagem ou recursos narrativos que despertem no leitor a sensação de que ambos compartilham o mesmo contexto?</li> <li>• Existe a presença de personagens locais?</li> </ul>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaboração Própria.

Além do roteiro, foram criadas categorias para a classificação e avaliação dos conteúdos a partir das características da narrativa jornalística transmidiática apreendidas na fase de revisão de literatura. As oito categorias são: participação; expansão; presença multiplataforma; organização; linguagem; funcionalidade da plataforma; experiência e contextualização. Essas categorias ajudaram a compreender se as narrativas selecionadas realmente aproveitaram o potencial das plataformas e formatos utilizados, da participação do público e das demais características que envolvem a transmidialidade. A categoria de participação classifica a interação dos usuários na construção das narrativas entre participação de baixo envolvimento, quando há interação com o conteúdo, mas essa não o expande e participação expansiva, quando a intervenção do usuário expande a narrativa criada pelo veículo. A categoria de expansão classifica a expansão do conteúdo em não linear, quando suas partes podem ser compreendidas

de forma independente e linear, quando não há independência entre as partes. A categoria de presença multiplataforma classifica o conteúdo em repetitivo, quando há apenas repetição nas diferentes plataformas utilizadas e complementar quando pelo menos uma plataforma consegue contribuir com novas informações com relação ao conteúdo de origem.

Quanto à organização, o conteúdo pode ser considerado como espalhado, quando não há uma plataforma que sirva de ponto de acesso aos demais conteúdos criados e nuclear, quando é possível acessar todas as produções a partir de uma plataforma. Quanto à linguagem, ela pode ser considerada adaptada à plataforma e formato na qual o conteúdo se encontra ou não adaptada. Quanto à funcionalidade da plataforma selecionada para compor o projeto transmídia, ela pode ser classificada como funcional, quando de fato contribui para a interação dos usuários e expansão narrativa ou não funcional, quando não contribui para nenhum desses pontos. Com relação à experiência proporcionada ao usuário, ela pode ser imersiva, quando permite que o usuário imerja de alguma forma na narrativa ou não imersiva, quando isso não ocorre. A última categoria, por sua vez, classifica a contextualização do conteúdo em profunda, quando o tema se desenvolve de forma mais complexa e rasa, quando a temática é explorada de forma superficial (ver Figura 9).

**Figura 9** - Categorias para classificação do conteúdo

<b>Participação</b>	<b>Expansão</b>	<b>Presença multiplataforma</b>
De baixo envolvimento	Não linear	Repetitiva
Expansiva	Linear	Complementar
<b>Organização</b>	<b>Linguagem</b>	<b>Funcionalidade da plataforma</b>
Nuclear	Adaptada	Funcional
Espalhada	Não adaptada	Não funcional
<b>Experiência</b>	<b>Contextualização</b>	
Imersiva	Profunda	
Não imersiva	Rasa	

Fonte: Elaboração Própria

Por fim, depois da fase de análise, foram construídas as considerações finais, nas quais foram feitos apontamentos sobre como se configuram as narrativas jornalísticas transmidiáticas no contexto regional brasileiro contemporâneo, essa reflexão surgiu da relação feita entre discussões teóricas e descobertas empíricas. Dessa maneira, foi possível responder ao problema da pesquisa e atender ao seu objetivo geral.

## 6 A TRANSMIDIALIDADE NO JORNALISMO REGIONAL BRASILEIRO

Este capítulo apresenta uma análise descritiva das narrativas jornalísticas transmidiáticas Londrina 87 anos; Energia Limpa e Nativas Digitais. A análise consistiu na descrição e discussão sobre as características e elementos contidos em cada narrativa a partir dos conceitos presentes nos capítulos teóricos. Além disso, o material foi categorizado de acordo com as tipologias propostas no capítulo de metodologia, dessa maneira, foi possível compreender de que forma o conteúdo de cada narrativa desenvolveu sua dinâmica transmídia e aproveitou as potencialidades das características inerentes à transmidialidade.

As narrativas selecionadas para a análise estão inseridas no contexto jornalístico regional brasileiro. A primeira delas, Londrina 87 anos, foi produzida pelo jornal Folha de Londrina, que pertence ao Grupo Folha de Comunicação. O veículo foi fundado na cidade de Londrina há 73 anos por João Milanez e Correia Neto. Autointitulado o “maior jornal impresso do Paraná e um dos principais veículos de comunicação do Sul do país”<sup>54</sup>, o jornal afirma estar presente em 253 municípios do Paraná e ter uma média de 120 mil leitores diários de sua versão impressa. De acordo com a reportagem “FOLHA completa 70 anos de história”<sup>55</sup>, produzida pelo próprio veículo, a Folha de Londrina tem uma história marcada pela qualidade e pela modernidade, sendo o primeiro jornal do mundo a receber a certificação ISO 9002, referente à sua qualidade, o terceiro jornal do Brasil a comprar uma impressora *offset* e um dos primeiros a utilizar o sistema de impressão CTP. Atualmente, o veículo possui um aplicativo, um portal de notícias e ainda mantém sua versão impressa. Desde 2016 começou a trabalhar com as tecnologias de realidade aumentada e QRCode e há mais de quatro anos produz narrativas jornalísticas transmidiáticas. Além disso, a Folha de Londrina afirma contribuir, através de suas pautas, para o desenvolvimento da cidade de Londrina, da região Norte do Paraná (onde fica situada a cidade) e do próprio estado como um todo.

Já a segunda narrativa selecionada, Energia Limpa, foi produzida pelo jornal O POVO, que pertence ao Grupo de Comunicação O POVO, com sede em Fortaleza. O jornal foi fundado em 1928 por Demócrito Rocha e é o mais antigo em circulação pelo Ceará. Sua história também é marcada por atributos como modernidade e qualidade. O jornal, que já recebeu o Prêmio Esso de Jornalismo, foi o segundo veículo brasileiro a contar com um ombudsman, o primeiro jornal

---

<sup>54</sup> Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/reportagem/folha-completa-70-anos-de-historia-1020216.html> Acesso em: 07 dez. 2021.

<sup>55</sup> Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/reportagem/folha-completa-70-anos-de-historia-1020216.html> Acesso em: 07 dez. 2021.

do Ceará a ofertar seu conteúdo gratuitamente através do O POVO Digital e o décimo segundo jornal do país a possuir uma página na internet. O Grupo de Comunicação O POVO conta com uma série de veículos, entre os quais estão a rádio O POVO CBN, o jornal impresso O POVO, o portal de notícias O POVO Online e a emissora de televisão TV O POVO. Sua produção de conteúdo transmídia começou em 2015, quando as reportagens especiais passaram a ser desenvolvidas através do formato.

Por fim, a última narrativa selecionada, Nativas Digitais, foi produzida pela Universidade Estadual do Tocantins (Unitins) com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). A universidade, fundada em 1990 como autarquia, se tornou Fundação Pública de Direito Privado em 1996 e autarquia estadual de regime especial em 2016. De acordo com o site da Unitins<sup>56</sup>, a instituição se destaca no cenário do ensino superior de âmbito regional, desenvolvendo projetos e pesquisas ligados ao desenvolvimento social e ao desenvolvimento rural e territorial sustentável. A universidade conta com emissora de rádio, Rádio Unitins FM e de televisão, Unitins TV (antiga TVE Tocantins).

## **6.1 Londrina 87 anos**

O especial transmídia “Londrina 87 anos: três razões que vão fazer você querer desbravar a cidade” conta com uma reportagem no formato longform que conta com versão impressa e digital, cujo tempo de leitura estimado pelo veículo é de 65 minutos. A narrativa, voltada para a comemoração dos 87 anos de Londrina, celebrados no dia 10 de dezembro de 2021, foi publicada no site da Folha de Londrina no dia 01 de novembro de 2021 e recebeu a etiqueta “transmídia” (ver Figura 10). Além da reportagem, o veículo promoveu um jogo presencial de caça ao tesouro com a proposta de expandir a narrativa e proporcionar aos leitores uma experiência diferenciada.

---

<sup>56</sup> Disponível em: <https://www.unitins.br/nPortal/portal/page/show/historico>. Acesso em: 30 de jan. 2022.

Figura 10 - Elementos iniciais da reportagem

Transmídia 65m de leitura Atualizado em 10/01/2022, 19:01

# Londrina 87 anos: três razões que vão fazer você querer desbravar a cidade

PUBLICAÇÃO  
segunda-feira, 01 de novembro de 2021

FOLHA DE LONDRINA  
AUTOR




Editorial

## Redescobrir a cidade, que hoje faz 87 anos

No atual contexto da nova variante do coronavírus, a Ômicron, é complicado ainda pensar em uma pós-pandemia. Mas em relação a dezembro do ano passado, em 2021 a vacina nos colocou em uma grande vantagem. Mesmo que ainda precisemos pensar na proteção à vida e à saúde, temos mais liberdade para sair de casa e abraçar pessoas que amamos.

Fonte: Folha de Londrina.



A imagem colocada após o título foi criada pelo artista plástico Cássio Onohara para estampar a capa da versão impressa. Logo depois da imagem, vem o primeiro texto da reportagem, o editorial. À esquerda estão opções de acessibilidade do conteúdo, que permitem ao leitor mudar a cor do plano de fundo para um tom mais escuro, aumentar e diminuir a letra

do texto e ouvir a reportagem. À direita há ícones que permitem o compartilhamento da narrativa através das plataformas Facebook e Twitter e do aplicativo WhatsApp, o ícone do LinkedIn redireciona o leitor ao perfil do veículo na plataforma. Nenhum dos elementos está fixado na tela, portanto, todos desaparecem com o rolar da página.

Quanto ao editorial, que recebeu o título “Redescobrir a cidade, que hoje faz 87 anos”, o texto começa falando sobre o contexto da pandemia no final de 2021, deixando claro que o veículo compreende que a pandemia não acabou e que ainda é necessário se resguardar de perigos, mas afirmando também que, com relação ao final do ano anterior, a situação já está bem mais controlada. Logo em seguida, surge no texto um convite para a caça ao tesouro (ver Figura 11).

**Figura 11** - Convite para a dinâmica proposta pelo veículo

O fato é que **estamos** melhores neste 10 de dezembro de 2021 do que **estávamos** na mesma data em 2020. E, se **continuarmos** neste ritmo de vacinação, mantendo os cuidados sanitários, no final do ano que vem **estaremos** ainda melhores e esperançosos.

Hoje, 10 de dezembro de 2021, quando Londrina faz 87 anos, a Folha de Londrina convida os moradores **dessa terra** a sair de casa (com máscaras, álcool em gel e guardando um distanciamento seguro das outras pessoas), para redescobrir a cidade que aos poucos começa novamente a se abrir.

Fonte: Folha de Londrina

Nota-se que a data de publicação no site indica que o conteúdo foi publicado em novembro de 2021, o que não condiz com a data considerada no texto. Como a publicação da edição impressa do especial foi de fato no aniversário da cidade, dia 10 de dezembro de 2021, observa-se que pode ter havido uma falta de adaptação dessa parte do texto para a publicação digital. A linguagem utilizada durante o decorrer do editorial tem um tom intimista, com diversos verbos na primeira pessoa do plural, acentuando que o narrador faz parte daquela comunidade e compartilha da mesma realidade que o leitor. Além disso, a presença de construções como “dessa terra” (ver Figura 11) e “os filhos dessa terra” (ver Figura 12) também aproximam o leitor do narrador à medida em que fazem alusão ao pertencimento a um lugar específico, a uma identidade compartilhada.

**Figura 12** – Construção que acentua o caráter de proximidade

Se em 10 de dezembro de 2020, a Folha levou os cidadãos a refletirem sobre as mudanças que a pandemia imprimiu em suas vidas, este Especial Transmídia 87 anos de Londrina convida para redescobrir os encantos que a cidade guarda. A capa comemorativa da edição impressa é do artista plástico Cássio Onohara, uma obra prima para ser guardada, um presente para lembrar os filhos dessa terra que Londrina abraça a sua história enquanto constrói seu futuro.

### Feliz aniversário, Londrina!

#### ESPECIAL TRANSMÍDIA

Textos de Pedro Marconi, Lúcio Flávio Moura e Janafina Ávila; Fotos de Gustavo Carneiro

---

Fonte: Folha de Londrina

As estratégias de proximidade utilizadas servem também para reforçar para a audiência a importância do engajamento na caça ao tesouro. O veículo convoca uma comunidade unida pelo sentimento de pertencimento a prestigiar a cidade através da dinâmica proposta. Diante disso, observa-se que essas estratégias colaboraram com o aspecto transmidiático da narrativa, incentivando o engajamento do público na busca pelas outras partes que constituem o projeto. Desse modo, a proximidade foi utilizada para gerar na audiência um sentimento muito parecido com o dos fãs das franquias transmidiáticas de entretenimento. Além da parte textual, o editorial também traz fotografias, as quais não conversam bem com o texto. Algumas dessas fotografias não contam com legenda, de forma que não é possível saber qual local ou elemento da cidade está sendo retratado, a menos que o leitor tenha algum conhecimento prévio para isso.

Após o editorial, o texto que se segue, “Londrina é a cidade do lazer, da natureza e do bem estar”, foi escrito pelo jornalista Pedro Marconi e apresenta o primeiro motivo para desbravar a cidade, sua natureza. A linguagem utilizada tem um tom mais poético e, apesar de não haver verbos na primeira pessoa, o texto apresenta características do jornalismo de proximidade, com construções textuais marcadas pelo orgulho de pertencer a Londrina, personagens locais que reforçam esse orgulho e reivindicações de melhorias, em alguns casos voltadas ao governo local e em outros, à própria população, no sentido de criar consciência de preservar os locais da cidade (ver Figura 13).

**Figura 13** - Exemplo de estratégias de proximidade utilizadas

A Londrina que sustenta as raízes no seu povo também pede investimento e cuidado. No Limoeiro, os produtores apontam para a necessidade de melhorias da estrada, roteirização dos pontos que podem ser visitados e mais visibilidade, atraindo mais turistas e apresentando um lado da cidade que ainda não é conhecido por todos. “Precisamos valorizar o que é nosso, que o londrinense se aproprie do que é dele, nossa cidade”, destaca Deise Lima e Silva.

Fonte: Folha de Londrina.

Com relação aos recursos multimidiáticos empregados, o texto intercala-se com diversas fotografias com boa qualidade. Algumas delas possibilitam que o leitor conclua do que se trata a imagem ou possuem legendas que descrevem o cenário, no entanto, há muitas fotos sem legenda, cuja compreensão do leitor com relação ao que está sendo exposto é dificultada. Além das fotos, uma imagem em 360° do Google Maps foi incorporada ao conteúdo, a utilização desse tipo de recurso proporciona ao leitor uma experiência de imersão, que, conforme pontuado por Longhi (2020), é uma característica de narrativas complexas, categoria na qual se inclui a narrativa jornalística transmidiática. Ao explorar a imersividade na construção dessa narrativa, o veículo incentiva o engajamento da audiência.

Outro elemento agregado foi um vídeo da página “Feira Estrada do Limoeiro” no Facebook, no qual um homem toca violino na Feira Estrada do Limoeiro e é possível visualizar um pouco do ambiente, mesmo que de forma bem limitada. O vídeo amador apresenta uma imagem com baixa qualidade, além disso, muito pouco do espaço é explorado, de forma que a precariedade desse material pode desestimular a audiência a conhecer o local que está sendo promovido. Incorporar materiais amadores produzidos pela comunidade é uma ideia compatível com a produção do jornalismo de proximidade, entretanto, dependendo do contexto, pode ser incompatível com o formato transmídia, que exige qualidade e uma boa experiência visual tanto quanto possível. Por fim, o texto precisa de revisão em alguns pontos, a palavra bem-estar no intertítulo, por exemplo, não está hifenizada, além disso, existem algumas construções estranhas, por exemplo, com uso excessivo da conjunção “e” (ver Figura 14). Esse tipo de detalhe, mesmo que pequeno, pode levar alguns leitores a considerarem que o material tem baixa qualidade, o que vai de encontro aquilo que é esperado de uma narrativa jornalística transmidiática, já que Tellería (2019) aponta a qualidade como uma de suas características.

**Figura 14** - Exemplo de construção estranha

Prova das inúmeras oportunidades que podem ser encontradas no lugar é a Vila da Nata, recém-inaugurada. São vários quiosques de produtores locais e num visual temático e para todos os públicos e gostos. “No Limoeiro também temos parreirais maravilhosas, com produtos in natura, excelentes, artesanais de alta qualidade. Tem ainda embutidos de carneiro”, pontua.

Fonte: Folha de Londrina.

O próximo texto, “A arquitetura que expressa na paisagem, a paixão da cidade pelo moderno”, foi escrito pelo jornalista Lúcio Flávio Moura e apresenta o segundo motivo para desbravar a cidade, sua arquitetura. Apesar de ter sido produzido por outro jornalista, o conteúdo se integra bem ao restante da reportagem, mantendo o tom poético utilizado anteriormente. Logo no início do texto, nota-se a existência de construções que precisam ser revisadas, como o uso inadequado da vírgula no entretítulo e a frase iniciada com a conjunção adversativa “mas” na linha fina (ver Figura 15). Ao longo do texto também encontramos algumas poucas partes que precisam de revisão. A falta de legenda junto às fotografias são outro problema que se repete.

**Figura 15** - Exemplo de construções textuais que precisam de revisão

## 2. A ARQUITETURA QUE EXPRESSA NA PAISAGEM, A PAIXÃO DA CIDADE PELO MODERNO

*Londrina é uma típica cidade brasileira surgida no século 20. Mas uma dose extra de ambição, combinado pelo fascínio do novo, geraram as singularidades arquitetônicas que a tornam única*

Fonte: Folha de Londrina.

Além das fotos, o texto também se intercala com um vídeo e uma imagem em 360° do Google Maps. O vídeo incorporado pertence a um perfil da plataforma YouTube chamado “DocLondrina”, apesar de também ser uma produção externa, ao contrário do vídeo que aparece na primeira parte da reportagem, esse conteúdo não é amador, trata-se de um recorte do filme “Londrina 1959” de Orlando Vicentini, o qual conversa bem com a parte do texto próxima a

ele, ilustrando um pouco do estilo de vida, história e arquitetura de Londrina nos anos 50. Outro recurso agregado foi uma imagem de satélite em 360° do Google Maps, que também ilustra bem a parte do texto que a acompanha, tornando possível que o leitor se sinta entre os prédios presentes na narrativa (ver Figura 16).

**Figura 16** - Segunda imagem 360° incorporada à narrativa



Fonte: Google Maps

As fontes utilizadas nessa parte da narrativa também são personagens da cidade. Para falar da arquitetura, foram escolhidas pessoas do ambiente acadêmico, mais especificamente, profissionais das áreas de história e arquitetura ligados à Universidade Estadual de Londrina (UEL). A criação da universidade representa um marco importante para a comunidade e a partir da reportagem “FOLHA completa 70 anos de história”<sup>57</sup> é possível notar que o veículo se orgulha de ter contribuído para a concretização desse desejo advindo da população. “A FOLHA foi a voz dos londrinenses na luta pela sua própria instituição de ensino superior pública, a UEL (Universidade Estadual de Londrina)”. Dessa forma, a narrativa mantém sua proximidade com o público a partir da exploração de lugares e personagens locais.

As fontes que mais receberam destaque foram o arquiteto e artista plástico Cássio Onohara, que além de ter parte de sua história retratada, foi convidado para criar a ilustração que compõe a capa do especial e a artista plástica Zueleide Casagrande de Paula, doutora em História e ex-docente da UEL, que teve um texto de aproximadamente 80 linhas incorporado à

<sup>57</sup> Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/reportagem/folha-completa-70-anos-de-historia-1020216.html>. Acesso em: 23 jan. 2022.

narrativa. O texto apresenta a visão da artista sobre o espaço urbano da cidade, não só sob o viés estético, mas também sob o viés político e social, adicionando profundidade à discussão (ver Figura 17).

**Figura 17** - Trecho do texto de Zueleide

*Ao meu olhar cabe ao morador da cidade estabelecer sua verdade identitária, possivelmente os tempos exigem essa discussão, esse debate, posto que a cidade existe, ela é. E seu fazer-se ser é um acontecimento histórico memorial cravado no tempo histórico do Norte do Paraná, e, com certeza, não é de pertencimento apenas de um determinado grupo social. Nas palavras de Paul Ricoeur (2007, A memória, a História, o esquecimento): “...o acontecimento, em seu sentido mais primitivo, é aquilo sobre o que alguém dá testemunho”. Quem nasceu na cidade, escolheu a cidade para residir e aprendeu a amá-la, tem sim uma relação forte com ela. Se isso é ou não é identidade, todos os meus argumentos anteriores mostram como vejo a questão.*

Fonte: Folha de Londrina.

A utilização de um texto construído por uma personagem local, que aprofunda a temática ao mesmo tempo em que reforça e valoriza identidades regionais, condiz tanto com as características do jornalismo de proximidade quanto com as características da narrativa jornalística transmidiática. Enquanto a participação cidadã caminha junto com o jornalismo de proximidade, a profundidade é requisito básico da transmidialidade, como defendido por Canavilhas (2013), Gosciola (2019) e Renó (2019).

O texto seguinte, “A memória da Cidade no circuito de Museus e Memoriais”, foi escrito pela jornalista Janaína Ávila e apresenta o terceiro e último motivo para desbravar a cidade, seu circuito de museus e memoriais. A linguagem utilizada tem um tom um pouco menos poético do que foi percebido nos textos anteriores, no entanto, isso não causa estranhamento, de forma que essa parte ainda parece perfeitamente integrada ao restante da narrativa. Além da linguagem mais objetiva, o texto também apresenta informações utilitárias como telefone, endereço e informações sobre o funcionamento dos museus e memoriais. Os personagens históricos e contemporâneos da cidade e as reivindicações de melhorias também ocupam esse trecho da narrativa, voltada para a valorização da memória da cidade e de seu povo (ver Figura 18).

**Figura 18** – Reinvidicação de uma maior valorização do Museu Histórico de Londrina

preservação mais cuidadosa e com técnicas modernas. Nosso Museu Histórico é um orgulho e é uma pena que o Estado não dê importância para os pequenos museus no interior do Paraná, com histórias belíssimas a serem contadas. É muito pouco interesse e o risco de uma memória se perder para sempre. Sem a preservação, não há um laço afetivo com a história”, avalia “Para mim, a oportunidade de entrar em contato com os protagonista da história de Londrina é estimulante. Conhecer a vida deles, descobrir documentos, cartas que ainda não conhecidas. Dentro das nossas possibilidades,

Fonte: Folha de Londrina.

Problemas como a falta de legenda nas fotografias e a necessidade de revisão persistiram, entretanto, incomodaram menos nesse último texto. Um menor número de erros foi encontrado e a temática desenvolvida permitiu que a identificação das imagens fosse mais fácil. Como cada museu guardava peças relacionadas a um determinado contexto, foi possível desvendar de uma melhor forma as imagens sem legenda. Outro padrão que se repetiu foi a incorporação de uma imagem em 360° do Google Maps. Depois de apresentar o último motivo para desbravar a cidade, a narrativa propôs que os leitores, inspirados pelo conteúdo de origem, desbravassem a cidade de forma presencial no dia de seu aniversário, engajando-se no jogo construído para expandir o universo narrativo. A dinâmica proposta, nomeada de “transmídia GO” (ver Figura 19), foi uma caça ao tesouro na qual os londrinenses precisaram desvendar pistas para encontrar os pontos turísticos onde cada apresentação cultural se encontrava.

**Figura 19** - Imagem de divulgação da caça ao tesouro



Fonte: Folha de Londrina.

As pistas foram disponibilizadas através de um grupo no Telegram e as apresentações culturais incluíram artistas circenses, dançarinos, skatistas, músicos e indígenas da Aldeia Água Branca, que se apresentaram através de músicas, danças e contos narrados em Guarani e Kaingang e traduzidos para o português. Os vencedores do prêmio receberam quebra-cabeças formados por paisagens de Londrina. As imagens utilizadas para compor o presente foram capturadas pelos fotógrafos Matheus Cenali, Isaac Fontana e Gustavo Carneiro. Matheus Cenali foi o criador do projeto Londrinenses na plataforma Instagram, que divulga fotos de pontos turísticos da cidade tiradas por seguidores. Já Isaac Fontana e Gustavo Carneiro são fotojornalistas que trabalham na cobertura local. Além da cobertura dos acontecimentos da cidade, Gustavo Carneiro mantém o projeto Cores do Gueto, responsável por retratar o cotidiano nas periferias de Londrina.

Juntamente com a explicação do jogo e de suas atrações e premiação, foram intercaladas três imagens, duas delas já tinham aparecido no editorial da reportagem. As fotografias não possuíam legendas e não se relacionavam bem com o texto em volta. Através da cobertura do evento<sup>58</sup>, publicada no portal da Folha de Londrina ainda no dia 10 de dezembro de 2021, foi possível notar que o jogo também construiu uma narrativa que reforça o pertencimento e o

<sup>58</sup> Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/geral/caca-ao-tesouro-premia-participantes-3146285e.html>. Acesso em: 02 jan. 2022.

orgulho dos cidadãos de Londrina (ver Figura 20), além de apresentar aos londrinenses diversos personagens, lugares e práticas culturais da região.

**Figura 20** - Exemplo de como o jogo reforçou a ideia de proximidade

O desafio que aconteceu pelo segundo ano consecutivo teve início às 8h30, quando os participantes cadastrados começaram a receber pelo aplicativo Telegram as dicas do primeiro ponto turístico a ser visitado. As pistas levaram o servidor público Anderson de Oliveira a um ponto histórico bastante conhecido por ele. “Quando vi que se tratava de uma casa construída com peroba rosa que se tornou uma das atrações do campus da maior universidade do Norte do Paraná, não tive dúvidas de que se tratava da Casa do Pioneiro instalada na UEL. Trabalho aqui no campus e conheço bem este local. Então vim correndo para cá”, afirmou o servidor público que optou por fazer de bicicleta todo o trajeto proposto pela FOLHA. “Apesar do calor, pretendo completar toda a prova de bicicleta”, enfatizou.

Fonte: Folha de Londrina.

Voltando à narrativa de origem, a reportagem “Londrina 87 anos”, após a explicação da caça ao tesouro, há o expediente do especial, no qual se encontra uma lista com 17 profissionais, ligados às áreas de jornalismo, artes visuais, fotografia, edição de imagem, gerenciamento de mídias sociais e gerenciamento comercial. Além desses profissionais, há uma lista com os artistas e grupos ligados à cultura local que se apresentaram na caça ao tesouro (ver Figura 21).

**Figura 21** - Expediente do especial

**EXPEDIENTE**

ESPECIAL TRANSMÍDIA LONDRINA 87 ANOS 10 de Dezembro de 2021

SUPERVISÃO GERAL Adriana De Cunto (Chefe de Redação)

COORDENAÇÃO GERAL Patrícia Maria Alves

TEXTOS Pedro Marconi, Lúcio Flávio Moura e Janaína Ávila

FOTOS Gustavo Carneiro

EDIÇÃO IMPRESSA E MULTIMÍDIA TEXTOS E PESQUISA

TEXTOS Lúcio Flávio Moura, Janaína Ávila, Pedro Marconi (reportagem),

Patrícia Maria Alves, Celso Felizardo (edição) e Kenedy Oliveira (estagiário)

FOTOGRAFIA Gustavo Carneiro, Arquivos Pessoais;

**EDIÇÃO DE FOTOGRAFIA** Sergio Ranalli;

**ARTES** Gustavo Padial, Gabriel Paiva;

**ARTE DA CAPA** Cassio Onohara;

**DIAGRAMAÇÃO** Anderson Mazzeo, Luciano Silva e Gilberto Soares

**JOGO INTERATIVO – 87 ANOS**

**COORDENAÇÃO E PRODUÇÃO** Patricia Maria Alves

**TEXTOS** Patricia Maria Alves , Celso Felizardo

**PARTICIPAÇÃO ESPECIAL ARTES PLÁSTICAS** Cassio Onohara;

**SOCIAL MÍDIA** Ana Carla Dias;

**GERENTE COMERCIAL** Carlos Maistro;

**PARTICIPAÇÃO ESPECIAL** Matheus Cenali, Isaac Fontana, Luís Henrique

Bocão, Sérgio Oliveira, Édio Elias Gonçalves e o projeto A Rua Dança a

Cidade, Escola de Música Sol Maior, Roney Marczak, e os multi-

instrumentistas, Samuel Teodoro e Gonçalo Rebelato, Companhia NUA de

dança e artistas convidados, Carin Cássia Louro de Freitas, juntamente com

o Grupo VÃNH GA da Aldeia Água Branca (Goj Kupri)

**AGRADECIMENTOS ESPECIAIS**

Aos amigos e parceiros que direta ou indiretamente colaboraram para que esse projeto pudesse ser realizado.

**DEDICATÓRIA**

Esta obra é dedicada à todos os londrinenses que, resilientes, se preparam para a um novo ciclo.

**FOLHA** **ESPECI2**  
TRANSMÍC

Fonte: Folha de Londrina.

Nota-se que a quantidade de profissionais condiz com o pensamento de Ito (2019) e Tellería (2019) de que o desenvolvimento de uma narrativa jornalística transmidiática geralmente exige o envolvimento de vários profissionais. Com relação ao financiamento, não há indicações de parcerias ou patrocínios externos à organização. Ao se classificar o conteúdo, considerando os produtos planejados para comporem o especial, a narrativa apresentou uma participação de baixo envolvimento, expansão não linear, presença multiplataforma complementar, organização nuclear, linguagem adaptada, plataformas funcionais, experiência imersiva e contextualização profunda (ver Figura 22).

**Figura 22** - Classificação da narrativa Londrina 87 anos

<b>Participação</b> De baixo envolvimento	<b>Expansão</b> Não linear	<b>Presença multiplataforma</b> Complementar
<b>Organização</b> Nuclear	<b>Linguagem</b> Adaptada	<b>Funcionalidade da plataforma</b> Funcional
<b>Experiência</b> Imersiva	<b>Contextualização</b> Profunda	

Fonte: Elaboração própria.

A participação da audiência foi considerada de baixo envolvimento, pois, apesar da interação com os artistas durante as apresentações, não houve espaço para que os londrinenses fizessem intervenções na construção da narrativa. O espaço para danças, músicas e contos foi reservado apenas para os artistas convidados e junto à reportagem também não foram disponibilizados espaços para intervenções mais profundas da audiência. Explorar esse aspecto da transmidialidade e oferecer formas de participação que interfiram mais profundamente na narrativa é um grande desafio no desenvolvimento de narrativas transmidiáticas, sobretudo no contexto jornalístico. Como colocado por Canavilhas (2018), a necessidade dessa participação mais profunda ainda divide os pesquisadores, no entanto, é certo que a possibilidade de ajudar a criar uma narrativa pode fortalecer o sentimento de pertencimento do leitor, principalmente no contexto regional. Ademais, isso pode ser um fator empolgante para muitos leitores, impulsionando-os a consumir e divulgar as diferentes partes do universo narrativo.

Analisando o aspecto da expansão, observou-se que a narrativa se expandiu de forma não linear, o que é essencial no caso de um conteúdo transmidiático. Isso significa que as pessoas que participaram da caça ao tesouro não precisavam ter lido a reportagem e as pessoas que leram a reportagem não precisavam ter participado da caça ao tesouro. A compreensão das

pistas e da programação artística e cultural do jogo não dependia de informações contidas no texto veiculado, assim, mesmo quem não leu seu conteúdo aprendeu mais sobre Londrina, sobre as artes e esportes desenvolvidos na cidade e sobre os povos tradicionais que habitam a região e suas histórias. Por outro lado, quem leu somente a reportagem conheceu mais sobre a arquitetura da cidade, sobre o potencial da natureza ao seu redor e sobre seus museus e memoriais.

Entretanto, assim como acontece nas franquias transmidiáticas do entretenimento, o público que consome mais de uma parte acaba tendo uma experiência diferenciada. O consumidor que leu a reportagem e resolveu se aventurar pela caça ao tesouro passou pelos pontos turísticos e prédios da cidade notando aspectos de sua arquitetura e lembrando histórias contadas no texto, trajeto que pode ter sido ordinário para outros consumidores que não tinham as referências da primeira parte da narrativa, o que reforça a ideia de Pratten (2015) de que o todo traz mais satisfação que a soma das partes quando se trata do consumo de narrativas transmidiáticas.

A presença multiplataforma da narrativa foi considerada complementar, pois não houve repetição de informações na reportagem e no jogo, ambos ofereceram conhecimentos que se complementam, contribuindo para o mesmo universo narrativo, mas que não se repetem. A linguagem utilizada na reportagem e no jogo foi considerada adaptada a cada tipo de plataforma. A reportagem optou por uma narração com tom poético, mais próximo da literatura, seguindo a norma padrão da língua portuguesa, além de contar com recursos como vídeos, fotografias e imagens em 360°, todas essas características condizem com a construção do formato longform em ambiente digital. Já os artistas e indígenas que se apresentaram na caça ao tesouro utilizaram, além da linguagem e técnicas artísticas, uma linguagem coloquial, mais próxima daquilo que o público está acostumado no dia a dia, algo que é esperado nesse tipo de apresentação artística e cultural.

O caderno impresso, a versão digital e a caça ao tesouro foram todos classificados como plataformas funcionais para a expansão e distribuição do conteúdo. O caderno impresso contribuiu para a distribuição do conteúdo, segundo a Folha de Londrina, são 120 mil leitores diários da versão impressa. A caça ao tesouro contribuiu com a expansão da narrativa, que é imprescindível para que um conteúdo seja considerado transmidiático. Por fim, a versão digital foi o primeiro produto lançado e teve a função de distribuir o conteúdo para os leitores que não são adeptos do impresso, além de servir como ponto de acesso, o que permite a classificação do conteúdo como nuclear. Com relação à experiência do usuário e à contextualização, a narrativa proporciona ao público uma experiência imersiva, através de imagens em 360° e da

utilização de um jogo presencial e uma contextualização profunda do conteúdo, que trabalhou diferentes histórias, contextos sociais e aspectos da temática através de dimensões variadas.

## 6.2 Energia Limpa

O especial “Energia Limpa: o Ceará contribuindo para o futuro energético sustentável do planeta” conta com um caderno especial de 12 páginas, publicado em 31 de março de 2021; cinco matérias divulgadas no portal do veículo entre os dias 22 e 31 de março de 2021, cinco *lives* no YouTube que aconteceram entre os dias 22 e 26 de março de 2021; uma websérie com três episódios disponibilizados entre os dias 29 e 31 de março de 2021; 13 postagens no Facebook e uma página no portal o POVO, que reúne todos esses conteúdos e replica o texto do caderno especial, criada em 16 de março de 2021. Segundo a página do projeto<sup>59</sup>, a narrativa tem o objetivo de “sensibilizar formadores de opinião e sociedade sobre a importante contribuição do Ceará para o futuro energético do planeta”.

O projeto apresenta uma identidade visual marcada pelas cores azul e laranja, pelo logotipo “energia LIMPA” e pelo símbolo de uma folha envolta em um círculo formado por duas setas, que remete às ideias de natureza, ciclo e renovação (ver Figura 23). A estética dos produtos traz a impressão de que a narrativa foi construída com bastante zelo, planejamento e profissionalismo. Considerando que a qualidade é uma das características da transmidialidade, é possível afirmar que a narrativa conta com uma estética transmídia, que além de indicar ao leitor a qualidade do produto, possibilita a identificação das partes que pertencem ao universo narrativo criado.

**Figura 23** - Identidade visual do projeto



<sup>59</sup> Disponível em: <https://especiais.opovo.com.br/energialimpa#10070250>. Acesso em: 08 de abr.2022



Fonte: O POVO.

Ao se observar a página do projeto, nota-se que no canto superior direito há quatro ícones que possibilitam ao público o compartilhamento do conteúdo através das plataformas Facebook, Twitter e LinkedIn e do aplicativo WhatsApp. Além disso, é possível acessar um menu, que permite ao leitor navegar pelos conteúdos da página (ver Figura 24). Esses elementos estão disponíveis para o leitor apenas no início da página, ou seja, não são fixos e não acompanham a leitura com o rolar da página.

Figura 24 - Elementos iniciais da página com menu aberto



Fonte: O POVO

Em seguida, há o editorial da página, intitulado “Por que falar sobre energia limpa”, no qual o veículo discute a importância da geração de energia sustentável no estado do Ceará e a relevância de discutir o tema. Ao reafirmar seu compromisso com a discussão de temáticas relevantes para o desenvolvimento da região, o veículo reforça sua proximidade com a população local (ver Figura 25).

**Figura 25** - Exemplo de construções que demarcam proximidade

O Grupo de Comunicação **O POVO**, ciente do seu papel de contribuir com a discussão de temas relevantes para o desenvolvimento do Estado, propõe o projeto **“ENERGIA LIMPA: O Ceará na vanguarda da geração de energias renováveis”**. Um projeto que vai sensibilizar formadores de opinião e sociedade sobre a importante contribuição do Ceará para o futuro energético do planeta.

Fonte: O POVO.

Após o editorial, a página apresenta caminhos para que a audiência acesse as demais partes da narrativa, através de links para quatro dos publiceditoriais que compõem o projeto e da incorporação das *lives* e da websérie, que podem ser assistidas na própria página ou servirem como link para os vídeos no YouTube. A lista dos produtos é bem organizada e traz informações importantes para os leitores que desejam explorar as outras partes, como a data, o horário, a temática e os entrevistados das *lives* e da websérie (ver Figura 26).

**Figura 26** - Início da lista de conteúdos

### LEIA MAIS:

[O que são energias renováveis e como elas podem beneficiar o Ceará](#)

[Energia solar: quais os desafios e as oportunidades no Ceará?](#)

[Energia eólica: quais os desafios e as oportunidades no Ceará?](#)

[Com instalação de hub de hidrogênio verde, Ceará abre vantagem competitiva no setor de energias renováveis](#)

## Lives ao vivo

De 22 a 26 de março, sempre às 18 horas, a jornalista Adailma Mendes comanda lives sobre energia limpa. Confira a programação:

**22/3 - A relevância da geração de energia limpa para o futuro sustentável do planeta: o papel do Ceará**

Entrevistados: Jurandir Picanço e Alexandre Pinto



### 23/3 - Energia solar, capacidade instalada e potencial de crescimento no Ceará: desafios e oportunidades

Entrevistados: Joaquim Rolim e Luis Carlos Queiroz



Fonte: O POVO.

Depois da lista dos episódios da websérie, a página replica todo o texto do caderno especial e logo em seguida, apresenta um link para a versão digital do caderno, na qual o mesmo texto é apresentado de forma bem mais atrativa, acompanhado de fotografias, ilustrações e infográficos. Considerando a existência de uma versão impressa e uma versão digital do material, a reprodução do texto na página parece disfuncional, principalmente porque sua linguagem não foi adaptada para o ambiente digital. Em vez de serem adicionados links, vídeos e infográficos multimídia interativos, os elementos visuais presentes no caderno impresso e em sua versão digitalizada foram simplesmente retirados (ver Figura 27). Desse modo, o leitor que tiver entrado em contato primeiro com o texto da página pode ficar decepcionado ao finalizar sua leitura, clicar no link da versão digital do caderno, que vem logo em seguida, e se deparar com uma opção mais atraente do material que acabou de consumir.

**Figura 27** - Exemplo de organização das informações em cada plataforma



Fonte: O POVO.

Os últimos elementos da página são a declaração de que o projeto foi realizado pelo O POVO e teve o apoio do Governo do Estado do Ceará e o expediente. O apoio do governo, nesse caso, se apresenta como uma possível forma de viabilizar a construção desse tipo de narrativa, que pode ter gastos elevados por envolver o uso de dispositivos e tecnologias avançadas e a contratação de profissionais especializados na utilização de tais tecnologias. Ao se observar o expediente, nota-se que a construção da página foi feita exatamente por esse tipo de profissional. O projeto foi desenvolvido por um gestor de estratégia digital, uma *front-end*<sup>60</sup>, uma gerente de inovação/UX<sup>61</sup> e um designer. O fato da narrativa contar com profissionais

<sup>60</sup> “O desenvolvedor front-end é responsável pela experiência do usuário dentro de uma aplicação web. É ele quem vai desenhar e desenvolver as páginas com as quais, posteriormente, o usuário irá interagir. [...] Quem trabalha com front-end é responsável por desenvolver por meio do código uma interface gráfica e, normalmente, com as tecnologias base da web, como HTML, CSS e JavaScript”. Disponível em: <https://www.digitalhouse.com/br/blog/front-end-o-que-e-para-que-serve-e-como-aprender/>. Acesso em: 04 abr. 2022.

<sup>61</sup> “O conceito de UX, abreviação de *user experience* ou também experiência do usuário, é a estratégia a qual se aplica o estudo do comportamento do usuário. Tem como foco principal entregar um conteúdo da melhor

ligados às áreas de estratégia digital, inovação e experiência do usuário corrobora a ideia de Kneipp (2019) de que a narrativa jornalística transmidiática tende a explorar as possibilidades de comunicação próprias da sociedade pós-moderna.

Quanto à versão digital do caderno impresso, logo na capa há uma recomendação de conteúdo com o endereço da página do projeto. Apesar da página servir como ponto de acesso para todas as outras partes da narrativa, o caderno sinaliza apenas a existência das *lives* (ver Figura 28). Além do convite para assistir aos debates, há também um texto que fala sobre a importância do tema discutido na narrativa, convencendo o leitor de que questões que aparentam serem distantes e mais globais, como “energia limpa” e “sustentabilidade”, podem se mostrar relevantes também em nível local.

**Figura 28** - Capa do caderno especial



---

qualidade, garantir que seu consumo seja feito de forma agradável, intuitiva, e proporcionar a melhor experiência, despertando emoções positivas. O UX aborda diversas frentes e canais, desde um site ou aplicativo até produtos e pontos de venda, isso porque ele faz parte da rotina do usuário. No entanto, o termo se tornou muito popular no meio digital, onde a maior preocupação é entregar experiências a partir de um design agradável, organizado, intuitivo e responsivo para que a jornada e a interação pelo site seja mais fácil, prática e enriquecedora a ponto de induzir ao consumo.”. Disponível em: <https://www.linka.com.br/marketing-de-conteudo/ux-e-marketing-digital-qual-a-relacao>. Acesso: 04 abr. 2022.



Fonte: O POVO.

Na página dois do caderno há o expediente, com 14 profissionais pertencentes a diferentes áreas (ver Figura 29), essa abrangência de profissionais com distintas habilidades é algo que Ito (2019) e Tellería (2019) veem como condizente com a criação de narrativas jornalísticas transmidiáticas. Após o expediente, há a informação de que o projeto contou com o apoio do governo estadual. Nessa página também está localizado o editorial, nomeado de “Ceará de Vento e Sol”, que discute o cenário energético do estado do Ceará e suas potencialidades.

Figura 29 - Expediente e editorial do caderno

**CEARÁ DE VENTO E SOL**  
**editorial**

**EXPEDIENTE**

**O POVO**  
Presidente & Publisher: **LUCIANA DUMMAR** |  
Presidente-Executivo: **JOÃO DUMMAR NETO** |  
Diretores Executivos de Jornalismo: **ANA NADDAF**  
e **ÉRICK GUIMARÃES**

**ENERGIA LIMPA**  
Diretoria de Negócios e Marketing: **ALEXANDRE MEDINA NERÍ** | Concepção e Coordenação Geral: **VALÉRIA XAVIER** | Estratégia e Relacionamento: **ADRYANA JOCA** | Gestão Executiva de Projetos: **LELA PINHEIRO** | Gerente Geral do Labeta: **GIL DICELLI** | Edição: **PAULA LIMA** | Textos: **AMANDA ARAÚJO** e **ANA BEATRIZ CALDAS** | Projeto Gráfico: **RAPHAEL GÓES** | Design: **NATASHA LIMA** | Gerente de Marketing: **NATÉRCIA MELO** | Coordenação e Criação: **RENATA VIANA** | Analista de Projetos: **BETH LOPES** | Analista de Marketing: **DANDARA BATISTA**

O Ceará tem tudo o que qualquer lugar do mundo gostaria de ter em abundância para a geração de energias limpas. Há sol, vento e posição geográfica privilegiada em relação a muitos países. Com grande oferta de energias renováveis a baixo custo, como a eólica e a solar fotovoltaica, e tecnologia para produção e exportação de hidrogênio verde, o Brasil se destaca positivamente entre países que nem sempre têm disponibilidade para atender às demandas de transição energética, como o Japão, a Coreia do Sul e parte da Europa.

O Ceará já é um estado exportador de energia elétrica, lembra o coordenador do Núcleo de Energia da Federação das Indústrias do Ceará (Fiec), Joaquim Rolim. Em 2019, exportou 25,6% da energia elétrica gerada no Estado. “Se acrescentarmos as usinas em construção e outorgadas pela Aneel, com construção a iniciar, o Ceará terá, em um futuro próximo, 70% da sua matriz elétrica composta pelas renováveis fontes eólica e solar”, acrescenta ele.

A vantagem competitiva e impulsionadora de empregos e desenvolvimento socioeconômico de maneira geral será ainda maior com a instalação da usina de hidrogênio verde no Complexo do Pecém.

Nas páginas a seguir, você lê sobre o



Fonte: O POVO.

Em seguida, na página três, encontra-se o texto “O que são energias renováveis”, escrito por Ana Beatriz Caldas. A linguagem utilizada segue o padrão jornalístico de objetividade e as fontes consultadas foram chefes e líderes ligados ao setor da indústria energética do Ceará. Apesar de abordar um lugar conhecido pela audiência, o Ceará, não existem construções que aproximam consideravelmente o narrador do público, ou seja, o texto se coloca mais distante dos leitores. O único erro encontrado na parte escrita foi o uso de iniciais maiúsculas nas palavras “estado” e “país”, sem que o contexto permitisse tal uso. Junto à parte textual havia uma fotografia de aerogeradores e painéis fotovoltaicos, além de um infográfico indicando os principais tipos de energias renováveis. Os recursos utilizados atendem bem ao formato impresso, tornando o conteúdo mais leve e interessante. No entanto, a digitalização do caderno o coloca em um outro ambiente, com potencialidades próprias que poderiam ter sido exploradas, como a utilização de infografia multimídia e interativa, por exemplo.

O próximo texto, “A energia limpa no Ceará”, ocupa as páginas quatro e cinco e foi escrito por Amanda Araújo. A linguagem utilizada é objetiva e as fontes consultadas também foram chefes e líderes ligados ao setor da indústria energética do Ceará. Ao utilizar a construção “nosso futuro” para se referir ao futuro do Ceará, o narrador constrói uma relação de proximidade com o leitor, demonstrando que também faz parte do grupo de pessoas ligadas àquela terra. As informações sobre capacidade de geração de energia poderiam ter sido contextualizadas com exemplos, para que ficassem mais compreensíveis para o leitor leigo, o uso de um infográfico poderia beneficiar o entendimento da questão. O único erro encontrado na parte escrita foi o uso da palavra “país” com inicial maiúscula. Além do texto, havia uma fotografia de um aerogerador, cuja função era ilustrativa, e um convite para que o leitor acessasse o Atlas Eólico e Solar do Ceará. O endereço que levava ao conteúdo, entretanto, estava apenas transcrito no caderno, o ideal, para um conteúdo que se apresenta em ambiente digital e se alinha às formas de consumo nesse ambiente, seria que ele fosse um link para a página que contém o atlas.

Após esse texto, nas páginas seis, sete e oito, há outra matéria produzida pela jornalista Ana Beatriz Caldas, intitulada “Hub de hidrogênio verde irá acelerar desenvolvimento”. A linguagem do texto segue sendo objetiva e os personagens apresentados são funcionários do setor público e privado ligados à indústria energética. O texto promove o projeto de produção de hidrogênio verde que será implementado nos próximos anos pelo governo estadual. A primeira parte é mais voltada para o cenário mundial e nacional, enquanto os subtítulos “Ceará na vanguarda do setor de energias renováveis” e “Principais impactos socioeconômicos” aprofundam melhor a relevância e os impactos regionais, tonando a temática mais interessante para os cearenses à medida em que exploram o aspecto da proximidade. A utilização equivocada de inicial maiúscula na palavra “estado” se repetiu. Além da parte escrita, a matéria conta com uma imagem ilustrativa do Complexo do Pecém, onde será instalada a usina de hidrogênio verde, contudo, é preciso conhecer o lugar, deduzir pela temática ou pesquisar em um site de busca para confirmar que se trata realmente do Complexo do Pecém, pois a fotografia não tem legenda. Há também ainda um infográfico que auxilia o leitor a compreender as vantagens que o Ceará tem com relação à produção de hidrogênio verde.

O texto da página nove, que recebeu o título “Ceará liderando exportação de energia limpa”, é um artigo escrito pela secretária executiva da indústria da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Trabalho do Estado do Ceará, Roseane Medeiros. A linguagem utilizada é objetiva e o uso da primeira pessoa do plural aproxima o narrador da audiência. O artigo aborda com maior profundidade a história e os benefícios da produção de energia limpa na sociedade cearense e toca, sem desenvolver, na questão da problemática das hidrelétricas, que, mesmo se configurando como fontes de energia renováveis, apresentam impactos ambientais e sociais negativos. O uso da palavra “país” com inicial maiúscula se repete nessa parte também. Junto com a parte escrita há uma foto ilustrativa de aerogeradores.

O próximo texto, “O uso doméstico de energia limpa”, ocupa as páginas dez e 11 e foi escrito pela jornalista Amanda Araújo. A linguagem do texto é objetiva e algumas construções demonstram proximidade, como “no Eusébio” (ver Figura 30). Eusébio é um município conurbado com Fortaleza, provavelmente, apenas o leitor que conhece a região será capaz de entender prontamente essa informação, a escolha da construção “no Eusébio” comunica ao leitor que o narrador conhece bem a região da qual fala, que ele faz parte dela.

**Figura 30** - Construção que constrói uma relação de proximidade com o leitor

Breno Matias, 32, fez as contas e recentemente instalou sistema solar no terreno onde está a casa dele e mais duas casas de familiares, em Fortaleza. “Fui ao banco no ano passado, e as taxas de financiamento da linha de crédito para energia solar estavam bem atrativas. Fiz um projeto um pouco acima do consumo médio, porque tinha pretensão de aumentar, usar ar-condicionado, fogão elétrico, air fryer e outros equipamentos elétricos para conforto e saúde”, conta.

Agora, com a transição energética completa da fábrica no Eusébio, a empresa economiza em energia R\$ 40 mil por mês, segundo o gerente de Marketing da Pardal, Erikson Nascimento. “O projeto de energia solar era um dos grandes sonhos da Pardal. O projeto está alinhado com um dos maiores valores da Pardal, que é “Cuidar do Mundo em que Vivemos”. Temos muito orgulho de ser uma empresa cearense com o maior projeto em energia solar do Brasil no segmento de sorvetes e picolés”, afirma o gerente.

Fonte: O POVO.

O texto aborda a acessibilidade da energia solar no contexto doméstico e de pequenas empresas, discutindo mudanças nos preços do serviço, no perfil dos consumidores e expectativas para o futuro. Os personagens locais presentes na matéria são mais diversos. Além da parte escrita, há uma imagem de painéis fotovoltaicos instalados na sede da empresa cearense Pardal, mencionada na matéria. Há também um infográfico que demonstra os custos médios e os geradores corretos para a quantidade de consumo de pequenas empresas e casas. Na última página do caderno há apenas uma propaganda do projeto para produção de hidrogênio verde promovido pelo governo estadual (ver figura 31).

**Figura 31** - Página 12 do caderno especial

**Hub de Hidrogênio Verde do Ceará**

A energia do futuro passa por aqui.

O hidrogênio verde, combustível criado a partir da energia eólica e solar, ganha cada vez mais espaço no mundo por não emitir carbono. E o Ceará desponta com um projeto pioneiro no Brasil para a produção, distribuição e exportação dessa energia limpa. Além do potencial natural para geração de energias renováveis, nosso estado oferece infraestrutura diferenciada, mão de obra qualificada, incentivos fiscais e alta capacidade de produção, abrindo novos caminhos para um desenvolvimento econômico



Fonte: O POVO.

Quanto às cinco matérias divulgadas no portal do O POVO, todas receberam a indicação de que o conteúdo se tratava de um publiteditorial e era de responsabilidade do anunciante. O logotipo e o símbolo do projeto foram colocados no topo e no final de cada matéria e os cinco conteúdos receberam a assinatura do O POVO (ver Figura 32).

**Figura 32** - Elementos iniciais dos publitedoriais

[Início](#) > [Notícias](#) > [Especialpublicitario](#) > [Energia Limpa](#)

**energia LIMPA** 

## O que são energias renováveis e como elas podem beneficiar o Ceará

O POVO promove nesta segunda-feira, 22, uma live sobre a relevância do segmento para frear o aquecimento global e a produção de energia limpa no Estado

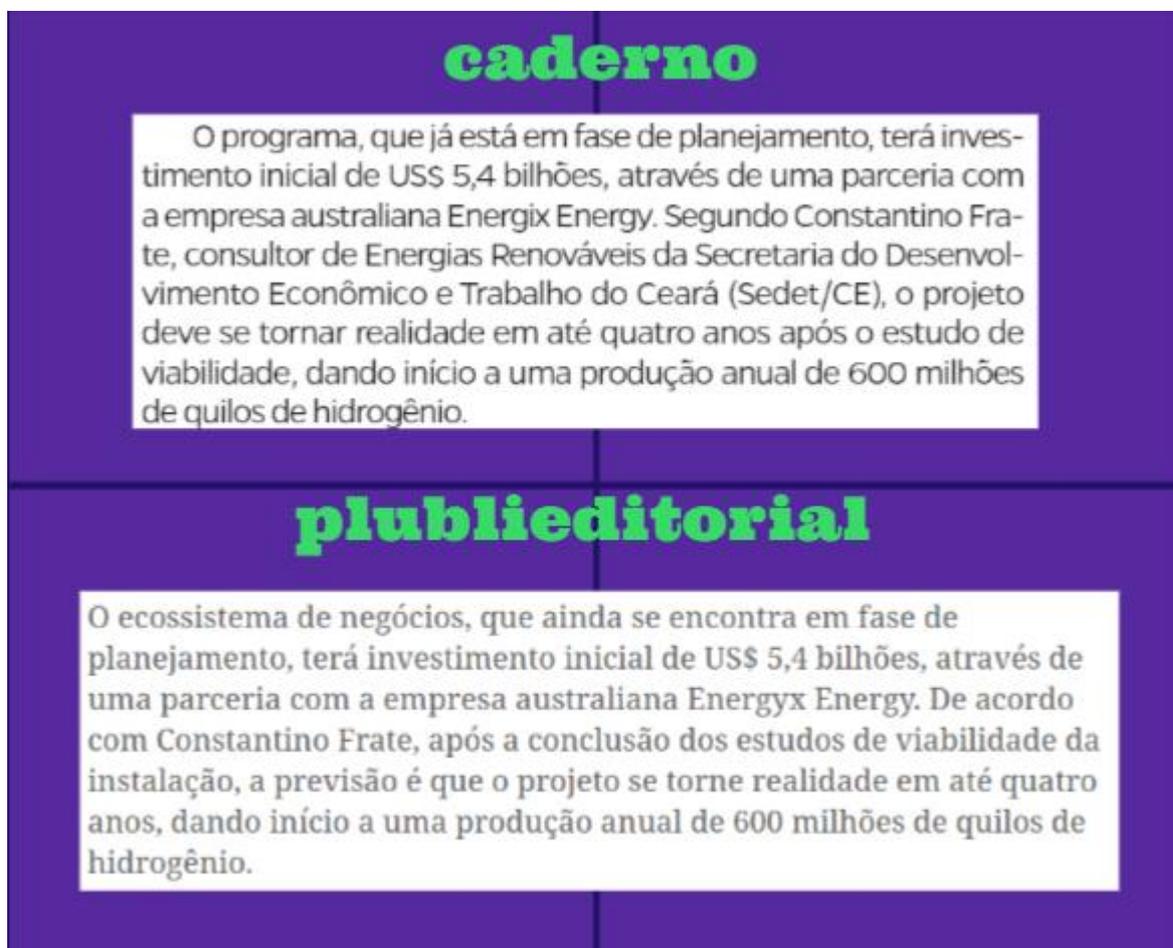
06:00 | Mar. 22, 2021 | Autor **O Povo** | Tipo **Publiteditorial**

Fonte: O POVO.

Os textos apresentam linguagem objetiva e estabelecem uma relação de proximidade com o leitor ao abordarem locais conhecidos pela audiência. As fontes utilizadas foram especialistas que também compuseram o quadro de personagens do caderno especial. Nota-se que o principal objetivo das matérias foi promover as *lives* que ocorreram no YouTube, essa divulgação começou já na linha fina de cada uma delas. Os textos trouxeram informações sobre

as temáticas discutidas, os entrevistados, o horário, as plataformas para acesso e a gratuidade das *lives*, além do link para acessar o conteúdo no Facebook e no YouTube. Todos os publieditoriais enfatizaram os benefícios da geração de energia limpa no Ceará, como a geração de emprego e renda para os trabalhadores cearenses. Apesar das matérias acrescentarem algumas informações novas à narrativa, boa parte do conteúdo é uma repetição do caderno especial (ver Figura 33). Além da parte escrita, cada publieditorial apresentou uma fotografia posicionada após o título e opções para compartilhar o conteúdo nas plataformas Facebook, Twitter, LinkedIn e WhatsApp.

**Figura 33** - Exemplo de informações que se repetem nas duas partes da narrativa



Fonte: O POVO.

A temática abordada em cada matéria se relaciona com a *live* divulgada em seu conteúdo. O primeiro publieditorial, “O que são energias renováveis e como elas podem beneficiar o Ceará”, foi publicado no dia 22 de março de 2021 e promoveu a *live* “A relevância da geração de energia limpa para o futuro sustentável do planeta: o papel do Ceará”, que aconteceu no mesmo dia. O segundo publieditorial, “Energia solar: quais os desafios e as

oportunidades no Ceará?”, foi publicado no dia 23 de março de 2021 e promoveu a *live* “Energia Solar, capacidade instalada e potencial de crescimento no Ceará”, que ocorreu também no dia 23 de março de 2021. O terceiro publieditorial, “Energia eólica: quais os desafios e as oportunidades no Ceará?”, foi publicado no dia 24 de março de 2021 e promoveu a *live* “Energia Eólica, capacidade instalada e potencial de crescimento para o Ceará”, transmitida no dia 24 de março de 2021. O quarto publieditorial, “Com instalação de hub de hidrogênio verde, Ceará abre vantagem competitiva no setor de energias renováveis”, foi publicado no dia 25 de março de 2021 e promoveu as *lives* “Hidrogênio verde: características, benefícios e projetos bem sucedidos no mundo”, que aconteceu no dia 25 de março de 2021 e “Hub de hidrogênio verde no Ceará: vantagens competitivas e impactos socioeconômicos”, que aconteceu no dia 26 de março de 2021. Por fim, o quinto publieditorial, “Confira hoje o caderno especial Energia Limpa sobre o potencial de energias renováveis do Ceará”, foi publicado no dia 31 de março de 2021 e promoveu as diferentes partes da narrativa criada pelo O POVO. A matéria apresenta um texto que reproduz o editorial do caderno especial e divulga formas de acesso à websérie e às *lives* que compõem a narrativa, disponibilizando links para a página do projeto e para o conteúdo no YouTube e no Facebook.

Com relação às *lives*, que ocorreram entre os dias 22 e 26 de março de 2021, todas foram mediadas pela jornalista Adailma Mendes e tiveram aproximadamente 1 hora de duração. A descrição de todos os vídeos continha o nome do projeto, o nome da *live* do dia, um link para a página do projeto e um link para a transmissão no Facebook. Apenas a *live* do dia 25 continha as hashtags “energialimpa”, “energiaeólica”, “hidrogenioverde”, “H2” e “nordeste” em sua descrição. A *live* “A relevância da geração de energia limpa para o futuro sustentável do planeta: o papel do Ceará”, transmitida no dia 22 de março de 2021, teve 37 likes e dois comentários. A *live* “Energia solar, capacidade instalada e potencial de crescimento no Ceará: desafios e oportunidades”, transmitida no dia 23 de março de 2021, teve 46 likes e não teve nenhum comentário. A *live* “Energia eólica, capacidade instalada e potencial de crescimento no Ceará: desafios e oportunidades”, transmitida no dia 24 de março de 2021, teve 26 likes e quatro comentários. A *live* “Hidrogênio verde: características, benefícios e projetos bem sucedidos no mundo”, transmitida no dia 25 de março de 2021, teve 67 likes e um comentário. A *live* “Hub de hidrogênio verde no Ceará: vantagens competitivas e impactos socioeconômicos”, transmitida no dia 26 de março de 2021, teve 55 likes e um comentário.

Ao todo foram convidados nove profissionais para discutir os assuntos, cinco deles foram personagens também do caderno especial e quatro eram fontes novas. As cores e elementos da identidade visual do projeto marcaram bastante as *lives*, concedendo uma estética

profissional aos vídeos. Um pouco antes do início de cada *live* foi exibida uma tela com o informe de que a transmissão começaria em breve (ver Figura 34).

**Figura 34** - Exemplo de aplicação da identidade visual da narrativa nas *lives*



Fonte: O POVO.

A vinheta de abertura das *lives* contém informações a respeito do nome, apoio e realização do projeto, além do título de cada live, sendo essa última a única informação que difere de uma vinheta para outra (ver Figura 35).

**Figura 35** - Vinheta de abertura de uma das *lives*



Fonte: O POVO.

No início de cada *live* a jornalista Adailma Mendes dá as boas-vindas ao público e apresenta informações como nome, realização e apoio do projeto, nome da *live*, o que foi discutido nas *lives* anteriores e o endereço da página para que o público busque mais informações. Além disso, a jornalista faz a apresentação do currículo dos convidados do dia, para depois iniciar a conversa. Apesar de abordarem a mesma temática e de repetirem algumas informações do caderno impresso, as *lives* proporcionam não só um maior aprofundamento e contextualização sobre os assuntos tratados, mas também uma nova gama de informações, até então inéditas. A linguagem adotada durante as transmissões foi coloquial, adequada para o formato das *lives*.

A mediação de Adailma Mendes trouxe equilíbrio para as discussões, a jornalista coordenou a alternância de falas entre os convidados e fez a seleção e leitura de comentários e perguntas da audiência ao vivo, incentivando a participação do público. Também houve comentários que questionaram impostos e questões políticas locais e nacionais envolvendo a geração de energias limpas e contribuíram para que a discussão se tornasse mais crítica, já que o foco da narrativa, em geral, estava voltado para os benefícios da produção desse tipo de energia. Observa-se que a participação do público abriu um pequeno espaço para o debate político dentro da narrativa. Esse tipo de intervenção proporcionada por ambientes como as mídias sociais é discutida por Teixeira (2020), que acredita que a utilização dessas plataformas abre espaço para o exercício da cidadania e da participação política, características que, segundo Terossi, Vicente e Souza (2018), marcam o jornalismo de proximidade.

Além disso, a leitura de comentários contribuiu para a presença de uma maior pluralidade de vozes nessa parte da narrativa, já que os convidados das *lives* foram apenas profissionais ligados à produção de energias limpas, mesmo que de diferentes seguimentos e contextos. Com a participação do público, um outro perfil de personagem foi adicionado à narrativa, o do consumidor cearense. Apesar disso, nota-se que a presença do ponto de vista do consumidor aparece de forma minimizada, apenas através de alguns poucos comentários durante as *lives*.

Outra estratégia de proximidade observada durante as *lives* foi a utilização de construções sobre o Ceará e o povo cearense que aproximavam o narrador do contexto da audiência como “ aqui no interior (do Ceará)”, “nós (do Ceará) temos um povo que é muito empreendedor”, “nós (cearenses) exportamos energia”, “aqui no Ceará” e “nossos talentos (talentos cearenses)”. Ademais, durante as *lives* foram citados locais, personalidades, empresas e pesquisas da região do Ceará.

Alguns problemas comuns ao formato de *live* estavam presentes nos vídeos, como barulhos esporádicos de telefone tocando, cachorro latindo e buzina de veículos, falas interrompidas por falha na conexão de internet do entrevistado, resolução baixa da imagem dos entrevistados e falta de estabilidade na imagem de um dos entrevistados, que durou por um breve momento. Como os ruídos não perduraram por grandes instantes e considerando que esse tipo de problema é bastante comum durante a transmissão de *lives*, os impactos na percepção de qualidade do produto provavelmente foram mínimos.

A presença da faixa laranja, que alternava informações como o nome da *live* e o cargo dos profissionais, foi um elemento importante para organizar a narrativa e indicar ao público quem estava falando em cada momento. Havia também elementos fixos exibidos na tela. No canto superior esquerdo ficava o logotipo e o símbolo do projeto e no canto superior direito, o endereço da página do projeto. Na parte inferior havia uma faixa com as informações de apoio e realização do projeto e no canto direito inferior ficava um link para o perfil do O POVO no YouTube. O plano de fundo dos vídeos era composto por uma imagem que representava a produção de hidrogênio, energia eólica e energia solar (ver Figura 36). A

**Figura 36** - Elementos fixos das *lives*



Fonte: O POVO.

Ao final das *lives* a jornalista Adailma Mendes agradece a participação de cada convidado e divulga a página do projeto e a próxima live. Em sequência, apresenta-se o vídeo

de encerramento com um extenso expediente, sendo nove dos profissionais elencados ligados diretamente à produção das *lives* e os outros 11 ligados à produção do projeto de forma geral (ver Figura 37).

**Figura 37** - vídeo de encerramento das *lives*



Fonte: O POVO.

Com relação à websérie, lançada na plataforma YouTube entre 29 e 31 de março de 2021, cada episódio tem aproximadamente cinco minutos e apresenta a temática proposta sob o olhar de um personagem. A descrição dos vídeos apresenta links para a página do projeto, o portal e as mídias sociais do veículo. A abertura e o encerramento utilizados nas webseries são os mesmos das *lives* e as imagens têm alta qualidade. Quanto às estratégias de proximidade, além da temática e dos personagens locais, observa-se a presença de construções como “nosso estado”, que aproximam narrador e audiência. As fontes dos três episódios já haviam aparecido em outras partes da narrativa, como as *lives* ou o caderno especial.

O primeiro episódio, “Energia Limpa e sua relevância para o futuro sustentável do planeta”, apresenta a perspectiva do empresário de energias renováveis Lauro Fiúza sobre o assunto e teve 32 likes e nenhum comentário. O segundo episódio, “A contribuição atual das energias renováveis na matriz energética do Estado”, apresenta os argumentos do advogado especialista em energias renováveis Bernardo Santana e teve 37 likes e um comentário. Por fim, o terceiro episódio, “Hidrogênio Verde: o Ceará na vanguarda da geração de energia limpa do planeta”, mostra a visão do Consultor Executivo da SEDET<sup>62</sup> Constantino Frate sobre o tema e teve 495 likes e 26 comentários.

<sup>62</sup> Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Trabalho do Estado do Ceará

Dall’Agnese (2019) considera a serialidade em narrativas transmidiáticas, presente nas *lives* e na websérie do projeto, uma característica que incentiva o engajamento do público. Além disso, foram observados outros elementos que contribuem para o engajamento, como a exploração de diferentes formatos, o uso de hashtags, a utilização de plataformas variadas, a presença de links e a divulgação de diversos pontos de acesso à narrativa. A oferta de um conteúdo mais dinâmico, que pode ser consumido com rapidez pela audiência, é importante para atrair a atenção de um público que, pelo menos a princípio, não esteja disposto a fazer longas leituras ou acompanhar discussões que duram uma hora. Desse modo, mesmo não expandindo significativamente a narrativa, já que muitas informações dos episódios já foram abordadas em outras partes do projeto, a websérie justifica sua existência por sua relevância na distribuição, representando um formato que pode ser mais chamativo para uma parte da audiência.

No que diz respeito ao conteúdo disponibilizado na plataforma Facebook, ao todo foram publicadas 13 postagens que divulgam várias partes do projeto transmídia. Os episódios da websérie foram disponibilizados tanto no YouTube quanto no Facebook e todas as *lives* foram transmitidas ao mesmo tempo nas duas plataformas. Com exceção da postagem de transmissão da quarta live, que ocorreu no dia 25 de março de 2021, todas as postagens de transmissão das *lives* no Facebook ofereceram ao público links para acompanhar a discussão pelo YouTube e pela página do projeto, onde os vídeos do YouTube foram incorporados.

No dia 22 de março de 2021 foram feitas duas postagens sobre a narrativa Energia Limpa. A primeira, que recebeu a hashtag “Publi”, continha um link para a matéria de divulgação da *live* do dia 22 de março e teve 226 reações, 12 comentários e 20 compartilhamentos. A segunda postagem continha a transmissão da *live* e teve 96 reações, 12 comentários e cinco compartilhamentos. No dia 23 de março de 2021 foram publicadas mais três postagens sobre o projeto. A primeira utilizou a hashtag “Publi” e apresentou um link para a matéria que divulga a *live* do dia 23 de março. A segunda apresentou um card de divulgação da *live* do 23 de março e um link para a página do projeto. A terceira publicação foi a transmissão da *live*. A primeira postagem teve 208 reações, 18 comentários e 27 compartilhamentos. A segunda postagem teve cinco reações, não recebeu comentários e não foi compartilhada. A terceira postagem teve 84 reações, oito comentários e cinco compartilhamentos.

Nos dias 24, 25 e 26 de março de 2021 foram publicadas apenas as postagens de transmissão das *lives* que ocorreram em cada dia. A postagem do dia 24 de março recebeu as hashtags “energialimpa”, “energiaeólica”, “hidrogênioverde”, “H2” e “nordeste” e teve 79

reações, dez comentários e três compartilhamentos. A postagem do dia 25 de março recebeu 80 reações, 29 comentários e 11 compartilhamentos e a postagem do dia 26 de março recebeu 85 reações, quatro comentários e dois compartilhamentos. No dia 29 de março de 2021 foram feitas duas postagens. A primeira apresentou um link para a página do projeto e um card de divulgação da narrativa, citando o caderno impresso, a websérie, a página e as matérias (ver Figura 38), essa postagem teve seis reações, cinco comentários e não foi compartilhada. A segunda postagem apresentou o primeiro episódio da websérie, um link para a página do projeto e a hashtag “Publi”, a publicação teve 25 reações, nenhum comentário e cinco compartilhamentos.

**Figura 38** - Card de divulgação da narrativa

**OP** O POVO ✓  
29 de março de 2021 · 🌐

Descubra as fontes que geram a esperança de um futuro melhor para o planeta através da série de conteúdos nas plataformas digitais e impressa do O POVO, que apresenta os impactos do uso de fontes de energias renováveis na preservação do meio ambiente e o papel de destaque do Ceará.

Saiba mais em  
[especiais.opovo.com.br/energialimpa](https://especiais.opovo.com.br/energialimpa)

**energia LIMPA**

**Caderno especial**  
dia 31 de Março  
no Jornal O POVO

**E MAIS**

- + Matérias no O POVO Online
- + Websérie com 3 episódios

**O Ceará contribuindo para o futuro energético sustentável do planeta.**

SAIBA MAIS EM:  
[ESPECIAIS.OPOVO.COM.BR/ENERGIALIMPA](https://especiais.opovo.com.br/energialimpa)

REALIZAÇÃO **OPOVO** APOIO **GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ**

6  
5 comentários

Fonte: O POVO.

No dia 30 de março de 2021 foi publicado o vídeo do segundo episódio da websérie, com um link para a página do projeto e a hashtag “Publi”, a postagem teve 31 reações, nenhum comentário e seis compartilhamentos. Por fim, no dia 31 de março de 2021 foram publicadas duas postagens sobre a narrativa. A primeira apresentou um link para a matéria de divulgação do caderno especial e a hashtag “Publi”, a postagem teve 274 reações, 47 comentários e 44 compartilhamentos. A segunda postagem apresentou o terceiro episódio da websérie, um link para a página do projeto e a hashtag “Publi”, a publicação teve 32 reações, um comentário e cinco compartilhamentos.

Ao se classificar o conteúdo, considerando os produtos planejados para comporem o especial, a narrativa apresentou participação de baixo envolvimento, expansão não linear, presença multiplataforma complementar, organização nuclear, linguagem adaptada, plataformas funcionais, experiência não imersiva e contextualização rasa (ver Figura 39).

**Figura 39** - Classificação da narrativa Energia Limpa

<b>Participação</b> De baixo envolvimento	<b>Expansão</b> Não linear	<b>Presença multiplataforma</b> Complementar
<b>Organização</b> Nuclear	<b>Linguagem</b> Adaptada	<b>Funcionalidade da plataforma</b> Funcional
<b>Experiência</b> Não imersiva	<b>Contextualização</b> Rasa	

Fonte: Elaboração própria.

A participação da audiência foi considerada de baixo envolvimento por se dar por meio de comentários, reações e compartilhamentos em mídias sociais. A expansão da narrativa

ocorreu de forma não linear, de modo que o consumo das diferentes partes pode ser feito de forma independente, sem prejuízo à compreensão das informações e do contexto por trás delas. Por mais que cada parte ofereça níveis de aprofundamento diferentes, nenhuma delas exige conhecimento prévio de outra parte.

Com relação à presença multiplataforma, essa foi considerada complementar, visto que apesar de apresentar conteúdos que apenas repetiam informações de outras partes, como as postagens do Facebook, os episódios da websérie e os publieditoriais, a narrativa apresenta conteúdos como o caderno especial e as *lives*, que se complementam, sem repetirem a maior parte das informações um do outro. A organização da narrativa foi classificada como nuclear, considerando que a página do projeto reunia e servia como ponto de acesso aos demais conteúdos. A linguagem da narrativa foi considerada adaptada na maior parte dos conteúdos, a única exceção foi a versão digital do caderno impresso, na qual foi observada a ausência de elementos próprios do ambiente digital, como links, vídeos e infográficos multimídia interativos.

Quanto à funcionalidade das plataformas, todas foram consideradas funcionais. As matérias, as postagens no Facebook e a websérie serviram para distribuir o conteúdo para públicos com perfis diversos. A página cumpriu o papel de reunir e organizar as diferentes partes para que o leitor tivesse noção da narrativa de forma ampla e pudesse ter acesso a todos os conteúdos por meio de um único canal. As *lives* e o caderno impresso discutiram e aprofundaram a temática. Entretanto, observa-se que a repetição do conteúdo do caderno na página foi considerada desnecessária diante da existência de uma versão digital do caderno especial e considerando que o conteúdo não foi adaptado para o ambiente digital. Apesar disso, a página foi considerada como uma plataforma funcional pelo desenvolvimento das funções citadas anteriormente.

A experiência do usuário foi classificada como não imersiva, por não apresentar elementos que explorassem a imersividade. Apesar de não ser uma característica obrigatória para a construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas, a imersividade é relevante nesse contexto, pois a narrativa transmídia é um tipo de narrativa complexa e, como pontua Longhi (2020), a imersão colabora com a complexidade das narrativas. A incorporação de novas técnicas e tecnologias às narrativas transmidiáticas é considerada importante não só por Longhi (2020), mas também por Lemos (2020), que acredita que a estética complexa pressupõe um encantamento por parte do público com relação às técnicas e tecnologias utilizadas nas narrativas.

A contextualização da temática foi considerada rasa, pois o aprofundamento da temática se deu apenas através da exploração de seus aspectos positivos, provavelmente em razão do apoio do governo local. Esse fato irritou boa parte dos consumidores da narrativa, que se manifestaram por meio de comentários nas postagens do Facebook (ver Figura 40).

**Figura 40** - Exemplo de comentários nas postagens do Facebook



Fonte: O POVO.

Ao apresentar de forma pouco consistente o ponto de vista dos consumidores de energia limpa e das demais populações impactadas por sua produção, deixando de explorar os impactos sociais e ambientais negativos que envolvem a temática, o projeto se afasta da ideia de pluralidade que Dall’Agnese, Barichello e Belochio (2018) associam à narrativa jornalística transmidiática e Dornelles (2010) associa ao jornalismo de proximidade. A pluralidade de personagens e pontos de vista e o desenvolvimento de narrativas mais densas e profundas são colocados por Abib (2020) entre as principais potencialidades para as narrativas jornalísticas complexas desenvolvidas em ambiente digital.

### 6.3 Nativas Digitais

O projeto Nativas Digitais conta com um site próprio e perfis no YouTube, Instagram, Twitter e Facebook. De acordo com informações das plataformas, o perfil no Youtube tem 85 vídeos, 597 inscritos e 37.027 visualizações; o perfil no Instagram tem 278 postagens e 1.329 seguidores; a página do Facebook tem 386 curtidas e 421 seguidores e o perfil no Twitter tem 33 tweets e 13 seguidores. Os últimos conteúdos postados em todas as mídias sociais são de outubro de 2021, com exceção do Twitter, cuja última postagem foi feita em outubro de 2020, dessa forma, a plataforma não contém nenhuma publicação sobre a última espécie abordada na primeira temporada do projeto, o buriti. Em todos os conteúdos é possível perceber a identidade visual do projeto, composta pelas cores branco, marrom e verde, pelo logotipo “nativas digitais” e pelo símbolo formado pela letra “n” coroadada com folhas (ver Figura 41).

**Figura 41** - Identidade visual da narrativa Nativas Digitais





Fonte: Nativas Digitais.

O site criado para organizar o conteúdo da série conta com três abas: sobre nós, espécies e contato. Na aba “sobre nós” há o expediente e um texto que explica a ideia do projeto. A aba “espécies” é um menu que dá acesso a conteúdos individualizados sobre cada uma das doze espécies tratadas na primeira temporada e a aba “contato” disponibiliza o e-mail para contato do projeto. No canto superior direito e na parte central inferior, o site exibe links para os perfis criados no YouTube, no Instagram, no Twitter e no Facebook. Além disso há um menu fixo na lateral direita da página com uma vasta gama de opções de acessibilidade, incluindo leitura amigável para pessoas com dislexia e tradução e interpretação em libras (ver Figura 42).

Figura 42 - Elementos do site



## O que é Nativas Digitais?



Nativas Digitais é um projeto desenvolvido pela Universidade Estadual do Tocantins – Unitins, e apoiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq.

O projeto parte da premissa de que é preciso “conhecer para preservar”. Busca estreitar as relações entre a comunidade e a flora nativa; entre o ser humano e a natureza, tão importantes e necessárias para a preservação da biodiversidade local e da vida no planeta. Com viés transdisciplinar e transmidiático, o projeto é realizado por profissionais de Comunicação, Educação e Tecnologias, que assumiram o desafio de mostrar espécies do Cerrado, em um formato voltado para o atual cenário multimídia. Diferentes conteúdos para diferentes mídias, possibilitando chegar a distintos públicos. Permite olhar, de uma forma diferente, espécies da flora nativa presentes no espaço urbano de Palmas, capital do Tocantins. Uma cidade planejada e construída no centro do país, em meio ao Cerrado, bioma que ocupa 91% do Estado.

A série abre sua primeira temporada com a encantadora e marcante **Fava de Bolota**, árvore símbolo do Tocantins. Outras onze espécies compõem a primeira edição: O **Ipê amarelo**, o **Jatobá**, o **Murici**, o **Pequi**, o **Babaçu**, a **Bacaba**, o **Puçá**, o **Baru**, a **Sucupira**, o **Cajú** e o **Buriti**. As características, propriedades, usos e histórias relacionadas à cada espécie dão vida às narrativas, construídas a partir da soma dos saberes popular e científico.



## EQUIPE RESPONSÁVEL

**Coordenação do Projeto:** Gizeli Bertollo

**Pesquisa:** Gizeli Bertollo, Gleydsson Nunes, Meire Luce de Sá, Rosiane Jerônimo, Tati Klebis.

**Roteiros TV:** Gizeli Bertollo

**Roteiros WEB:** Gizeli Bertollo e Tati Klebis

**Roteiros Rádio:** Gizeli Bertollo e Gleydsson Nunes

**Produção TV e WEB:** Gizeli Bertollo e Rosiane Jerônimo

**Produção Rádio:** Gizeli Bertollo, Gleydsson Nunes e Meire Luce de Sá

**Apresentadores Rádio:** Diomar Naves e Tina Santos

**Gestão e alimentação das Redes Sociais:** Gizeli Bertollo

**Alimentação do Site:** Gizeli Bertollo e Meire Luce de Sá

**Direção de Imagens:** Rosiane Jerônimo

**Imagens e drone:** Alécio Moreira e Inácio Oliveira

**Edição, design e animação gráfica:** Jônatas Amorim

**Locução:** Renilson Barros e Tati Klebis

**Revisão de conteúdos:** Eduardo Ribeiro e Gizeli Bertollo

**Desenvolvimento do Portal web:** Darlene Castro, John Helder e equipe DTI Unitins.

**Desenvolvimento do Aplicativo Realidade Aumentada:** Gustavo Macedo Rodrigues, Silvano Malfatti e Vinícius Vicco



© 2020-2021 Nativas Digitais Todos os direitos reservados

DESENVOLVIDO PELA DTI UNITINS - DIRETORIA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Fonte: Nativas Digitais.

O expediente da narrativa conta com 17 profissionais ao todo, fora os profissionais da equipe de DTI da Unitins que não foram citados individualmente, ou seja, a narrativa também seguiu o padrão de expediente extenso que envolve habilidades de diversas áreas. A presença de profissionais ligados ao desenvolvimento de aplicativo de realidade aumentada, portal web, animação gráfica e captura de imagens de drone reforça a ideia de Kneipp (2019) de que aproveitar as tendências tecnológicas atuais é uma forte potencialidade da narrativa jornalística transmidiática. O conteúdo sobre o buriti disponibilizado no site traz um texto com informações e curiosidades sobre o buriti e uma imagem de seus frutos. O texto carrega um tom levemente poético, faz referências a outras partes da narrativa e convida o leitor a conhecer mais sobre o buriti através dos demais conteúdos disponíveis nas mídias sociais do projeto. A Unitins e o professor Francisco Dimitri, citados no texto, marcam uma presença tímida de lugares e personagens locais (ver Figura 43).

**Figura 43** – Conteúdo sobre o buriti no site



**NATIVAS DIGITAIS**

SOBRE NÓS ESPÉCIES ▾ CONTATO

Buriti

**INFORMAÇÕES TÉCNICAS**

**Nome popular:** Buriti

**Nome científico:** *Mauritia flexuosa* L.f.

**Família botânica:** Arecaceae

**Floração:** Julho a setembro

**Frutificação:** Setembro a março

O Buriti é a palmeira símbolo das verdejantes veredas que embelezam o Cerrado e sinalizam a existência de água. Nasce sempre à beira de córregos, rios e nascentes, o que explica o ditado popular “onde tem buriti, tem água”.

A espécie tem ampla distribuição em toda a América do Sul e Central. No Brasil é encontrada em todas as regiões, mas com maior incidência na região central do país. É a planta símbolo da capital brasileira e dá nome ao Palácio do Governo do Distrito Federal, inaugurado em 1969.

Do Buriti tudo se aproveita. Suas enormes folhas e talos são usados na cobertura de casas, em cercas, paredes, na confecção de peças de uso doméstico e no setor de artesanato. Seu tronco é usado como estacas e seu palmito como alimento. Seu fruto amarelo ouro, é consumido puro, ou em forma de sucos e doces. Da polpa e também da semente são extraídos o famoso óleo de Buriti, usado há milhares de anos pelos povos tradicionais, para combater problemas respiratórios e como cicatrizante para feridas e picadas de cobras e insetos.

Nas últimas décadas o óleo de Buriti ganhou espaço no setor de cosméticos, principalmente na produção de cremes hidratantes, shampoos e sabonetes. Atentos às suas propriedades, pesquisadores do curso de Enfermagem da Unitins estão desenvolvendo um sérum a base do óleo de Buriti, voltado para a pele delicada de idosos. Os detalhes desse estudo estão em nosso podcast, na entrevista com Francisco Dimitri, um dos professores responsáveis pela pesquisa.

Não é por acaso que o Buriti é considerado uma Árvore da Vida. A espécie além de proteger as nascentes, alimenta o ser humano e os animais, fornece abrigo e renda para muitas famílias que vivem na área rural. Preservar os buritizais é garantir o equilíbrio de toda a biodiversidade local.

Para conhecer mais sobre o Buriti, assista os vídeos e ouça os podcasts! Todos os conteúdos audiovisuais do Nativas Digitais estão disponíveis em nossas redes sociais e em nosso canal do YouTube.



© 2020-2021 Nativas Digitais Todos os direitos reservados

DESENVOLVIDO PELA DTI UNITINS - DIRETORIA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Fonte: Nativas Digitais.

De acordo com o site do projeto, os vídeos veiculados na Unitins TV e os episódios de podcast veiculados pela Unitins FM foram disponibilizados nas mídias sociais do projeto. Quanto ao conteúdo no YouTube, o primeiro vídeo, que recebeu o título “Buriti, árvore da

vida!”, tem dois minutos e 21 segundos, apresenta imagens e narração com boa qualidade, além de trazer informações novas e alguns lugares e personagens familiares ao povo tocantinense, como um violeiro tocando uma viola de buriti, uma artesã de capim dourado no Jalapão e o professor da Unitins Francisco Dimitri. Há também tradução e interpretação em libras e uma legenda na descrição do vídeo comentando do que se trata o conteúdo. Os comentários estão desativados e a publicação conta com 85 visualizações e oito likes. A identidade do projeto se faz presente através do logotipo que aparece no início do vídeo e na marca d’água no canto superior da tela. Ao final, o narrador convida o público para conhecer mais sobre o buriti acompanhando a rádio Unitins FM, o site e as mídias sociais do projeto, cujos endereços e nomes de perfis aparecem na tela. As imagens apresentadas por último trazem a logo da Unitins, do CNPq e do Governo do Tocantins.

O segundo vídeo, que recebeu o título “Curiosidades do Buriti”, tem um minuto de duração, apresenta imagens, animações e narração com boa qualidade e curiosidades inéditas com relação ao conteúdo do site. Não há tradução e interpretação em libras nem legenda na descrição do vídeo. Os comentários estão desativados e a publicação conta com 41 visualizações e sete likes. A identidade do projeto se faz presente através do logotipo que aparece no início e no final do vídeo. Ao final, o narrador convida o público para conhecer mais sobre o buriti através do site do projeto. Na tela final encontram-se o endereço do site, o nome dos perfis criados no YouTube, Facebook, Instagram e Twitter e os símbolos e logotipos da Unitins FM, da TVE Tocantins (atualmente Unitins TV), do CNPq, do Governo do Tocantins e da Unitins.

O terceiro vídeo, que recebeu o título “Óleo de Buriti”, tem dois minutos e seis segundos de duração e apresenta imagens e narração com boa qualidade. A narrativa mostra o processo de produção caseiro do óleo de buriti. A narradora e personagem principal é Maria Batista, uma mulher simples com um jeito de falar que carrega marcas de coloquialidade familiares aos tocantinenses do interior. Ao valorizar os saberes da comunidade local, a narrativa atende às características e estratégias do jornalismo de proximidade e da narrativa jornalística transmidiática. Becker (2012) diz que ao dar visibilidade a uma comunidade, o jornalismo local estabelece uma relação de confiança e proximidade com seu público, enquanto Tellería (2019) defende que dar visibilidade e estabelecer uma relação de confiança com uma comunidade são preceitos que estão inclusos nos valores transmídia. A legenda na descrição do vídeo comenta do que se trata seu conteúdo. Os comentários estão desativados e a publicação conta com 2 mil visualizações e 84 likes. A identidade do projeto se faz presente através do logotipo que aparece no final do vídeo, juntamente com o endereço do site, o nome dos perfis criados no YouTube,

Facebook, Instagram e Twitter e os símbolos e logotipos da Unitins FM, da TVE Tocantins (atualmente Unitins TV), do CNPq, do Governo do Tocantins e da Unitins.

Com relação ao conteúdo do Instagram, entre as 25 postagens sobre o buriti, encontram-se podcasts veiculados na Unitins FM, vídeos publicados no YouTube e veiculados pela Unitins TV e também conteúdos inéditos. As publicações foram feitas entre 15 de junho de 2021 e 22 de outubro de 2021. Nenhum dos vídeos e episódios de podcast presentes na plataforma tem duração superior a cinco minutos. As imagens, ilustrações, vídeos e áudios postados apresentam boa qualidade. Entre os materiais inéditos estão vídeos exibindo a produção da viola de buriti, do doce de buriti e de artesanatos feitos com o tronco seco da planta. Os conteúdos divulgados valorizam os saberes tradicionais a respeito da planta e dão visibilidade à comunidade que trabalha com as diversas partes do buriti para produzir diferentes produtos.

Os personagens que compõem essa parte da narrativa são cidadãos locais que representam áreas como arte, culinária e medicina tradicional, além da área acadêmica. As publicações não só trazem personagens e lugares conhecidos da região, mas também apresentam construções que aproximam a audiência do narrador e despertam orgulho da identidade local, tais como “os povos do cerrado”. A utilização de hashtags nas postagens, a construção de um conteúdo seriado e a utilização de links, como o link para o site do projeto localizado na descrição do perfil do Instagram, configuram estratégias que ajudam a interligar as partes da narrativa. Além disso, o fato da narrativa contar com diferentes pontos de acesso e possuir uma identidade visual também ajudam o público a identificar e consumir os diferentes conteúdos.

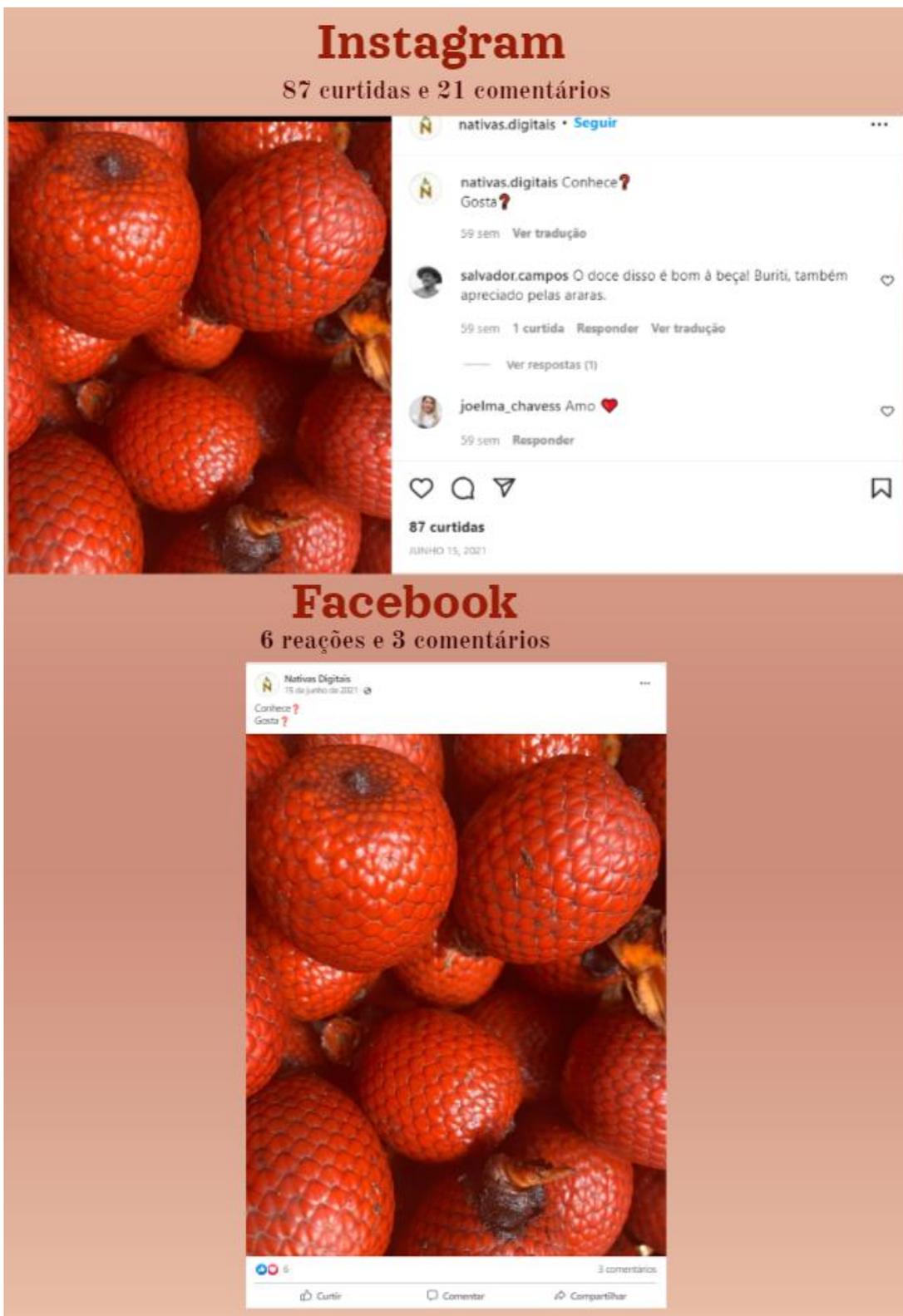
As únicas plataformas que permitem comentários em suas publicações sobre o buriti são o Instagram e o Facebook. Entretanto, as 23 postagens sobre a planta no Facebook reproduzem exatamente o mesmo conteúdo do Instagram. De acordo com o site CanalTech<sup>63</sup>, enquanto o Instagram tem mais afinidade com conteúdos visuais, curtos, humanizados e mais próximos do público, o Facebook é um ambiente que privilegia conteúdos textuais, vídeos longos e discussões que provoquem reflexões. Nota-se que, apesar do Facebook permitir a incorporação de links no feed, nenhum link foi adicionado, pois o conteúdo foi mantido exatamente igual ao do Instagram, que não permite a incorporação de links. Além disso, o material reproduzido trata-se justamente de um conteúdo mais visual, curto e humanizado, buscando proximidade com seu público. A falta de compatibilidade do conteúdo com a plataforma Facebook pode

---

<sup>63</sup> Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/facebook-vs-instagram-qual-a-melhor-rede-social-para-as-empresas-144647/>. Acesso em: 23 jun, 2022.

explicar porque as 25 postagens no Instagram receberam um total de 148 comentários e as 23 postagens repetidas no Facebook receberam apenas nove comentários (ver Figura 44).

**Figura 44** - Exemplo de participação do público no Instagram e no Facebook



Fonte: Nativas Digitais.

No que diz respeito à sua classificação, a narrativa apresenta participação de baixo envolvimento, expansão não linear, presença multiplataforma complementar, organização nuclear, linguagem adaptada, plataformas funcionais, experiência não imersiva e contextualização rasa (ver Figura 45).

**Figura 45** - Classificação da narrativa Nativas Digitais

<b>Participação</b> De baixo envolvimento	<b>Expansão</b> Não linear	<b>Presença multiplataforma</b> Complementar
<b>Organização</b> Nuclear	<b>Linguagem</b> Adaptada	<b>Funcionalidade da plataforma</b> Funcional
<b>Experiência</b> Não imersiva	<b>Contextualização</b> Rasa	

Fonte: Elaboração Própria.

A participação da audiência foi considerada de baixo envolvimento por ter acontecido através de comentários, reações e compartilhamentos em mídias sociais, não foi identificado nenhum espaço para o envio de materiais do público que pudessem compor a reportagem. A expansão da narrativa ocorreu de forma não linear, já que o consumo das partes que integram o projeto pode ser feito de forma independente, sem que a compreensão das informações seja prejudicada. A presença multiplataforma foi considerada complementar, pois, apesar de apresentar conteúdos repetitivos, como o conteúdo do Facebook, havia a presença de conteúdos inéditos no site e no Instagram, por exemplo. A organização da narrativa foi identificada como nuclear, pois o site do projeto serviu como ponto de acesso às outras partes da narrativa,

disponibilizando links para as mídias sociais, que, segundo o próprio site, continham todo o conteúdo produzido para a série.

A linguagem da narrativa foi considerada, de forma geral, adaptada, visto que os conteúdos do Instagram e do YouTube apresentaram linguagens adequadas às plataformas. Considerando que formatos mais curtos e dinâmicos também se adaptam bem ao rádio e à TV, a reprodução desses conteúdos na Unitins TV e na Rádio Unitins não atrapalha esse entendimento, entretanto, ao não aproveitar esses ambientes que propiciam um maior espaço para a profundidade, a contextualização da narrativa fica prejudicada. Apesar de apresentar uma linguagem adaptada na maioria das plataformas (Instagram, YouTube, rádio e TV), as plataformas Facebook e site se desviam dessa classificação. Além da página no Facebook reproduzir um conteúdo não adaptado, o site do projeto também não aproveita bem as características do ambiente digital, já que traz apenas texto e imagem para discutir a temática do buriti.

No quesito funcionalidade das plataformas, foi considerado que a narrativa tem plataformas, em sua maioria, funcionais. O YouTube serviu para guardar e distribuir para um público diverso os vídeos veiculados na TV. O Instagram serviu para expandir a narrativa através de conteúdo inédito e também para distribuir vídeos e episódios de podcast veiculados na rádio e na TV. A rádio e a TV serviram para expandir a narrativa e distribuir o conteúdo para um público diferente daquele atingido através das mídias sociais. O site serviu como ponto de acesso às diferentes partes da narrativa e também apresentou informações inéditas que expandiram o universo criado. Contudo, o Facebook foge dessa classificação, considerando que, além de não expandir a narrativa, o material do Facebook não funciona bem na distribuição do conteúdo, por estar mal adaptado à plataforma.

Mesmo trazendo em sua proposta inicial um aplicativo de realidade aumentada, a classificação da experiência do usuário foi considerada não imersiva, pois o aplicativo não foi encontrado para ser baixado. Como não havia convites para baixar o aplicativo em nenhuma das partes analisadas, talvez ele ainda esteja em fase de construção. O aplicativo de realidade aumentada seria uma estratégia de engajamento para que os usuários interagissem com a mascote do projeto, Nat, que foi criada através de técnicas de animação em 3D. A intenção é que fossem colocadas placas com QR Codes junto às árvores da cidade de Palmas para que os cidadãos tivessem acesso a conteúdos sobre as espécies. A primeira publicação no perfil do Instagram apresenta Nat e prevê uma futura interação dos usuários com a mascote através do aplicativo (ver Figura 46). Depois, disso a mascote aparece em mais algumas postagens.

**Figura 46** - Mascote criada para o aplicativo



Fonte: Nativas Digitais.

A contextualização do tema foi considerada rasa, pois, mesmo trazendo tanto uma visão científica quanto uma visão popular e tradicional a respeito das espécies, a narrativa não se aprofunda em questões ambientais, sociais ou políticas envolvendo o buriti e os personagens que giram ao seu entorno. Apesar de não apresentar a densidade, que Abib (2020) defende como uma grande potencialidade das narrativas jornalísticas complexas desenvolvidas em ambiente digital, nota-se que o projeto se preocupou com a pluralidade de seus personagens, requisito essencial tanto para a transmidialidade, como colocado por Dall’Agnese, Barichello e Belochio (2018), quanto para a proximidade, como defendido por Dornelles (2010).

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o intuito de entender como se configuram as narrativas jornalísticas transmidiáticas desenvolvidas por veículos regionais brasileiros. O conceito de narrativa transmídia surgiu na área do entretenimento, se apresentando como uma maneira de construir universos narrativos com a capacidade de maravilhar o público. A paixão da audiência pelas franquias transmidiáticas é quase uma característica da transmidialidade em si, já que o objetivo desse tipo de criação é justamente proporcionar uma experiência diferenciada, empolgante e até transformadora. Seja por representar uma poderosa estratégia de mercado ou por significar a construção de narrativas mais ricas e complexas, a transmidialidade recebeu relevância suficiente para extrapolar o campo ficcional e invadir outras áreas de conhecimento, tais como o jornalismo.

Compreender a definição de narrativa jornalística transmidiática exige um entendimento prévio sobre o que é uma narrativa transmídia e até mesmo sobre o que não é uma narrativa transmídia. Ao superar essa compreensão, é preciso desconstruir um pouco o conceito, já que a mescla com a área jornalística o remodela. Assim como a narrativa jornalística guarda diferenças com relação à narrativa fictícia, a narrativa jornalística transmidiática também apresenta algumas distinções com relação à narrativa transmídia em razão das particularidades de seu contexto. Dessa forma, construir esse tipo de produto não costuma ser uma tarefa fácil, contudo, a ascensão do formato fez com que não só os veículos de relevância nacional e internacional se aventurassem em sua experimentação, mas também os veículos regionais brasileiros.

Assim, para compreender como as narrativas jornalísticas transmidiáticas se configuram no contexto regional brasileiro contemporâneo, foram selecionadas para a análise as narrativas “Londrina 87 anos”, produzida pela Folha de Londrina, sediada na cidade de Londrina/PR; “Energia Limpa”, produzida pelo Grupo de Comunicação O POVO, sediada na cidade de Fortaleza/CE e “Nativas Digitais”, produzida pela Universidade Estadual do Tocantins (Unitins), sediada na cidade de Palmas/TO. O primeiro desafio deste trabalho foi organizar o longo e confuso universo semântico que permeia a transmidialidade e promover seu encontro teórico com o jornalismo de proximidade. Já na parte da análise, foram identificadas duas dificuldades.

A primeira delas foi acessar a experiência presencial e os conteúdos veiculados em mídias tradicionais como rádio, TV e impresso. A solução encontrada foi analisar as versões dos conteúdos disponibilizadas em ambientes digitais e no caso da caça ao tesouro da narrativa

“Londrina 87 anos”, analisar a experiência a partir da cobertura do evento feita pela própria Folha de Londrina. Dessa maneira, o fato de todas as narrativas terem disponibilizado em ambiente digital os conteúdos distribuídos em mídias tradicionais facilitou o processo de análise. A segunda dificuldade foi lidar com um volume muito grande de material, como no caso da narrativa “Nativas Digitais”. Diante da impossibilidade de analisar todo o conteúdo produzido, a solução encontrada foi fazer um recorte e analisar apenas a última espécie tratada na primeira temporada da série.

Com a descrição e a classificação do conteúdo pertencente a cada narrativa foi possível perceber que todos os projetos ofertaram espaços para uma participação de baixo envolvimento por parte da audiência. Observa-se, dessa maneira, que o dilema teórico entre deixar que o público interfira de forma mais profunda ou permitir apenas interações mais suaves parece já estar sendo resolvido no campo prático. É importante entender que na indústria do entretenimento a questão mais destacada envolvendo a participação do público na expansão da história está relacionada à perda dos lucros. Mesmo que haja uma preocupação com o controle dos rumos e personagens da história, os lucros evadidos de produtos criados por fãs são a consequência mais proeminentemente negativa, como ocorreu no caso da paródia de Guerras nas Estrelas, “George Lucas in Love”, cuja venda do DVD na primeira semana conseguiu superar a venda de Guerra nas Estrelas Episódio 1: A Ameaça Fantasma.

Entretanto, apesar de também vivenciar esse novo momento de valorização da participação da audiência, proporcionar um espaço para que os cidadãos interfiram na narrativa pode ser bem mais trabalhoso no contexto jornalístico. Ao receber materiais do público, os veículos precisariam se preocupar com a seleção e edição desse material, já que é preciso resguardar a credibilidade das empresas. Nota-se que as narrativas analisadas, mesmo tendo sido produzidas por veículos regionais, apresentaram um grande número de profissionais em seu expediente e conseguiram incorporar algumas tecnologias avançadas em seus projetos, contudo, isso não significa que seria possível ou economicamente interessante contratar mais profissionais para lidar com os materiais enviados pelo público. Assim, a questão da participação mais profunda do público encontra maiores desafios no contexto jornalístico por requerer mais cuidados, já que a narrativa a ser divulgada envolve atores e consequências do mundo real.

Com relação à expansão das narrativas, todas se desenvolveram de forma não linear, algo que é esperado de uma narrativa jornalística transmidiática, pois a não linearidade é uma de suas características. Além disso, todos os projetos apresentaram presença multiplataforma complementar, contando com pelo menos uma plataforma na qual o conteúdo não se repetiu,

mas apresentou uma relação de complementariedade com a outra parte da narrativa. Salienta-se que a repetição do conteúdo por si só não é algo problemático, podendo fazer parte do planejamento de distribuição do produto. Contudo, quando há apenas repetição em todas as plataformas, a narrativa não pode ser classificada como transmidiática, sendo só multiplataforma. Desse modo, a expansão não linear e a presença multiplataforma complementar são requisitos para a classificação de uma narrativa como transmidiática.

Quanto à organização do conteúdo, nota-se que todos os projetos se preocuparam em reunir os pontos de acesso para os diversos materiais que fazem parte das narrativas. A organização do conteúdo é especialmente importante no contexto jornalístico, visto que, diferente do que ocorre no universo ficcional, o público precisa conseguir ter uma noção imediata de tudo o que faz parte daquele mundo narrativo. Se para os fãs das grandes franquias do entretenimento a busca e a descoberta de diferentes partes compõe uma dinâmica empolgante, para o público dos conteúdos jornalísticos conta-se apenas com a qualidade, a técnica e o aprofundamento do conteúdo para instigar a audiência. Além disso, o fato das narrativas jornalísticas transmidiáticas precisarem ter um tamanho menor, para possibilitar sua total apreensão pelo público, facilita uma organização nuclear.

É conveniente destacar que narrativas jornalísticas transmidiáticas também podem se apropriar de dinâmicas inerentes ao entretenimento, como a caça ao tesouro do especial “Londrina 87 anos”, que instigou o público a buscar ativamente por partes da narrativa. A expansão através de uma espécie de *newsgame*<sup>64</sup>, além de trabalhar a imersão, que Longhi (2020) acredita ser essencial para o desenvolvimento de narrativas complexas, possibilitou um maior desenvolvimento dos valores e ideais transmídia citados por Tellería (2019). Assim, diferenciação e originalidade são os primeiros valores da lista, tendo em vista que uma caça ao tesouro promovida por um veículo jornalístico não é algo usual, mas apresenta-se como uma proposta que pode ser intrigante e estimulante para a audiência. O apoio à comunidade vem logo em seguida, já que houve um movimento de promoção e valorização da arte e da cultura local.

Além disso, foi observado o incentivo ao sentimento de pertencimento e de relevância das pessoas com relação à comunidade, não só a partir dos depoimentos de personagens locais durante toda a reportagem e da escolha de atrações regionais para o jogo, mas também a partir do encontro entre o público e os artistas. Por fim, uma contextualização mais profunda também emergiu através da caça ao tesouro. Enquanto o texto da pesquisadora e artista plástica Zueleide

---

<sup>64</sup> Jogo baseado em conteúdo jornalístico.

Casagrande de Paula discutiu um pouco sobre a contribuição da população negra e dos bairros periféricos de Londrina, a caça ao tesouro trouxe artistas circenses, dançarinos de rua, skatistas, músicos e indígenas da região, que apresentaram uma feira de artesanatos, músicas, danças e contos narrados em seu idioma e traduzidos para o português.

No que diz respeito à adaptação da linguagem e à funcionalidade das plataformas utilizadas, as narrativas apresentaram a maior parte de seus conteúdos com uma linguagem adaptada ao ambiente no qual se encontravam e a maioria das plataformas usadas foram classificadas como funcionais. Entretanto, o ideal seria que todas as plataformas fossem funcionais e exibissem conteúdos adaptados às suas características. No caso da série “Nativas Digitais”, a disfuncionalidade da plataforma e a falta de adaptação dos conteúdos presentes no Facebook podem ter sido fruto de um desejo de fazer com que a narrativa estivesse presente em uma maior quantidade de ambientes. Contudo, na construção de uma narrativa jornalística transmidiática a utilização de uma plataforma precisa ser bem planejada e a preocupação com a funcionalidade e com a adaptação da linguagem devem estar em primeiro plano.

No que diz respeito à experiência dos usuários e à contextualização das temáticas, esses foram os quesitos que mais deixaram a desejar. Dentre as três narrativas analisadas, apenas o especial “Londrina 87 anos” proporcionou uma experiência imersiva ao público e uma contextualização profunda da temática. Entretanto, considerando o fato de que a imersividade fez parte do planejamento da série “Nativas Digitais” e que foram contratados profissionais para a criação do aplicativo de realidade aumentada, apesar do mesmo ainda não ter sido lançado, é possível inferir que a imersividade é uma preocupação dos veículos regionais brasileiros que se empenham na construção desse tipo de narrativa.

Quanto à contextualização, no caso do projeto “Energia Limpa”, o empecilho parece ter sido o apoio do governo estadual, que impossibilitou a exploração dos impactos negativos relacionados à temática. Os patrocínios, apoios e parcerias representam ao mesmo tempo uma solução para a criação de narrativas jornalísticas transmidiáticas, considerando a grande quantidade de recursos que elas geralmente exigem, e também um desafio, podendo atrapalhar o desenvolvimento de características relevantes, como a contextualização profunda do tema. Por outro lado, no caso da série “Nativas Digitais”, o empecilho parece ter sido o foco na tendência e nas plataformas que exigem conteúdos curtos e dinâmicos. Saber explorar plataformas que privilegiam a dinamicidade e plataformas que privilegiam o aprofundamento é essencial para a construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas. É preciso ressaltar, no entanto, que todas as narrativas poderiam ter se aprofundado mais nas questões sociais e políticas, já que um conteúdo com alta densidade é um dos diferenciais da transmidialidade.

Outro ponto que vale a pena ser mencionado diz respeito à incorporação de recursos de acessibilidade, que acabam fazendo parte dos valores e ideais transmídia identificados por Tellería (2019), à medida em que promovem sentimentos de inclusão, pertencimento e relevância perante uma comunidade. Na contemporaneidade, valores como esses são tão modernos e importantes quanto a incorporação de tecnologias avançadas. Inclusive, as tecnologias foram grandes aliadas para a disponibilização dos recursos de acessibilidade presentes nas três narrativas, sobretudo no caso da série “Nativas Digitais”, que incluiu uma ferramenta de interpretação em libras através de animação em seu site.

Por fim, a hipótese inicial de que as narrativas construídas por veículos regionais brasileiros não desenvolvem de forma plena as potencialidades inerentes à transmidialidade foi confirmada, considerando que algumas características inerentes à narrativa jornalística transmidiática deixaram a desejar dentro dos projetos. Contudo, nota-se que, ao contrário do que era esperado, essas narrativas apresentam grandes expedientes, envolvendo profissionais de diferentes áreas e com habilidades ligadas à exploração de tecnologias atuais e muitas vezes avançadas. Dessa forma, o cenário de construção de narrativas jornalísticas transmidiáticas no contexto regional brasileiro já parece promissor. Espera-se que este trabalho contribua tanto para as discussões sobre a temática no ambiente acadêmico quanto para a construção dessas narrativas pelo mercado.

## REFERÊNCIAS

- ABBOTT, H. P. **The Cambridge Introduction to Narrative**. Nova York: Cambridge University Press, 2021.
- ABIB, T. A. Complexidade como Caminho Narrativo: Notas Propositivas para a Produção Jornalística em Ambientes Digitais. *In*: ITO, L. L.; ROCHA, P. M. (orgs.). **Transformações do Jornalismo na Nova Ecologia dos Meios**. Aveiro: Ria Editorial, 2020. p. 189-210.
- AGUIAR, L. A.; RODRIGUES, C. M. As rotinas produtivas do coletivo Mídia Ninja: narrativas jornalísticas e midiativismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 1, p. 157-168, jan./jun. 2019.
- AHVA, L.; WIARD, V. Participation in Local Journalism: Assessing Two Approaches through Access, Dialogue and Deliberation. **TamPub**, v. 7, n. 2, p. 64-79, 2018.
- AMAYA, C. A. Ideas Preliminares de un Plan de Trabajo de Tesis Doctoral sobre Ficción Transmedia en Argentina. *In*: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 168-185.
- AMARAL, A. R. P.; SANTANA, D. J.; SANTOS, A. C. Apontamentos sobre a história do jornalismo regional: estudo de caso sobre O Juazeiro. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 12., Campina Grande, 2010. **Anais [...]**. Campina Grande: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1378-1.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.
- ANDERSON, C. W.; SHIRKY, C.; BELL, E. **Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present**, 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/TOWCenter-Post Industrial Journalism.pdf](file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/TOWCenter-Post%20Industrial%20Journalism.pdf). Acesso em: 2 jan. 2019.
- ARANHA, A. S.; MIRANDA, G. V. Hiperlocal como um elemento de convergência entre a digitalização e o reforço de identidades. **Comunicologia**, v. 8, n. 1, p.135-154, jan-jun. 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/6483-27985-1-PB.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2020.
- ARAÚJO, B. B., A narrativa jornalística e a construção do real: como as revistas Veja e Isto É trataram a manifestação dos estudantes da Universidade de São Paulo em 2011. **Biblioteca on-line de ciências da comunicação**. Coimbra: LabCom, 2012.
- ARNAUT, R. *et al.* Era Transmídia. **Geminis**, v. 2, n. 2, p. 259–275, dez. 2011.
- BARCELLOS, M. M. *et al.* Dissertações sobre a Nova Ecologia dos Meios. *In*: RENÓ, D.; GOSCIOLA, V.; RENÓ, L. (Orgs.). **Nova Ecologia dos Meios e Tecnologia**. Aveiro: Ria Editorial, 2018. p. 9-17.
- BARICHELLO, E. M. R.; SCHWARTZ, C. As relações do telejornalismo brasileiro no atual ecossistema midiático: uma espécie em adaptação. **Ação Midiática**, s. v., n. 21, jan./jun. 2021.

BARTHES, R. et al. **Análise Estrutural da Narrativa**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

BAVARESCO, M. E.; LOCATELLI, C. A. As identidades acionadas no jornalismo a partir da dicotomia entre proximidade e afastamento. **Contracampo**, v. 38, n.3, p. 110-129, dez. 2019/ mar. 2020.

BECKER, B. Todos juntos e misturados, mas cada um no seu quadrado: um estudo do RJTV 1ª edição e do Parceiro do RJ. **Galáxia**, s. v., n. 24, p. 77-88, dez. 2012.

BOLTER, J. D.; RICHARD, G. **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge: MIT Press, 1999.

BORDWELL, D. Now Leaving from Platform 1. *In*: THOMPSON, K.; BORDWELL, D. **Observations on Film Art**. [S.l.] 19 ago. 2009. Disponível em: <http://www.davidbordwell.net/blog/2009/08/19/now-leaving-from-platform-1/>. Acesso em: 03 set. 2020.

BOZZETTO, V.; PICCININ, F. Espécies Bastardas: Hibridismo e Transmidialidade em “Eu Sou Amazônia”. *In*: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 213-134.

BROCKMEIER, J.; HARRÉ, R. Narrativa: Problemas e Promessas de um Paradigma Alternativo. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 16, n.3, p. 525-535, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/prc/a/8z4tybyPwGwyfgfsVBQMXgH/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 26 jan. 2022.

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.

CAMPONEZ, C. Jornalismo Regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade do jornalismo. *In*: CORREIA, J. C. (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Covilhã: LabCom, 2012.

CANAVILHAS, J. Journalism in the Twenty-First Century: To Be or Not to Be Transmedia? *In*: GAMBARATO, R. R.; ALZAMORA, G. C (ed.). **Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age**. Hershey: IGI Global, 2018. cap. 1, p. 1-14.

CANAVILHAS, J. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. *In*: RENÓ, D. et al. **Periodismo transmídia: miradas múltiples**. Barcelona: Editorial UOC, 2013. p. 53-68.

CARDOSO, C. Jornalismo local, cultura e património: o caso de Arouca. *In*: JERÓNIMO, P.; CORREIA, J. C. (eds.). **O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo**. Covilhã: LabCom - Comunicação e Artes, 2020.

CARMO, M. A. R. **Game of Thrones e a cultura na era da transmedia**. 2019. 78 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10362/76276>. Acesso em: 05 set. 2020.

CARREIRA, K. A. C. Algoritmos sob a mira do jornalismo investigativo e algoritmo-*ombudsman*: uma nova demanda do ecossistema midiático contemporâneo. **Passagens**, v. 9, n. 2, p. 3-13, 2018.

CARVALHO, C. A. Memoria y narración en el periodismo: Sobre algunas dimensiones teóricas y metodológicas allí implicadas. **Ensayos**, v.1, n. 125, p. 84-90, mar. 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/Dialnet-MemoriaYNarracionEnElPeriodismo-5791071.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2022.

COHN, D. **The Distinction of Fiction**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1998.

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.

CORREIA, J. C. A participação como desafio à profissão jornalística. In: CORREIA, J. C. (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Covilhã: LabCom, 2012.

COSTA, C. T. Um modelo de negócio para o jornalismo digital. **Columbia Journalism Review: Revista de Jornalismo ESPM**, s.v., n. 9, p. 51-115, abr./jun. 2014.

CUNHA, K. M. R.; MANTELLO, P. F. Era uma vez a notícia: *storytelling* como técnica de redação de textos jornalísticos. **Comunicação Midiática**, v. 9, n. 2, p. 56-67, 2014.

DALL'AGNESE, C. T. W.; BARICHELLO, E. M. M. R.; BELOCHIO, V. C. Transmídia, propagabilidade, engajamento. Reflexões sobre visibilidade e legitimação do jornalismo em ambiências digitais. **Questões Transversais**, São Leopoldo, v. 6, n. 11, p. 40-47, jan./jun. 2018.

DALL'AGNESE, C. T. W.; BARICHELLO, E. M. M. R. Narrativa jornalística transmídia: discussões em busca de uma definição. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 19., Cascavel, 2018. **Anais [...]**. Cascavel: Intercom, 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-1618-1.pdf>. Acesso em: 12 set. 2020.

DALL'AGNESE, C. T. W.; CANAVILHAS, J.; BARICHELLO, E. M. R. Produção Transmídia e Interfaces Jornalísticas em Dispositivos Móveis: Estudo de Caso da Série The New Arrivals, do The Guardian. In: BURGOS, T.; CUNHA, R. (orgs.). **Interfaces Contemporâneas no Ecossistema Midiático**. Aveiro: Ria Editorial, 2019.

DALL'AGNESE, C. T. W. **Produção jornalística transmídia no ecossistema midiático: um estudo à luz da Media Ecology**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria, 2019.

- DALMONTE, E. F. Narrativa Jornalística e Narrativas Sociais: Questões acerca da Representação da Realidade e Regimes de Visibilidade. *In*: FERREIRA, G. M. *et al.* (orgs.). **Teorias da Comunicação: Trajetórias Investigativas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.
- 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](http://www.christydena.com/Docs/DENA_CrossMediaObservations.pdf). Acesso em: 13 maio 2019.
- DIAS, N. S.; OLIVEIRA, R. C. Narrativa Complexa, Neobarroco e Cultura Participativa: um estudo a partir da série de televisão Mr. Robot. **Revista GEMInIS**, v. 10, n. 1, p.89-110, jan./abr. 2019. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/384/336>. Acesso em: 06 jan. 2022.
- DOMINICI, P. A transformação digital como transformação antropológica: A mudança do paradigma e os riscos de uma “revolução silenciosa”. Prefácio. *In*: ORTIZ, C. (org.). **Convergências da comunicação: Olhares à cultura digital**. Aveiro: Ria Editorial, 2021. p. 21-29.
- DORNELLES, B. O localismo nos jornais do Interior. **FAMECOS**, v. 17, n. 3, p. 237-243, set./dez. 2010.
- DOS SANTOS, M. C. Existe jornalismo transmídia? Considerações sobre o reuso de conceitos. **Revista GEMInIS**, [s.l.], v. 8, n. 3, p.136-149, set./dez. 2017.
- DRUM, M. F. Jornalismo imersivo: a apropriação da realidade virtual em narrativas imersivas brasileiras. 2019. **Repositório Institucional UNISC**. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade de Santa Cruz do Sul, 2019.
- DUGNANI, P. Meios de comunicação e as transformações das relações culturais na pós-modernidade. *In*: FLORES, J.; OVARCE, J.; GARAY, G. R. (orgs.). **O ecossistema midiático do novo: olhares tecnológicos**. Aveiro: Ria Editorial, 2021.
- EVANS, E. **Transmedia television: audiences, new media, and daily life**. New York: Routledge, 2011.
- FILGUEIRAS, L. et al. 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.
- FILHO, J. T. O. Proximidade no telejornalismo local e regional: uma proposta de sistematização. **Fronteiras**, v. 21, n. 2, p. 102-115, mai./ago. 2019.
- FOSSALUZA, D. Costurando tapetes de histórias: quando as crianças assumem os enredos, um fazer artesanal. **Childhood & philosophy**, v. 16, s.n., p. 01-23, ago. 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5120/512062978020/512062978020.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2021.

FREEMAN, M. A. Narrative as a Mode of Understanding: Method, Theory, Praxis. *In*: DE FINA, A.; GEORGAKOPOULOU, A. (eds.). **The Handbook of Narrative Analysis**. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2019.

FREEMAN, M. **Historicising Transmedia Storytelling**: Early Twentieth-Century Transmedia. Londres: Routledge, 2016.

GAMBARATO, R. R. A Complexidade e Diversidade dos Supersistemas Transmidiáticos. Prefácio. *In*: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 13-18.

GAMBARATO, R. R. Transmídia, entre a ciência e a práxis no campo da comunicação. [Entrevista cedida a] Cândida Almeida, **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 14-19, 2016. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/03/Entrevista.pdf>. Acesso em: 10 out. 2020.

GAMBARO, D. A Instituição social do rádio: (Re)agregando as práticas discursivas da indústria no ecossistema midiático. 2019. **Digital Library USP Theses & Dissertations**. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) - Escola de Comunicações e Artes, University of São Paulo, 2019.

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

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

GODINHO, R. M.; PEREIRA, C. O digital e os media locais: proximidade ou afastamento? *In*: JERÓNIMO, P.; CORREIA, J. C. (eds.). **O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo**. Covilhã: LabCom - Comunicação e Artes, 2020.

GOMES, J. F. L.; PICCININ, F. Transformações no Ecossistema Midiático e uma Possível Ressignificação do Colunismo: uma Análise da Narrativa da Jornalista Eliane Brum em *El País*. *In*: SENS, A. *et al.* (orgs.). **Cidadania**. Aveiro: Ria Editorial, 2020. p. 40-70.

GONÇAVES, E. M.; SANTOS, M. El diversional en los relatos periodísticos: acercando el periodismo y la literatura. **La Trama de la Comunicación**, v. 21, n. 2, p. 73-85, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/629/449>. Acesso em: 8 fev. 2022.

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.

GOSCIOLA, V. Storyworld para o Conceito de Narrativa Transmídia. *In*: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 28-50.

GOSCIOLA, V.; RODRIGUES, V.B.; PAROLLO JUNIOR, S. J. Narrativa Transmídia: o game e o espaço público no limiar da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 13, número especial, p. 01-11, nov. 2016.

GUIMARÃES, M. Bordadura como linguagem de experiências, afeto, vínculo e liberdade. *In: ENCONTRO DA ANPAP*, 24., Santa Maria, 2015. **Anais [...]**. Santa Maria: ANPAP, 2015. Disponível em: [http://anpap.org.br/anais/2015/simposios/s12/mariana\\_guimaraes.pdf](http://anpap.org.br/anais/2015/simposios/s12/mariana_guimaraes.pdf) . Acesso em: 29 jan. 2022.

HALLAGE, M. L.; TEIXEIRA, P. F. Histórias Voláteis, Presença Constante. *In: GOSCIOLA, V.; DAVINO, G.; IRIGARAY, F.; GRANATO, M.; RODRIGUES, C. (orgs.). Experimentações Narrativas, Roteiros, Mobilidade e Marketing*. Aveiro: Ria Editorial, 2018. p. 76-87.

HERGESEL, J. P. Programas televisivos e suas estruturas narrativas: enredo, personagens, tempo, espaço e foco narrativo em teledramaturgia e entretenimento. **Informação em Cultura**, v. 2, n. 1, p. 11-24, jan./jun. 2020. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/8669-Artigo-54560-1-10-20200608.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2022.

IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. La Narrativa Transmedia está de Moda. *In: GOSCIOLA, V.; DAVINO, G.; IRIGARAY, F.; GRANATO, M.; RODRIGUES, C. (orgs.). Experimentações Narrativas, Roteiros, Mobilidade e Marketing*. Aveiro: Ria Editorial, 2018. p. 20-26.

ITO, L. L. **A (r)evolução da reportagem**: Estudo do ciclo da reportagem hipermídia, da produção às respostas sociais. Aveiro: Ria Editorial, 2019.

ITO, L. L.; RENÓ, L.; RENÓ, D. P. Jornalismo de Dados Imagético para Mobile: o caso do 2:59, do Jornal Português Expresso. *In: GOSCIOLA, V.; DAVINO, G.; IRIGARAY, F.; GRANATO, M.; RODRIGUES, C. (orgs.). Experimentações Narrativas, Roteiros, Mobilidade e Marketing*. Aveiro: Ria Editorial, 2018. p. 126-136.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

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). *In: JENKINS, H. Henry Jenkins. [S.l.]*, 10 set. 2009a. Disponível em: [http://henryjenkins.org/blog/2009/09/the\\_aesthetics\\_of\\_transmedia\\_i.html](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](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html#sthash.gSETwxQX.dpuf).  
 Acesso em: 17 maio 2019.

JERÓNIMO, P.; CORREIA, J. C. Introdução. *In*: JERÓNIMO, P.; CORREIA, J. C. (eds.). **O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo**. Covilhã: LabCom - Comunicação e Artes, 2020.

JERONYMO, R. S. As particularidades da narrativa jornalística e a transposição do narrador como repórter. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 20., Campo Grande, 2018. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2018/resumos/R61-0190-1.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2022.

KINDER, M. **Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles**. Berkeley: University of California, 1991.

KNEIPP, V. A. P. A Narrativa Transmídia no Telejornalismo Brasileiro – as Novas Possibilidades. *In*: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 235-260.

LAUREL, B. Creating Core Content in a Post-Convergence World. **TauZero**, 2000. Disponível em:  
[http://tauzero.com/Brenda\\_Laurel/Recent\\_Talks/ContentPostConvergence.html](http://tauzero.com/Brenda_Laurel/Recent_Talks/ContentPostConvergence.html). Acesso em: 28. set. 2016.

LEITE, A. M. A narrativa como invenção da personagem. **Navegações**, v. 2, n. 1, p. 7-11, jan. jun. 2009.

LEMOS, L. P. Complexidade narrativa na série Homens?: estudo baseado em técnicas de decupagem e categorização. **Rumores**, v. 14, n. 28, p. 178-199, jul./dez. 2020.

LONGHI, R. R. *Intermedia*, ou Para entender as Poéticas Digitais. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador, 2002. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em:  
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/133855906519997470982936078959703706716.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2022.

LONGHI, R. R. Narrativas Complexas no Ciberjornalismo: Interface, Imagem, Imersão. *In*: LONGHI, R.; LOVATO, A.; GIFREU, A. **Narrativas Complexas**. Aveiro: Ria Editorial, 2020. p. 37-57.

LOPES, M. I. V. Proposta de um modelo metodológico para o ensino da pesquisa em Comunicação. *In*: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (orgs.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 99-108.

LÓPEZ, X. Realidades e desafios do ciberjornalismo de proximidade. *In*: JERÓNIMO, P. **Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital**. Covilhã: LabCom.IFP, 2017.

LÓPEZ, X.; RODRÍGUEZ-VÁZQUES, A. Experimentar, inovar e aprender. *In: JERÓNIMO, P. Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital*. Covilhã: LabCom.IFP, 2017.

MACEDO, A. T. A importância do jornalismo de proximidade para o futebol regional de Braga: o caso do *Correio do Minho*. 2018. **RepositóriUM**. Relatório de estágio/Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, 2018.

MACEDO, M. C.; FECHINE, Y. Narrativas Transmídia em Jornalismo: a expansão de aspectos temáticos. **Revista GEMInIS**, São Carlos, v. 10, n. 2, p.77-100, mai./ago. 2019.

MACEDO, R. L. A. Roda na saia: história, costura e educação de mulheres negras professora. **Revista Artes de Educar**, v. 7, n. 2, p. 965-982, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/63441-223427-2-PB.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2021.

MAR, R. A. Evaluating whether stories can promote social cognition: Introducing the Social Processes and Content Entrained by Narrative (SPaCEN) framework. **Discourse Processes**, v. 55., n. 5-6, p. 454-479, 2018. Disponível em: [https://rcgd.isr.umich.edu/wp-content/uploads/2020/10/raymond\\_mar\\_2018\\_DP\\_Evaluating-whether-stories-can-promote-social-cognition.pdf](https://rcgd.isr.umich.edu/wp-content/uploads/2020/10/raymond_mar_2018_DP_Evaluating-whether-stories-can-promote-social-cognition.pdf). Acesso em: 26 jan. 2022.

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 [...]**. São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-0208-1.pdf>. Acesso em: 20 set 2020.

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 [...]**. São Paulo: SBPJor, 2015.

MARTINS, E. Modos e sentidos da inovação no jornalismo. **Comunicação & Inovação**, v. 19, n. 39, p. 35-49, jan./abr. 2018.

MASSAROLO, J. C.; MESQUITA D. Reflexões teóricas e metodológicas sobre as narrativas transmídia. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 23., Belém, 2014. **Anais [...]**. Belo Horizonte: COMPÓS, 2014.

MATSUOKA, S. G. A personagem e o espaço na ficção de Lygia Fagundes Telles. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, s.v., n. 56, p. 1-6, jan/abr. 2019.

MEDEIROS, R. A FUNÇÃO SOCIAL DO RÁDIO LOCAL ENTRE DESERTOS DE NOTÍCIA E ZONAS DE SILÊNCIO: reverberações da migração AM – FM. **Âncora**, v.7, n. 1, p. 360-378, jan./jun. 2020.

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: 14 out 2020.

MELO, I. A. Um jornalismo de proximidade. **Observatório da Imprensa**, 3 abr. 2007. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um-jornalismo-de-proximidade/>. Acesso em 22 dez. 2019.

MENDONÇA, F. V. K. M. “Porque todo ponto de vista é a vista de um ponto”: A subjetividade como um dos lugares para se compreender o jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 18, n. 1, p. 109-120, jan./jun. 2021.

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.

MORAIS, R.; SOUZA, J. C. Agenda dos Cidadãos: jornalismo e participação cívica nos media portuguesas. In: CORREIA, J. C. (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Covilhã: LabCom, 2012.

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

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

NAPOLI, P. M. *et al.* Local Journalism and the Information Needs of Local Communities: Toward a scalable assessment approach. **Journalism Practice**, v. 11, n. 4, p. 373-395, 2016.

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

PACHECO, R. N. Narrativas transmedia, literatura y videojuegos: ficciones de guerra. In: PACHECO, R. N.; TORRES, D. C.; PÉREZ, B. E. L. **Narrativas transmedia, literatura y videojuegos en la cultura**. Arequipa: Editorial UNSA, 2018.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, v. 26, n. 43, p. 67-84, jan./jun. 2005. Disponível em: [http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs\\_umesp/article/view/196/154](http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/view/196/154). Acesso em: 4 jan. 2020.

PRATA, N.; PESSOA, S. C.; BRANDÃO, V. C. Entre o Rádio, a Televisão e a Internet: Fluxos Intermediáticos e Narrativa Transmídia na Teledramaturgia Brasileira. In: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 99-119.

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

RAJEWSKY, I. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade. *In: Intermidialidade e estudos interartes: desafios da arte contemporânea* 2, 2012, p. 51-74.

RAMOS, G.; GRUPILLO, A. Jornalismo regional em novas plataformas. CORREIA, J. C. (eds.). **O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo**. Covilhã: LabCom - Comunicação e Artes, 2020.

REALES, L.; CONFORTIN, R. S. **Introdução aos estudos da narrativa**. Florianópolis: LLE/CCE/UFSC, 2008.

REIS, C; LOPES, A. C. M. **Dicionário de teoria da Narrativa**. São Paulo: Ática, 1988.

REIS, T. A. Jornalismo Regional: uma leitura a partir dos critérios de noticiabilidade do jornal *O Progresso*. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 15, n. 1, p. 62-72, jan./jun. 2018.

RENÓ, D.; FLORES, J. **Periodismo Transmedia**. Aveiro: Ria Editorial, 2018.

RENÓ, D.; GUIMARÃES, D.; BARCELLOS, J. Narrativas emergentes: a reportagem pós-fotográfica na transformação do jornalismo digital. *In: ORTIZ, C. (org.). Convergências da comunicação: Olhares à cultura digital*. Aveiro: Ria Editorial, 2021. p. 309-336.

RENÓ, D. Jornalismo Transmídia: a Consolidação de um Formato de Notícias. *In: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). Dimensões Transmídia*. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 187-212.

RENÓ, D. *et al.* Narrativas Transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palavra Clave**, 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.

RIBEIRO, A. K.; LYRA, M. C. D. P. O processo de significação no tempo narrativo: uma proposta metodológica. **Estudos de Psicologia**, v. 13, n. 1, p. 65-73, 2008.

RIBEIRO, M. T. V. O Roteiro Expandido: a Dinâmica de Dispersão e Convergência Narrativa do Universo Cinemático Marvel. *In: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). Dimensões Transmídia*. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 73-98.

RICOEUR, P. **Hermeneutics and the Human Sciences**. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

ROCHA, H. C. L.; ALVES, A. M. A. G. Autonomia do jornalista, ética e política editorial: as implicações do enquadramento da notícia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, n. 1, p. 96-108, jan./jun. 2020.

RODRIGUES, C. Jornalismo hiperlocal: sucessos e fracassos da informação de proximidade. *In: CORREIA, J. C. (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade**: Limites, Desafios e Oportunidades*. Covilhã: LabCom, 2012.

RUDIO, F. V. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica**. Petrópolis: Vozes, 1986.  
 RYAN, M. Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience? *In: Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*. **Transmedial Worlds in Convergent Media Culture**, v. 7, n. 2, p. 1-19, 2015.

RYAN, M. Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience? *In: Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*. v. 7, n. 2, **Transmedial Worlds in Convergent Media Culture**, 2015, pp. 1-19.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. *In: CANAVILHAS, J. **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: LabCom, 2014.

SCHILLER, M. Transmedia Storytelling: New Practices and Audiences. *In: CHRISTIE, I.; OEVER, A. V. D. (eds). **Stories***. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2018. p. 97-107.

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

SCOLARI, C. *et al.* Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction. **Comics and Pulp Magazines**. London: Palgrave, 2014.

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

SENS, A. L. Design Transmídia: especificidades e Potencialidades. *In: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia***. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 354-369.

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.

SOUZA, T. E. S. O “Retorno” da Narrativa e a Emergência do Storytelling como Técnica Jornalística. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE*, 20., Juazeiro, 2018. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-0491-1.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2022.

TEIXEIRA, L. M. Informação descentralizada: *podcast* como recurso do jornal mapa. *In: JERÓNIMO, P.; CORREIA, J. C. (eds.). **O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo***. Covilhã: LabCom - Comunicação e Artes, 2020.

TELLERÍA, A. S. Filosofía del Periodismo Transmedia: Ideales, Lógica y Valores. *In: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑEIRO-OTERO, T. (orgs.). **Dimensões Transmídia***. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 261-287.

TEROSSO, K.; VICENTE, M. M.; SOUZA, C. A. R. Jornalismo local e cidadania: análise de mídias em Iporá (GO). **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 15, n. 2., p. 44-57, jul./dez. 2018.

Transmedia storytelling - interview with Jeff Gomez. Unitec Institute of Technology, 2014. (62 minutos). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pf-MDZm2wsU&t=835s>. Acesso em: 08 abr. 2021.

URETA, L. A. Cibergêneros para la profundización informativa y el diálogo: reportaje, crónica, entrevista y otros. In: LADEVÉZE, L. N. (org.). **Periodismo en la red: géneros, estilos y normas**. Madrid: Editorial Universitas, 2015.

VIEIRA, V. A. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 61-70, jan./abr. 2002.

VISSOTO, A. *et al.* Psycho Circus: uma análise de narrativa transmídia do décimo oitavo disco da banda KISS. In: GOSCIOLA, V.; DAVINO, G.; IRIGARAY, F.; GRANATO, M.; RODRIGUES, C. (orgs.). **Experimentações Narrativas, Roteiros, Mobilidade e Marketing**. Aveiro: Ria Editorial, 2018. p. 232-241.

WELSH, J. P. **The music of Stuart Saunders Smith**. Nova York: Excelsior, 1995.

ZEMAN, S. Parameters of Narrative Perspectivization: The Narrator. **Open Library of Humanities**, v. 6, n. 2, p. 1-33, dez. 2020. Disponível em: <file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/olh-4660-zeman.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2022.