

Influência transmediática na cobertura televisiva da Covid-19 no Brasil: estudo de caso para ampliação do debate

Eduardo Faria¹

<https://orcid.org/0000-0001-7977-1403>

José Gabriel Andrade²

<https://orcid.org/0000-0002-9778-5865>

Resumo: *O uso da narrativa transmedia ou storytelling (como é grafado em inglês) no jornalismo, além de corresponder a um modelo de negócio impulsionado pela convergência nos media contemporâneos, pode ser considerado um caminho para imersão do público no universo informativo. Em tempos de pandemia pela Covid-19, a cobertura telejornalística no Brasil reforça que o jornalismo não deve ser apenas declaratório, sendo insuficiente apenas investir em estatísticas e reportar estudos científicos ao redor do mundo. Neste sentido, a narrativa transmedia surge como uma provável proposta capaz de possibilitar a imersão do público nesta nova realidade pandêmica. Este artigo busca levantar indícios e propõe refletir sobre o provável uso da narrativa transmedia no jornalismo televisivo, através da análise das reportagens do programa Fantástico, da Rede Globo de televisão, no primeiro mês da cobertura da Covid-19 no Brasil, entre os dias 15/03/2020 a 05/04/2020. Pretende-se, ainda, dissociar o uso desta narrativa no jornalismo e na ficção a fim de alargar o reconhecimento de sua aplicação no telejornalismo; além de apontar as mudanças na atuação dos repórteres e entrevistados na construção narrativa em tempos de pandemia.*

Palavras-Chave: Telejornalismo transmedia; Narrativa jornalística transmediática; Informação transmedia

Transmedia influence on Covid-19 television coverage in Brazil: a case study to broaden the debate

Abstract: *The use of transmedia storytelling narrative in journalism, in addition to corresponding to a business model driven by the convergence in contemporary media, can be considered the way for the public to immerse*

¹ Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal. E-mail: eduardofaria202@gmail.com.

² Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Braga, Portugal. E-mail: jgandrade@ics.uminho.pt.

themselves in the informative universe. In times of Covid-19 pandemic, TV news coverage in Brazil reinforces that journalism should not be just declaratory, being insufficient to invest only in statistics and report scientific studies around the world. Thus, the transmedia storytelling narrative emerges as a proposal capable of enabling the public to immerse themselves in this new pandemic reality. This article seeks to reflect on the use of transmedia narrative in

television journalism, through the analysis of the reports of the program Fantástico, from Rede Globo, in the first month of coverage of Covid-19 in Brazil, between 03/15/2020 to 04/05/2020. It is also intended to dissociate the use of this narrative in journalism and fiction in order to broaden the recognition of its application in television news, in addition to pointing out the changes in the performance of reporters and interviewees in narrative construction in times of pandemic.

Keywords: Transmedia television journalism; Transmedia journalistic narrative; Television journalism; Storytelling information

La influencia transmediática en la cobertura televisiva de Covid-19 en Brasil: un estudio de caso para ampliar el debate

Resumen: *El uso de la narrativa transmedia o storytelling (como se escribe en inglés) en el periodismo, además de corresponder a un modelo de negocio impulsado por la convergencia en los medios de comunicación contemporáneos, puede considerarse una forma de sumergir al público en el universo informativo. En tiempos de pandemia por Covid-19, la cobertura teleperiodística en Brasil refuerza que el periodismo no debe ser sólo declarativo, siendo insuficiente sólo para invertir en estadísticas e informar de estudios científicos en todo el mundo. En este sentido, la narrativa transmedia emerge como una probable propuesta capaz de permitir la*

inmersión de la audiencia en esta nueva realidad pandémica. Este artículo busca evidenciar y propone reflexionar sobre el probable uso de la narrativa transmedia en el periodismo televisivo, a través del análisis de reportajes del programa Fantástico, de la Rede Globo de televisão, en el primer mes de la cobertura de Covid-19 en Brasil, entre el 15/03/2020 y el 05/04/2020. También se pretende disociar el uso de esta narrativa en el periodismo y la ficción para ampliar el reconocimiento de su aplicación en el teleperiodismo; además de señalar los cambios en la actuación de reporteros y entrevistados en la construcción narrativa en tiempos de pandemia.

Palavras Chave: Teleperiodismo transmedia; Narrativa periodística transmedia; Informação transmedia

I. Introdução

Em tempos de pandemia pela Covid-19, o jornalismo mundial tem experimentado a imposição de uma nova dinâmica ainda mais laboriosa e instável quanto a própria realidade da profissão pré-coronavírus. Neste sentido, o jornalismo televisivo tem buscado recursos para incorporar novas formas de linguagens para a construção de uma narrativa integradora que informe e envolva o telespectador no universo do novo mundo pandêmico. No Brasil, o jornalismo televisivo exerce um papel significativo na construção da informação em massa por sua abrangência e acessibilidade.

Nos media jornalísticos tradicionais, a integração da narrativa constituída a partir da transmedialidade parece dar conta deste período em que as informações atuam em dois eixos simultâneos: ora como caminho para interpretação desta nova realidade pandêmica por parte do público, em que o jornalismo opera expandindo e/ou reduzindo os fatos em informações precisas. Noutra, agindo como antídoto ao combater as desinformações que circulam em fluxo nas redes, traduzindo-as em ciência, contrapondo os fatos e humanizando estatísticas e estudos dispersos pelo mundo. Assim, constituindo uma particular forma de narrativa que se expande através de diferentes linguagens, significações, meios e tecnologias (Scolari, 2013) e que seja capaz de dar conta da pandemia e de um novo termo observado nestes tempos: a infodemia .

No Brasil, os media jornalísticos televisivos exercem relevância na transmissão de conteúdos noticiosos. Primeiro porque a televisão contempla as condições sócio-econômicas e culturais da população brasileira (França, 2009, p. 27) e, em seguida, por ser o produto mais acessível frente aos outros dispositivos tecnológicos. Entretanto, a TV está inserida na mesma ecologia mediática (Scolari, 2013) imposta pela introdução de tecnologias e modos de produção da era da convergência, o que afeta sua tradicionalidade e a obriga a

redesenhar a narrativa de seus produtos (Fechine, 2009). Neste sentido, o jornalismo, enquanto ferramenta de comunicação social, vivencia e se transforma de acordo com as novas realidades e problemas sociais de uma época. Caso contrário, ao ser descomprometido com os problemas atuais, não seria jornalismo (Hudec, 1980, p. 35).

Como observa Fontcuberta (1999, p.7), apesar de exigir uma certa rigorosidade em sua prática, o jornalismo trabalha em consonância com dinamismo e a realidade em movimento, por isso muitos conceitos refletem a realidade em que atravessa. Assim, nestes tempos em que interação, multimídia, multicanal (Scolari, 2013), convergência, multiplataformas (Jenkins, 2019) e tantas outras nos direcionam para o conceito de narrativa transmedia, deparamo-nos com algumas limitações em relação ao conceito, aplicação e identificação desta narrativa nos media, principalmente em relação aos media da informação na televisão. Para uma narrativa ser considerada transmedia, afinal basta apenas ser multiplataforma e possibilitar a participação do público?

O fato é que por ser a narrativa transmedia uma forma de linguagem a ganhar repercussão e campo de estudo a partir da chegada da web 2.0, e por alcançar no ciberespaço sua potencialidade narrativa, tencionamos a considerar uma narrativa como transmediática desde que ela contemple múltiplas plataformas e esteja presente primordialmente nas plataformas digitais. Subestimando, em certo ponto, programas jornalísticos televisivos que se esforçam para fazer uso desta narrativa na transmissão da informação.

Neste momento em que atravessamos a pandemia mundial pelo coronavírus, assim como aconteceu em 2010 com o fenômeno da Primavera Árabe, no Oriente Médio, o jornalismo mundial reconfigura-se em um novo panorama. Este acontecimento político no Oriente Médio ilustra o protagonismo do público como colaborador na produção das informações que passaram a circular na blogosfera, nas redes sociais e nos media à época.

Em 2020, a pandemia pela Covid-19 não alterou apenas o formato estético do jornalismo impresso ao digital ao redor do mundo. A circunstância imposta pelo vírus nos apresentou novas formas de contar uma história e desafiou o

jornalismo televisivo a construir uma narrativa humanizada prioritariamente à distância. Confinou repórteres dentro de suas casas e levou o público dentro da casa dos repórteres por meio das videochamadas.

Tendo estas observações, a hipótese que circunda esta pesquisa é que a pandemia pela Covid-19 intensificou a necessidade dos media tradicionais televisivos a integrarem ainda mais o uso da narrativa transmedia em suas transmissões jornalísticas. Priorizando a multiplicação de vozes à distância para construção do storytelling, a fim de possibilitar a compreensão sobre o contexto pandêmico ao público diverso. Além de, paralelamente, apresentar mudanças no modelo tradicional quanto ao exercício do jornalismo televisivo principalmente na atuação dos repórteres e participação dos personagens.

Deste modo foram analisadas nesta pesquisa as reportagens veiculadas no programa telejornalístico Fantástico em seu recorte de edição especial sobre a Covid-19. Este trabalho busca contribuir de forma exploratória sobre os elementos que integram à narrativa transmedia no jornalismo, e que podem ter sido relevantes durante o primeiro mês da pandemia no Brasil. Juntamente, pretende-se evidenciar as mudanças estruturais, como a adoção de novos formatos e linguagens, adotadas pelo jornalismo televisivo brasileiro durante a cobertura do coronavírus.

2. Caminhos metodológicos

Este estudo propõe refletir sobre o possível uso da narrativa jornalística transmedia em reportagens televisivas considerando o contexto da pandemia pelo Covid-19, através da análise de conteúdo das reportagens veiculadas no programa telejornalístico brasileiro Fantástico. A escolha pelo programa Fantástico deve-se a algumas observações, dentre elas: por ser um jornalístico que aborda diferentes pautas; por estar no ar há mais de quatro décadas (indicador de credibilidade); por compilar notícias que ganharam destaque durante a semana, e, por último, por ser um programa dominical com audiência satisfatória para TV aberta no Brasil.

Para percorrermos os caminhos que resultam nesta pesquisa exploratória, fizemos uso da análise de conteúdo das reportagens veiculadas no programa Fantástico entre 15/03/2020 a 05/04/2020, que correspondem ao início da veiculação das reportagens sobre a Covid-19 com programas de “edição e especial”. A partir da criação de uma grelha de conteúdos com elementos que nos permitiram refletir sobre os esforços do jornalismo televisivo na construção de reportagens transmedia foram analisadas 64 reportagens. Dentre os tópicos tabulados destacam-se: (a) a multiplicação das fontes por videochamadas; (b) a relação de presença e ausência dos repórteres e (C) o equilíbrio entre pautas internacionais, nacionais e regionais sobre a Covid-19.

Para Silva, Gobbi & Simão (2005) a aplicação da análise de conteúdo nas ciências sociais pode ser entendida como uma ferramenta útil para interpretação das percepções dos atores sociais. Por sua vez, o papel da interpretação de uma realidade na sociedade pode contribuir qualitativamente para o avanço em pesquisa nas ciências sociais.

Cabe-nos ainda explicitar o aporte bibliográfico como metodologia desta investigação, que se assenta sumariamente nos levantamentos de pesquisas sobre a teoria e prática da narrativa transmedia no jornalismo e no entretenimento, dos quais destacam-se os teóricos Henry Jenkins (2019), Carlos Scolari (2009, 2013) e Kevin Moloney (2011). O método bibliográfico, segundo Stumpf (2006), é fundamental na primeira etapa de uma investigação que utiliza informações empíricas e, não menos importante, indispensável na elaboração do manuscrito fruto de uma investigação.

3. Convergência dos media. O que antecede à narrativa transmedia nos media contemporâneos?

Como ponto de partida sobre o uso da transmedialidade narrativa nos media, do jornalismo ao entretenimento, torna-se relevante abordar o conceito de convergência e do que este se refere e implica nos media da atualidade. A convergência possibilita-nos pensar nas transformações que a comunicação

tem experimentado através da integração das tecnologias digitais e o quanto esta contribui para o surgimento de novas narrativas, diferentes linguagens, formatos e mutações dos gêneros nos media da contemporaneidade. Para Alves (2015), apesar da convergência em si não ser um conceito transmediático, ela abre caminho para pensarmos na integração de múltiplos meios para a exploração de uma narrativa, sendo indispensável para compreender a narrativa transmedia.

De forma simplificada, Mittermayer (2017) relata que é possível “entender a convergência como um conceito complexo que busca responder à relação que as antigas e as novas formas de comunicação assumiram na contemporaneidade, evidentemente com o surgimento dos meios digitais” (Mittermayer, 2017, l. 338).

Em seu livro *Cultura da Convergência*, Henry Jenkins (2019) alerta que a convergência dos media não deve ser negligenciada como apenas uma mudança tecnológica, pois esta representa transformações entre as tecnologias atuais, entre os media tradicionais, entre a indústria mediática, mercados, gêneros e, principalmente, o público (Jenkins, 2019, l. 615). Deste modo, podemos pensar na convergência dos media como um sistema de informações interconectadas e em constante transformação, que se sucede entre meios, media, formas de produção, circulação e consumo.

Carlos Scolari (2013) postula em seus estudos que a convergência dos media contribuiu para o surgimento de um novo modelo de negócio no qual se insere o storytelling, ou narrativa transmedia, responsável por possibilitar a expansão de uma narrativa por diferentes sistemas de significação (verbal, icônico, audiovisual, etc) e múltiplos meios (cinema, bandas desenhadas, videogame, teatro, etc. (Scolari, 2013, p. 24). Através das ponderações de Scolari, podemos considerar que a narrativa transmedia não se manifesta apenas pela integração das tecnologias nas narrativas, mas também pela hibridização de linguagens que trabalham de forma articulada para atrair e despertar interesse do público.

Nas reflexões de Jenkins (2019), a convergência entre os media é responsável pela transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a buscar fragmentos de informações dispersos nos media, que o ajudam a construir sua narrativa pessoal.

Neste ponto, chegamos aos dois pontos importantes refletidos por Jenkins (2019) e Scolari (2013) que são fundamentais para pensarmos a narrativa transmedia no contexto da convergência dos media: a cultura da participação e a construção da consciência coletiva. Estes conceitos serão de grande valia para refletirmos mais adiante sobre as narrativas transmediáticas nos media do entretenimento e do jornalismo, considerando a participação do público na construção de um processo narrativo transmediático. Já que o conceito de participação do público na construção da narrativa transmedia no jornalismo opera de maneira diferente do entretenimento, na narrativa ficcional.

Por atuar em consonância e não de maneira excludente aos media tradicionais, Jenkins (2019); Scolari (2013) e Mittermayer (2017) compactuam que a ideia da convergência propõe a interconexão entre os media tradicionais, os media tecnológicos e as redes interativas. E é através destas interconexões que ocorrem as hibridizações das linguagens entre o velho e o novo, fazendo com que os media tradicionais incorporem novas estruturas narrativas para não perderem audiência e se manterem atualizados.

Manuel Castell (2011 [1999]), reflete que o processo de convergência gerou novas realidades nos media tradicionais, que passaram a fazer uso de blogues e redes interativas para interagirem com o público. Há quase uma década o autor já indicava que a internet havia transformado a televisão.

Para o pesquisador José Gabriel Andrade (2020), apesar da televisão manter o mesmo formato original desde que foi concebida, com grelhas de horários pré-determinados para consumo, a convergência com a internet impulsionou a modularização da tela da televisão. Devido a este processo, atualmente é possível assistir televisão na tela do celular, tablet, dentro do metrô, do ônibus... Para além disso, neste espaço de mudanças, segundo Andrade (2020), se desenvolve as possibilidades transmedia, “que cria uma linha cada

vez mais fina entre o que é informação e o que é entretenimento” (Andrade, 2020, pp. 86-87).

3.1 História em expansão: narrativa transmedia

Assim como acontece com a ideia de convergência, ao adentrarmos nos conceitos das narrativas transmediáticas, é preciso aceitar que existem pontos de concordâncias e discordâncias entres os pesquisadores em comunicação. Apesar de serem grafadas de formas distintas, a primeira coisa que devemos ter em mente é que, tanto a ideia de narrativa transmedia, quanto o conceito de storytelling, são sinônimos. E nesta pesquisa fazemos uso das duas formas, com intuito de naturalizar as duas maneiras de abordar o mesmo objetivo, já que cada pesquisador opta por aplicar de forma diferente a grafia em sua pesquisa.

Ana Cláudia Munari Domingos (2013) ressalta em seu estudo que avaliar produções que ocorrem no âmbito da convergência provoca “confluência de uma série de disciplinas”, em diferentes áreas de estudos pela falta de “transmedialidade necessária para explicar o fenômeno em sua complexidade” (Domingos, 2013, p. 161).

Mittermayer (2017), por sua vez, adverte que a narrativa transmedia “comporta-se com tamanha profundidade e imensidão que o investigador tem um caminho caótico para aventurar-se” (Mittermayer, 2017, l. 338). O próprio Jenkins (2019) alerta sobre a dificuldade de analisar e classificar tais narrativas pela falta de critérios estéticos e diferentes obras que contemplem múltiplas plataformas.

No entanto, Scolari (2013) exprime uma visão mais abrangente sobre os elementos que podem identificar esta forma desordenada de narrativa. O autor considera que os conceitos sobre cross-media, plataformas múltiplas, meios híbridos, interações transmediadas, mundo intertextual e até o uso dos recursos multimodais participam da mesma galáxia da narrativa transmedia e podem iluminar alguma parte desta forma de narrar (Scolari, 2013, p. 27).

De modo geral, os elementos pontuados por pesquisadores que chegam mais próximos do que se espera de uma narrativa transmedia, destacam-se: planejamento, multiplicidade de plataformas mediáticas e linguagens, além do incentivo à participação por parte do público. Esta tríade deve estar presente tanto nas narrativas ficcionais quanto nas documentais, em maior ou menor proporção. Mas, é a partir do ideal de participação que esta forma de narrar ganha sentido e constitui um divisor de águas quando comparamos as narrativas transmedia no jornalismo e na ficção.

Vicente Gosciola (2014, s/p) ressalta que a narrativa transmedia é uma estratégia de comunicação que organiza histórias dividindo-as em partes ou mesmo expandindo-as. Essas narrativas são distribuídas em plataformas que melhor possam expressá-las de forma única, e, sempre que possível, fazendo uso da participação e colaboração de fãs. Em consonância Alves (2015, p. 11) refere que a narrativa transmedia corresponde a uma forma de contar histórias fazendo uso de múltiplas plataformas que se articulam entre si para expressarem informações interativas, no qual o planejamento narrativo auxilia o consumo informativo por parte do público.

Domingos (2013, p. 168) observa que, semioticamente, os discursos narrativos transmediáticos são processos que não se coincidem com o “material da história” – núcleo central da narrativa. Embora uma história transmedia seja contada simultaneamente em diferentes meios, a soma das partes não é uma obrigatoriedade para a compreensão total do universo narrado. Por outro lado, o público que opta pelo consumo narrativo em múltiplos meios estará sujeito ao convite subjetivo que a narrativa transmediática carrega: a imersão no universo da história.

Ao referimos a narrativa transmedia como uma história fragmentada e livre, o planejamento narrativo ordenado e articulado é o que melhor caracteriza esta forma de produção narrativa. Ao elucidar que a narrativa transmedia é uma história em expansão, Scolari (2013, p. 24) alerta que a narrativa transmedia não se trata de uma adaptação de uma linguagem para outra. Ou seja, a história disponível na tela do cinema não será a mesma que aparecerá na tela da

televisão ou em outros dispositivos. Devido ao seu potencial dispersivo, o que garante a coesão da narrativa é a organização planejada dos caminhos por onde a história irá percorrer.

Para o pesquisador Maurício Mota (2014, s/p), a narrativa transmedia pode ser tanto documental, como as usadas no jornalismo, como ficcional, como as encontradas no entretenimento. Segundo Mota, a narrativa transmedia é uma história contada de modo a otimizar da melhor maneira a plataforma por onde a narrativa se expressa. O autor argumenta que esta forma de narrativa também exprime a possibilidade de aprofundar a relação entre o público, o autor e as plataformas.

A narrativa transmedia se apresenta como uma história passível de ser expandida e explorada, mas que, mesmo atingindo grandes proporções, deve conservar o núcleo de seu enredo inicial, garantindo-lhe coesão. Como afirma Mota (2014, s/p), “o foco deve ser sempre a história”, pois, segundo o pesquisador, não existe uma melhor ou pior plataforma ou media para discorrer a narrativa transmediática, mas sim maior ou menor relevância em relação a história retratada.

Por outro lado, apesar dos principais conceitos sobre a aplicação da narrativa transmedia nos direcionarem ao uso de várias plataformas para elaboração de uma história, Jenkins, em entrevista a Scolari (2013, p. 34) observa que é possível criar uma narrativa transmedia fazendo uso de apenas um media e uma plataforma na web. Desta forma, o autor contesta a ideia de que uma narrativa transmediática necessita de múltiplas plataformas para ser considerada transmedia.

Seguindo esta linha, Mota (2014, s/p) reforça que quem converge nos processos transmediáticos são os públicos e não necessariamente as plataformas em que as narrativas se discorrem. Em consequência à visão de Mota podemos considerar que o uso multiplataforma não está acima da narrativa, de modo que a construção da história deve ser explorada da melhor forma de acordo com cada media e, mais do que recomendar um trajeto

transmediático, deve despertar o interesse do público em construir a sua própria narrativa.

4. Narrativa transmedia, construção do Universo ficcional e participação

Assimilar como seria o planejamento ideal para a construção da narrativa transmedia parte, na maioria das vezes, dos modelos de produtos criados pelo mercado do entretenimento. Mais precisamente com as narrativas transmediáticas ficcionais de filmes hollywoodianos ou nos moldes dos reality shows consagrados ao redor do mundo.

Pensar numa história grande o suficiente para ser explorada em múltiplos media, que seja idealizada a partir de um filme, que se desdobre para a TV, livros, séries e possibilita uma experiência participativa do público como num jogo de videogame... nos aproxima de sua alta complexidade quando consideramos, segundo Jenkins (2019), como sendo a “história-trans” a criação de um universo. Para o autor, “a narrativa transmedia é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outras fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento a mais” (Jenkins, 2019, l. 718).

Sob esta perspectiva do pesquisador, consideramos que a participação deve ser a precursora na construção de uma narrativa transmedia e não apenas como uma parte complementar resultante do processo. Portanto, uma história disponível no entretenimento só poderia constituir-se como narrativa transmediática uma vez que o público possa ter em mãos a autonomia sobre quando, onde e como consumir estas narrativas -garantindo-lhes liberdade de escolha de plataformas, meios e formas de consumos não-lineares.

A partir disso o público-consumidor passar a ser também co-produtor (Renó & Flores, 2012) ao participar dos fóruns e grupos de discussões – oficiais

ou não. Seja por opiniões, sugestões, posicionamentos que assegurem novos rumos à narrativa... as possibilidades são infinitas, já que o universo sugere infinitas possibilidades ao público. Todos podem ter a narrativa nas mãos, embora ninguém tenha controle sobre ela.

Desta forma a narrativa dispersa e expandida em múltiplas plataformas sugere a serialidade da história e constitui, também através da participação do público, a consolidação do universo narrativo transmediático, uma vez que a participação possibilita a imersão na narrativa e transforma a ficção numa realidade lúdica que aproxima e instiga ao consumo.

Alves (2015) refere que a narrativa transmedia pode ser interpretada como a convergência de relações entre receptor e produtor. Por isso esta forma de narrativa desempenha um caminho inverso aos media tradicionais. Para a autora, a narrativa transmedia “reestrutura essas hierarquias de relações entre ‘detentores de conhecimento’ e ‘receptores de conteúdos’; agora os receptores são também produtores” (Alves, 2015, p. 30).

Ao encontro do ideal de autonomia e participação do público, Scolari (2009), em seu artigo intitulado “Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production”, argumenta que as narrativas transmedia contribuíram para o surgimento de novas estruturas narrativas multimodais, responsáveis por instituírem novos comportamentos aos consumidores que passaram a contribuir com a construção do universo narrativo. Portanto, o que é observado nas narrativas transmedia na ficção é o poder da participação e co-criação coletiva, onde a partir da participação é assegurado ao público a imersão narrativa no universo da história, que por sua vez possibilita uma experiência plena de informação e entretenimento.

4.1 Narrativa transmediática no jornalismo, construção da realidade e participação não-obrigatória

No jornalismo a narrativa transmedia comporta-se de formas diferentes, apesar de convergir com algumas características do entretenimento em sua aplicação ficcional. O uso da narrativa transmedia no jornalismo é mais facilmente identificável no ciberjornalismo, uma vez que o hipertexto possibilita a integração de diferentes plataformas nos media, diversidade de linguagens e dispositivos tecnológicos.

Compondo o universo multimédia, o hipertexto abre caminhos diversos para que o público possa consumir informação de maneira não-linear e articulada com multiplicidade de linguagens. Deste modo, uma reportagem em texto no ciberespaço pode construir caminhos alternativos para que o consumidor possa construir sua narrativa através dos hiperlinks e buscar a interpretação da informação através de elementos verbais e não-verbais (Alves, 2015).

Baccin, Canavilhas e Satuf (2017) ponderam que a “hipertextualidade, em conjunto com a multimedialidade e a interatividade, facilitam a produção de narrativas convergentes e imersivas que, aliadas à memória e à personalização, permitem ainda incrementar a contextualização dos factos, valorizando elementos que fortalecem as narrativas de aprofundamento” (p. 328).

Renó e Flores (2012) acreditam que a essência da narrativa transmedia no jornalismo está concentrada no campo das reportagens pela riqueza de detalhes que este gênero contempla, além do tempo necessário para a produção das pautas que demandam maior planejamento. Embora os pesquisadores não mencionem as reportagens produzidas pelo telejornalismo, as reportagens em vídeo por vezes integram diferentes tipos de linguagens (cinema, games, sonoras, design gráfico...) que são responsáveis por provocar reações no público. Como observa Scolari (2013), o uso da multimodalidade também faz parte do universo que engloba essa forma narrativa.

Para Oliveira e Moreira (2020), a narrativa transmedia no jornalismo pode contribuir para a humanização e aprofundamento das pautas e reportagens. Para elas, a técnica aproxima o jornalismo da literatura por utilizar certos recursos, como a valorização do ambiente e de personagens” (Oliveira & Moreira,

2020, p. 80). Mais adiante, as autoras citam a liberdade que a narrativa transmedia exerce no jornalismo, uma vez que esta busca prender a atenção do público do início ao fim, por desprender-se da ideia de pirâmide invertida.

Mais uma vez, Scolari (2013) alarga nossa capacidade de enxergar a transmedialidade no jornalismo a partir de outros elementos que integram esta narrativa. Em alguns momentos o pesquisador aponta indícios que nos remete a narrativa jornalística transmediática aos ideais do denominado jornalismo cidadão, onde a participação do público é observada através do envio de fotos, vídeos, cartas ao editor e comentários nas plataformas. Noutros momentos, o autor argumenta que a construção desta narrativa no jornalismo vai além dos media de informação possibilitarem a expansão da notícia através do compartilhamento em rede e do incentivo à participação do público através de comentários e envio de registros (texto, áudio e imagens), sendo relevante investir numa narrativa humanizada que informe, envolva e desperte interesse no público em participar das mudanças em sociedade.

Segundo o fotojornalista Kevin Timothy Moloney (2011), a adoção da narrativa transmedia pelo jornalismo pode ter surgido como uma forma de disputar a atenção do público neste cenário de informações dispersas. Assim, uma história contada pelo jornalismo poderia ser construída de maneira mais profunda, convincente e mais complexa, de modo a envolver o público nas pautas de interesses coletivos. Durante sua pesquisa, Moloney aponta alguns elementos que devem estar presentes nas produções transmedia no jornalismo: expansão da história; exploração; continuidade; diversidade de pontos de vista; imersão; aplicabilidade; mundo real e inspiração para ação.

Enquanto Jenkins (2019) refere à narrativa transmedia como um dos resultados dos esforços das organizações e media do entretenimento para serialização (em bandas desenhadas, séries, novelas, filmes, etc.) e construção do universo transmediático, que resulta na cultura de fãs e participação do público, outros pesquisadores exprimem pensamentos divergentes sobre a atuação do público na narrativa jornalística transmediática.

Marie-Laure Ryan (2015), em seu estudo *Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience?* considera que a narrativa jornalística transmedia não precisa representar necessariamente uma serialidade. Desta maneira a autora levanta questões sobre a relevância da expansão narrativa por parte do público na narrativa jornalística transmedia.

Embora reconheça o valor da participação para o enriquecimento do debate público, a autora desconsidera a participação coletiva como sendo um elemento definidor para a narrativa transmedia no jornalismo. Com olhar crítico, Ryan faz ao longo da escrita algumas observações pertinentes à aplicação desta linguagem nos media de informação e pondera que nem todo produto transmedia serve à criação coletiva - ao contrário do que ocorre na ficção.

Dall’Agnese e Barichello (2018), ao referir aos estudos de Moloney, afirma que o uso da narrativa transmedia no jornalismo assume particularidades que as diferenciam da narrativa transmedia ficcional. Se por um lado a construção da narrativa transmedia na ficção possibilita a expansão dos universos ficcionais e exploração pelos fãs, no jornalismo a questão é o oposto. Para a autora, “ao tratar de assuntos do ‘mundo real’, já rico em detalhes por natureza, a narrativa jornalística tem como desafio delimitar o universo narrativo de forma que resulte em um volume de informações suficiente para ser apresentado em diversas mídias, mas que não intimide a exploração” (Dall’Agnese & Barichello, 2018, p. 5).

Sendo assim, enquanto a narrativa transmediática ficcional oferece expansão multiplataforma com intuito de integrar os interesses dos mais diversos públicos (filmes, séries, banda desenhada, música...), o jornalismo, segundo, Dall’Agnese e Barichello (2018), “vai apresentar suas narrativas organizadas em só meio, a partir do qual a audiência é convidada a explorar os demais meios que compõem a narrativa NJT [narrativa jornalística transmedia] (p. 6)”.

5. (Re)Construção da realidade através da narrativa transmediática e sua relevância no Brasil pandêmico

Antes de discorrer sobre os resultados obtidos através da análise de conteúdo das reportagens do Fantástico durante a cobertura da Covid-19, é preciso referir sobre um elemento presente neste período no Brasil: a desinformação. A desinformação foi tão significativa no país que o termo “infodemia” surge como resposta para o vírus das notícias falsas que circularam em paralelo com as informações jornalísticas na cobertura do coronavírus.

Um estudo realizado pela Avaaz em três países: Estados Unidos, Brasil e Itália mostrou que mais de 110 milhões de brasileiros acreditaram em notícias falsas sobre a Covid-19. Na pesquisa, 9 em cada 10 brasileiros viram pelo menos uma desinformação sobre o coronavírus. O número enfatiza a relevância do telejornalismo ao referirmos novamente que apesar da internet fixa ou móvel, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), abranger 79,9% da população, a televisão ainda é o meio que melhor contempla diferentes públicos no Brasil.

Outro estudo que remete à importância do telejornalismo no país foi desenvolvido pelo Atlas da Notícia. O órgão fez um levantamento e identificou o que eles chamam de “deserto da notícia” no Brasil. Segundo o relatório, mais de 62% dos municípios brasileiros não têm veículos jornalísticos regionais. Por conta disso, mais de 37 milhões de pessoas se informam e constroem sua visão de mundo e de Brasil pandêmico a partir de outras realidades tratadas pelos grandes media tradicionais televisivos. O estudo reforça a necessidade do telejornalismo brasileiro em construir a informação tendo como base uma narrativa imersiva, que contemple diferentes camadas sociais e priorize a multiplicação de vozes e fontes.

Durante a cobertura telejornalística da pandemia no Brasil, a exemplo do programa Fantástico, os esforços dos profissionais da comunicação centraram-se em informar, educar e deslegitimar desinformações. Neste sentido, a narrativa transmediática se destaca, não apenas como solução, mas também como antídoto à infodemia vivenciada; uma vez que esta forma narrativa propõe, entre outras, a diversidade de pontos de vista (Moloney, 2011), a pluralização de

fontes (Scolari, 2013) e a humanização dos personagens (Oliveira & Moreira, 2020) reportados no contexto pandêmico em diferentes camadas sociais.

De acordo com Brites, Amaral e Catarino (2018), em seu artigo que aborda o digital storytelling como produtor de pensamento crítico contra as fake news, descrevem que “o jornalismo afirma-se cada vez mais como uma ferramenta educativa muito em especial numa sociedade em que saber gerir informação é fundamental e na qual as ferramentas digitais, como o storytelling com base jornalística, são essenciais no âmbito da formação de cidadãos conscientes” (Brites et al., 2018, p. 95 citado em Brites et al., 2017).

5.1 Análise das reportagens do Fantástico na cobertura da Covid-19

A primeira observação, que antecede as reportagens de edição especial do Fantástico durante a cobertura da Covid-19, é a alteração estrutural do programa. Apesar de compreender a parte estética, a mudança na estrutura do programa impacta diretamente nas reportagens veiculadas. Por ser um programa generalista, quadros esportivos, policiais e de entretenimento fazem parte da sua diagramação. Entretanto, nas primeiras coberturas da pandemia, as reportagens veiculadas foram majoritariamente sobre a Covid-19 e seus impactos em diferentes setores. Neste período, apenas 3% delas não tinham ligação com a pandemia do novo coronavírus.

Ao alterar a grade tradicional do programa, o design aplicado às reportagens nas edições especiais foi responsável por organizar a narrativa tendo como viés prioritário a pandemia. Como pontuado por Jenkins (2019), Gosciola (2014) e Scolari (2014), o planejamento é um dos pilares da produção da narrativa transmediática. Portanto, nota-se durante quatro semanas o esforço do programa televisivo em construir uma narrativa que prioriza os desdobramentos da nova realidade pandêmica em construção. Ao privilegiar a pandemia enquanto “história” central na televisão, como afirma Mota (2014), abriu-se espaço para que o público pudesse convergir em outras plataformas do

programa, como o Podcast, através de outros conteúdos jornalísticos hospedados na Globoplay ou em outros meios de informação.

De acordo com Moloney (2011), a exploração e a imersão nas pautas são elementos presentes na narrativa transmedia. Enquanto o primeiro é responsável por despertar o interesse no público através da narrativa em profundidade, o segundo é encarregado de envolver o telespectador no universo informativo e fazer com que a informação seja compreendida e aplicada em sua realidade.

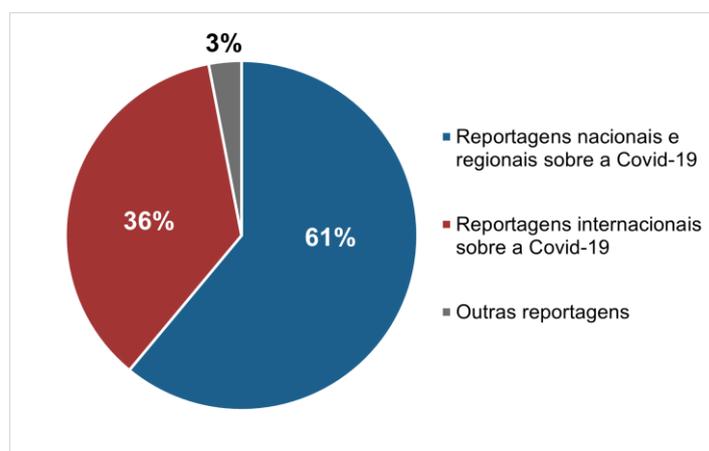


Gráfico 1. Reportagens avaliadas
Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

De certo modo, as reportagens expressaram durante quatro semanas uma certa serialidade em relação às pautas sobre a Covid-19. Mariana Castro Dias (2015, p. 43) ressalta que a serialidade implica na temporalidade, na partilha de pedaços da história nos processos de dispersão, mas que se conectam pelo ponto central da história, o gancho narrativo. A pesquisadora observa ainda que o gancho na narrativa transmediática pode levar os consumidores para outros media. Nos programas de edição especial sobre o coronavírus, ao menos uma reportagem direcionava o público ao Podcast Isso é Fantástico através de QRcode disponível na tela.

Desde que se manifestou no mundo, a Covid-19 é experimentada como a expressão de um universo de dúvidas e inseguranças. Mas especialmente no Brasil, nas primeiras semanas o volume de informações e desinformações acerca do vírus SARS-Cov-2 era tamanha que exigiu do programa um filtro

narrativo jornalístico que fosse capaz de reduzir o “universo do coronavírus” em um volume suficiente para ser consumido pelo público televisivo. A escolha por priorizar a pandemia enquanto núcleo narrativo – a priorização da história, segundo Mota (2014) – permitiu que o público televisivo, que corresponde a grande parcela da população brasileira, pudesse ser informado com profundidade sobre o novo coronavírus.

Segundo Moloney (2015), se uma história é grande demais ou resumida demais, a narrativa transmedia perde o seu motivo principal, que é promover aprendizado e engajamento. Deste modo, mais uma vez, a organização equilibrada pelo formato da edição especial nas reportagens do Fantástico intercala e relaciona as produções audiovisuais sobre a pandemia a nível internacional, nacional e regional. Apontando seus reflexos no mundo, mas sobretudo no Brasil. No geral, mais de 61% das reportagens abordaram a Covid-19 no contexto Brasil e 36% referiam aos seus reflexos em pautas internacionais.

No jornalismo em tempos de pandemia, em que as informações e desinformações confluem nos media, “o jornalista, tal como um alfaiate, deve ser capaz de costurar com perfeição os diversos elementos que fluem rapidamente de um meio para o outro, elaborando uma boa tessitura narrativa” (Baccin, Canavilhas & Satuf, 2017, p. 339). Neste sentido, surge o desafio do telejornalismo em construir uma narrativa transmediática com base na humanização dos relatos, uma vez que a pandemia alterou o sentido de presença e distanciou os repórteres dos entrevistados.

Essencialmente o jornalismo é marcado pela presença do repórter na construção narrativa. E é assim que ele observa, vivencia e experimenta a realidade do entrevistado e empresta sua voz para dar voz e forma a narrativa a ser contada. Oliveira & Moreira (2020) observam que as histórias contadas em primeira pessoa colaboram para despertar atenção e através delas é possível gerar identificação e engajamento diante dos conteúdos que circulam nos media.

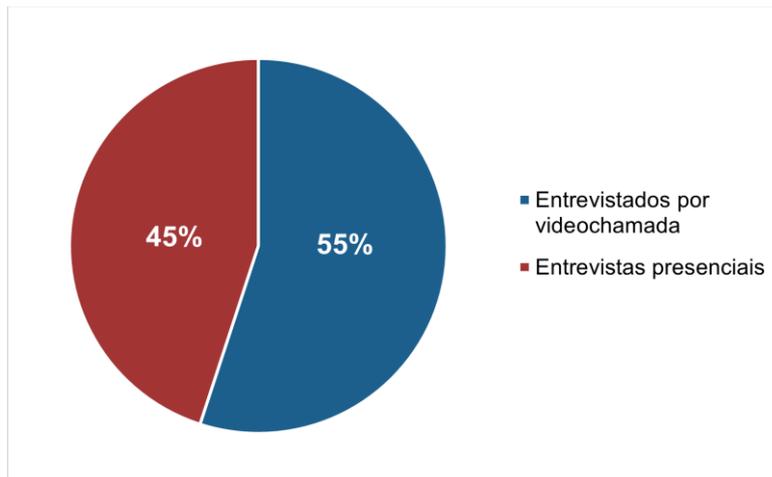


Gráfico 2: Atuação dos entrevistados
Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Para suprir a distância entre repórteres e entrevistadas, o Fantástico passou a fazer uso massivo das videochamadas para construção das reportagens. Do primeiro programa de edição especial, no início da pandemia, em que ainda era permitido aos repórteres irem às ruas sem o uso de máscara, ao último programa desta série, houve um aumento de quase 300% no número de entrevistas por vídeo, saltando de 19 para 75 entrevistas. Estimativa que reforça o empenho do programa telejornalístico na pluralização de fontes e a tentativa de retratar realidades à distância, através da tecnologia. Este empenho, de acordo com Scolari (2013) e Moloney (2011) também são pertinentes à narrativa transmedia no jornalismo.

Moloney (2015) atribui à narrativa transmedia a oportunidade de engajamento e transformação social, já que esta linguagem informa com maior diversidade. Mas o uso da narrativa transmedia no telejornalismo também impacta na atuação dos profissionais e não apenas no desempenho das plataformas. Martins (2012) considera que a partir da convergência foram alargadas as possibilidades narrativas do telejornalismo, mas elas vão além das linguagens, medias e formatos. Passando a atingir as habilidades dos jornalistas, redesenhando novos profissionais e alterando suas rotinas de produtivas até chegar ao público.

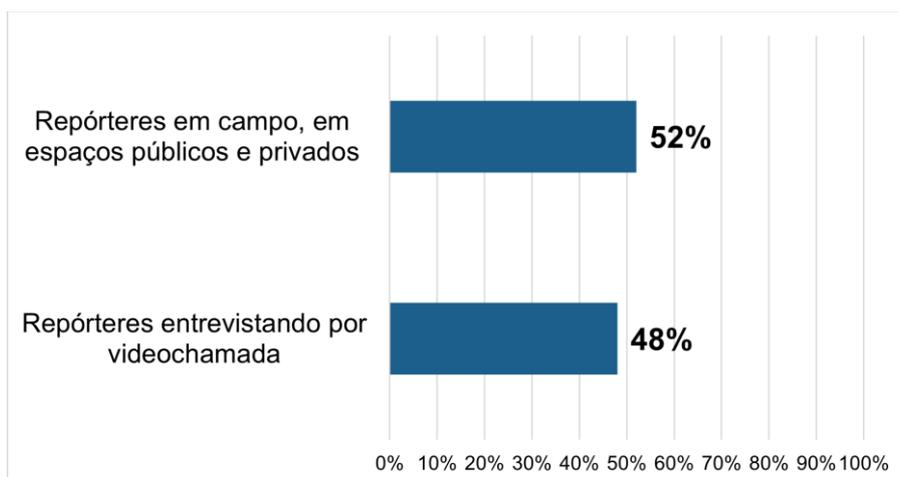


Gráfico 3: Atuação dos repórteres
Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Durante as primeiras coberturas da Covid-19, a incidência da colaboração entre os profissionais foi determinante para a construção das narrativas. Algumas reportagens apresentavam três ou mais profissionais na narrativa audiovisual. Repórteres em quarentena, entrevistando à distância em casa ou nos estúdios, se integraram à narrativa desempenhando um certo protagonismo.

O recorte do primeiro mês da cobertura telejornalística sobre a Covid-19 contribuiu para desconstruir a predominância do jornalista observador em relação aos problemas dos entrevistados, para a atuação do jornalista participativo. Correspondentes em quarentena em países como Japão, Itália e Brasil construíram reportagens expressando o quanto o vírus alterou seu dia a dia.

Andrade (2020) considera que, diante deste cenário em que a informação jornalística divide espaço com outras narrativas, como a do entretenimento, e o público pode saltar de um lado para o outro, o grande desafio para o jornalista e para informação transmedia “é conseguir chegar no coração do público” (p. 84). Neste caminho, a mudança da linguagem jornalística também altera a forma de diálogo entre o profissional e o público. Como sabemos, a adoção de uma linguagem menos formal é uma característica dos protagonistas (youtubers e digitais influencers) nas redes, que conseguem atingir uma diversidade expressiva de público.

A exemplo das mudanças de linguagens ocorridas neste período temos a abertura da reportagem de Murilo Salviano, durante o confinamento na quarentena:

Eu estava estudando nos Estados Unidos e no início de março os casos de coronavírus começaram a sair do controle. A gente foi acompanhando aos poucos o fechar das portas dos comércios, das universidades e, de repente, do país, com as medidas anunciadas pelo Donald Trump. Aí eu falei: opa! hora de voltar para o Brasil em segurança (Murilo Salviano, em 22 de março, por vídeo Chamada).

O tom informal utilizado pelo repórter para narrar sua experiência com a chegada da pandemia é um recurso capaz de gerar identificação no público, porque expressa a vulnerabilidade do contador da história diante do vírus. O uso da narrativa transmedia-storytelling, por não se prender ao lead (Oliveira & Moreira, 2020) permite que o jornalista seja criativo, contextualizador e interpretativo. Neste sentido, Cunha & Montello (2014) consideram que narrar uma história fazendo o uso da narrativa transmedia é mais do que contar uma história, porque além da seriedade na apuração é importante a observação-participante.

Na reportagem do dia 30 de março, o repórter Caco Barcellos, de 70 anos - que faz parte do grupo de risco - constrói sua narrativa agradecendo o entrevistado por meio de vídeo Chamada. Na linha de frente no combate à pandemia, o médico Carlos Alberto Soares é o entrevistado; o cinegrafista e também o repórter. O profissional foi responsável por capturar as imagens em vídeo - além de entrevistar profissionais dentro do complexo hospitalar onde trabalha - para produzir matéria-prima audiovisual para construção da reportagem produzida por Barcellos.

Durante o período analisado, quase metade de todas as entrevistas veiculadas no Fantástico foram produzidas por repórteres à distância, cerca de 48%. A outra metade constitui entrevistas presenciais somam 52%. É preciso

considerar, no entanto, que a primeira semana de cobertura do telejornal, ainda era permitido aos repórteres irem às ruas. Nas semanas seguintes, apenas os profissionais fora dos grupos de risco frequentaram espaços públicos assegurados por medidas de segurança e uso de máscaras.

Quanto ao uso da narrativa transmedia nas reportagens veiculadas na edição especial do Fantástico, destaca-se também a produção das reportagens sobre as favelas do Brasil em tempos de pandemia. Como as comunidades, que contempla mais de 13 milhões de pessoas no país, estavam atuando antes e durante a pandemia da Covid-19?

O uso da narrativa transmedia neste caso constrói durante três semanas o empenho, angústia e anseios da população brasileira em situação de vulnerabilidade social no país. Dias (2015) descreve que dentre os princípios-chave elaborados por Henry Jenkins o uso da subjetividade é parte integrante para configurar a narrativa transmedia. “A subjetividade é a possibilidade de demonstrar diferentes pontos de vista de uma mesma história, abrindo outros espaços para destacar personagens que em outros meios são secundários” (Dias, 2015, p. 44).

Neste caso, o emprego da subjetividade age em contraponto a objetividade do jornalismo contemporâneo, tornando-se um elemento que possibilita a imersão no universo da pandemia. Além disso, a subjetividade pode contribuir para gerar identificação e empatia por parte do público. À medida que as vozes por trás da pandemia circulam nos media, as pessoas podem se conscientizar, tomar conhecimento dos fatos e se colocar no lugar dos mais vulneráveis. Assim, o testemunho direto sobre a pandemia, contado na primeira pessoa, “pode gerar mais engajamento e identificação” do que apenas a história contada pelo jornalista (Oliveira & Moreira, 2020, p. 84).



Figura 1. Capturas de dois trechos da reportagem exibida no *Fantástico*
Fonte: Globoplay (2020)

Ao integrar longas reportagens produzidas nas periferias pelo Brasil durante o período mais críticos da pandemia, como foram os primeiros meses, em que havia pouca informação sobre o vírus, o programa apresenta mais dois elementos transmedia cunhados por Moloney (2011): o convite ao “mundo real” e “inspiração para ação”. Ao narrar de forma complexa a realidade vivida pela população periférica no Brasil, por meio de grandes reportagens, a informação torna-se um produto de reflexão e acervo de memórias, não apenas um produto informativo perecível. Desta forma, o “mundo real” converte-se em um chamado para mudanças sociais, servindo de “inspiração para ação”, onde o público participa de forma prática das transformações em sociedade - e não apenas nas redes digitais.

Portanto, além de informar nacionalmente a população brasileira nas primeiras coberturas sobre a pandemia, durante quatro semanas a edição especial do *Fantástico* buscou através da sequencialidade da pauta promover a imersão do telespectador no universo pandêmico. Como mencionado, optando por priorizar a Covid-19 como tema central e fazendo uso da tecnologia para ampliar o alcance dos personagens, bem como a pluralização das vozes numa tentativa de humanizar a narrativa.

Ao considerar a continentalidade do Brasil, e as lacunas sociais evidenciadas pela pandemia, a informação assume também um caráter educacional para atuação com novas ações (Scolari, 2013) do público no convívio em sociedade. Reportar os fatos fazendo uso de histórias em profundidade, como a narrativa transmedia-storytelling sugere, contempla as expectativas sobre o consumo narrativo da sociedade contemporânea. Sobretudo, mais do que informar e recomendar outras plataformas ao público, a informação jornalística na televisão deve instigar o telespectador a buscar novos desdobramentos informativos através de um “despertar”, responsável por gerar interesse ou curiosidade.

9. Considerações finais

Esta investigação sugere, quase de forma ensaísta, uma reflexão sobre as potencialidades da narrativa transmedia nos media de jornalismo televisivo. Sendo assim, não se pretende provar que as edições especiais do programa Fantástico, nas primeiras semanas de cobertura da covid-19 no Brasil, seguem um modelo transmediático. Ao contrário, o que propomos aqui é ponderar sobre as possíveis formas de identificá-las, além de apresentar os variados pontos de vistas que abordam esta forma de narrar no jornalismo e o que o difere da ficção.

Por além disso, busca-se pensar a narrativa transmédia como forma de linguagem no jornalismo, mas sem prendê-la às imposições tecnicistas que a consideram apenas a partir do uso de múltiplas plataformas (embora ela exista graças à internet). Deste modo, pensamos nesta forma de narrar como um caminho narrativo capaz de gerar interesse, empatia, além de despertar novas percepções no público do jornalismo televisivo a partir da construção de uma narrativa ampla.

Acreditamos que o primeiro mês da cobertura telejornalística sobre a Covid-19 no Brasil permite-nos refletir sobre a incidência de elementos da narrativa transmedia no jornalismo televisionado. Estes recursos podem ter sido de grande valia ao oferecer uma narrativa que pôde ser explorada em outras

plataformas, e, mais que isso, que pudesse oferecer uma narrativa em profundidade, humanizada e plural. Recorrendo novamente às observações de Moita (2015), de que a história em si é mais importante que a plataforma onde a narrativa se discorre, podemos alargar nossas concepções sobre os produtos transmedia nos media tradicionais de informação.

Em tempos de informações e desinformações virais, é de suma importância que jornalismo televisivo – em especial no Brasil - ofereça a possibilidade de imersão do público no universo da notícia. Sendo assim, mais do que recomendar o uso de outras plataformas, é preciso oferecer ao público uma narrativa que o envolva e o coloque no centro das urgências sociais e ao mesmo tempo desperte interesse em buscar novos desdobramentos da informação.

Antes da pandemia do coronavírus e, mais ainda, durante este período, percebemos que o jornalismo contemporâneo está direcionado a agilidade da internet que incita a urgência em informar. Assim, o ciberjornalismo e o telejornalismo passam a ser a resposta para o consumo das notícias “fast-food” produzidas com objetividade e sem multiplicidade de vozes testemunhais e fontes oficiais. Atendendo às imposições da internet, os media televisivos por vezes agem de modo a pluralizar as pautas, abordando histórias variadas sem profundidade e com rapidez. O histórico do Fantástico atende ao modelo do jornalismo televisivo generalista, mas que no início da pandemia alterou significativamente sua estrutura convencional para atender a nova demanda social imposta pelo vírus.

Ao optar pelo uso de uma narrativa imersiva, dividido a pauta em quatro semanas, além de possibilitar o uso de Podcast, o Fantástico denota a importância de selecionar notícias para serem exploradas em profundidade, já que “o grande volume de informação disponível atualmente requer um relato que se diferencie, atraia e envolva. Caso contrário, não receberá atenção. O storytelling é a possibilidade para esta necessidade” (Cunha; Mantello, 2014, p.66).

Por fim, considera-se relevante enfatizar o argumento proposto por Marie-Lure Ryan (2015) em relação à participação do público na construção da narrativa transmedia no jornalismo. Segundo a autora, a narrativa transmediática nos media de informação integram os fatos que constitui a realidade que nos cerca. Já que nem sempre conseguimos mudar a realidade, nem todas as narrativas estão sujeitas a construção coletiva. Portanto, o chamado a ação do público no jornalismo transmediático nem sempre estará associado a participação nas redes e plataformas digitais, mas também à atuação no mundo real, no qual nem sempre os olhos e as redes digitais alcançam.

Referências

- Alves, W. M. (2015). *Linguagem Transmídia: Uma Narrativa para a Arte de se Fazer Jornalismo* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista. Repositório Institucional da UNESP.
<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/126664/000845086.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade, J. G. (2020). Do Jornalismo ao Entretenimento que Futuro: o Debate de uma Proposta Teórico-Prática. *LEOPOLDIANUM*, 129, 83-91.
<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/67328/1/1006-2507-1-SM.pdf>
- Baccin, A., Canavilhas, J., & Satuf, I. (2017). ERA PÓS-PC: a nova tessitura da narrativa jornalística na web. In A. T. Peixinho, & B. A. (orgs), *Narrativa e Media: Géneros, Figuras e Contextos* (pp. 317–344). Imprensa da Universidade de Coimbra.
<https://doi.org/10.14195/978-989-26-1324-6>
- Brites, M. J., Amaral, I., & Catarino, F. (2018). A era das “fake news”: o digital storytelling como promotor do pensamento crítico. *Journal of Digital Media & Interaction*, 1(1), 85-98. <http://hdl.handle.net/1822/55530>
- Cunha, K. Mantello, P. F. (2014). Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos. *Revista Comunicação Midiática* (online), 9(2), 56-67,

<https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/185/186>

Castells, M. (1999 [2011]). *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. 6ª ed.; v. 1. Paz e Terra.

Dall’Agnese, C. T., & Barichello, E. M. (2018, 31 de maio a 02 de junho). *Narrativa jornalística transmídia: discussões em busca de uma definição*. [Conference Paper presentation]. Desigualdades, Gêneros e Comunicação, XIX Congresso de Ciências da Comunicação Região Sul, Cascavel, Paraná.

<http://portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-1618-1.pdf>

Dias, M. C. (2015). *Narrativas transmidiáticas: criando histórias na era da convergência dos meios*. [Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro]. Acervo DBD PUC Rio.

http://www.dbd.pucRio.br/pergamum/tesesabertas/1312520_2015_completo.pdf

Domingos, A. C. (2013). Transmedia Storytelling: Crossing Between Media Studies and Literature Studies. *Revista de Estudos de Literatura*, 23(3), 159-171.

[10.17851/2317-2096.23.3.159-171](https://doi.org/10.17851/2317-2096.23.3.159-171)

França, V. V. (2009). *A Televisão Porosa: Traços e Tendências*. In: J. F. Filho (Org.). *A TV em Transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. cap. I, p. 27-52. Porto Alegre: Sulina.

Fechine, Y. (2009). A Programação da TV no Cenário da Digitalização dos Meios: Configurações que Emergem dos Reality Shows. In Freire, F. J. (org). *A TV em Transição*. (pp. 139-170). Sulina.

Fontcuberta, M. d. (2010). *A Notícia Pista para Compreender o Mundo*(3ª ed.). Casa das Letras/Oficina do Livro.

Gosciola, V. (22 de abril de 2014). *Narrativa Transmídia. Entrevistas com Vicente Gosciola e Maurício Mota*. Sociotramas. Grupo de Pesquisa Dedicado as Redes Sociais [post em blogue].

<https://sociotramas.wordpress.com/2014/04/22/narrativa-transmidia-entrevistas-vicente-gosciola-e-mauricio-mota/>

Hudec, V. (1980). *O que é o jornalismo?*(Ed. 21/80). Editorial Caminho, SARL.

- Jenkins, H. (2019). *Cultura da Convergência*. Edição Ampliada e Atualizada. Trad. Alexandria, Aleph. e-book kindle:
https://www.amazon.com.br/dp/B018IJSI4Y/ref=dp-kindle-redirect?_encoding=UTF8&btkr=1#reader_B018IJSI4Y
- Kamel, A. (diretor responsável) (2020, 15 de março). Reportagens de edição especial [programa de televisão]. Brasil: Globoplay. Disponível em:
<https://globoplay.globo.com/v/8401375/>
- Kamel, A. (diretor responsável) (2020, 22 de março). Reportagens de edição especial [programa de televisão]. Brasil: Globoplay. Disponível em:
<https://globoplay.globo.com/v/8421749/>
- Kamel, A. (diretor responsável) (2020, 29 de março). Reportagens de edição especial [programa de televisão]. Brasil: Globoplay. Disponível em:
<https://globoplay.globo.com/v/8441339/>
- Kamel, A. (diretor responsável) (2020, 05 de abril). Reportagens de edição especial [programa de televisão]. Brasil: Globoplay. Disponível em:
<https://globoplay.globo.com/v/8458988/>
- Martins, E. (2012). Telejornalismo na Era Digital: aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel, inserir nome da revista, 8(2), 97-117.
<https://doi.org/10.25200/BJR.v8n2.2012.434>
- Mittermayer, T. (2017). *Narrativa transmídia: uma releitura conceitual*. (edição: 1). Editora C0D3S. e-book Kindle: <https://www.amazon.com.br/Narrativa-transm%C3%ADdia-uma-releitura-conceitual-ebook/dp/B077XLW77F>
- Moloney, T. K. (2011). *Porting Transmedia Storytelling to Journalism* [Dissertação de mestrado, University of Denver]. Respositório Digital Commons @ DU.
<https://digitalcommons.du.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1439&context=etd>
- Mota, M. (22 de abril de 2014). *Narrativa Transmídia. Entrevistas com Vicente Gosciola e Maurício Mota*. Sociotramas. Grupo de Pesquisa Dedicado as Redes Sociais [post em blogue]. <https://sociotramas.wordpress.com/2014/04/22/narrativa-transmidia-entrevistas-vicente-gosciola-e-mauricio-mota/>
- Oliveira, I. d., & Moreira, J. (2020). Storytelling no ciberjornalismo: possibilidades e complexidades do jornalismo feito na web, *Revista Interprogramas de Pós-*

graduação em Comunicação do Centro Oeste, 10(17), 77-86.

<https://dx.doi.org/10.31501/esf.v0i17.11299>

Renó, D., & Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia*. Ria Editorial.

Ryan, M. L. (2015). Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience?, *Journal of Narrative Studies*, 7, 1-19.

<https://muse.jhu.edu/article/602197/pdf>

Scolari, C. (2009). Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production, *International Journal of Communication*. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>

Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Silva, C. R., Gobbi, B. C., & Simão, A. A. (2005). *O Uso da Análise de Conteúdo como Ferramenta para pesquisa qualitativa: Descrição e Aplicação do Método*.

Organizações Rurais & Agroindustriais, vol. 7, nº. 1, pp. 70-81.

<https://www.redalyc.org/pdf/878/87817147006.pdf>

Stumpf, C. (2006). *Pesquisa Bibliográfica*. Atlas.

Eduardo Faria

Jornalista e estudante de Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. Atualmente, está desenvolvendo sua dissertação sobre literacia mediática para leituras transmediática no jornalismo aos jovens. Outras áreas de interesse circulam entre os diferentes aspectos da Convergência e as transmedialidades decorrentes deste processo, passando pelo jornalismo, mídia (tradicionais e digitais) e o público.

José Gabriel Andrade

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa e Mestre em Ciências da Comunicação. Atua como investigador no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) e professor de media, marketing e comunicação na Universidade do Minho. Leciona aulas de Comunicação, Organização e Novas Tecnologias pela Universidade Católica Portuguesa.

Data de submissão: 02/06/2021 – Data de aceite: 04/10/2021